

JÄMSÄ



Maine- ja bränditutkimus 2026

Katja Helkala • Meiju Ahomäki • Tiina Müller

bondata

Tutkimuksen toteutus

TAVOITE	Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Jämsän tunnettuus, mielikuva ja brändiprofiili eri kohderyhmissä sekä arvioida toteutettujen kehittämistoimenpiteiden vaikuttavuutta. Lisäksi tavoitteena oli tunnistaa vetovoimaa ja pitovoimaa ohjaavat keskeiset tekijät sekä tuottaa näkemys brändin kehittämisen painopisteistä ja toimenpidesuunnista.
TIEDONKERUU	Tutkimus toteutettiin keväällä 2026 monimenetelmällisenä kyselytutkimuksena, jossa aineisto kerättiin avoimella kyselylinkillä, paneelivastauksina sekä puhelinhaastatteluina.
KOHDERYHMÄ & VASTAUSMÄÄRÄ	Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat: <ul style="list-style-type: none">• nykyiset asukkaat, 373, ja potentiaaliset asukkaat, 315• nykyiset matkailijat, 65, ja potentiaaliset matkailijat, 300• yritykset ja sidosryhmät, 125• henkilöstö ja luottamushenkilöt, 92 Tutkimukseen vastasi yhteensä 1270 vastaajaa.
BONDATAN ASiantuntijat	Katja Helkala, tutkimuksen vastuullinen asiantuntija ja asiakkuudesta vastaava Tiina Müller, raportointi ja tulostulokset Meiju Ahomäki, projektinhallinta Ville Ottela, tiedonkeruu



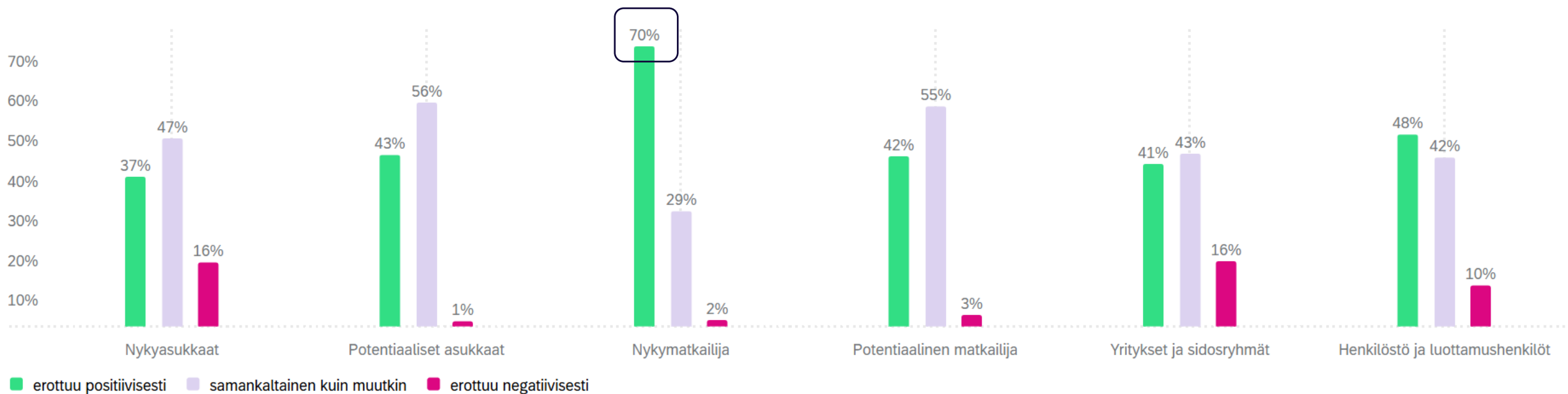
Vastaajaryhmä- vertailut

Vertailukelpoisista tuloksista

JÄMSÄ

Jämsän maine arvioidaan hyväksi

Miten Jämsä erottuu mielestäsi muista keskisuomalaisista kunnista? 1,253



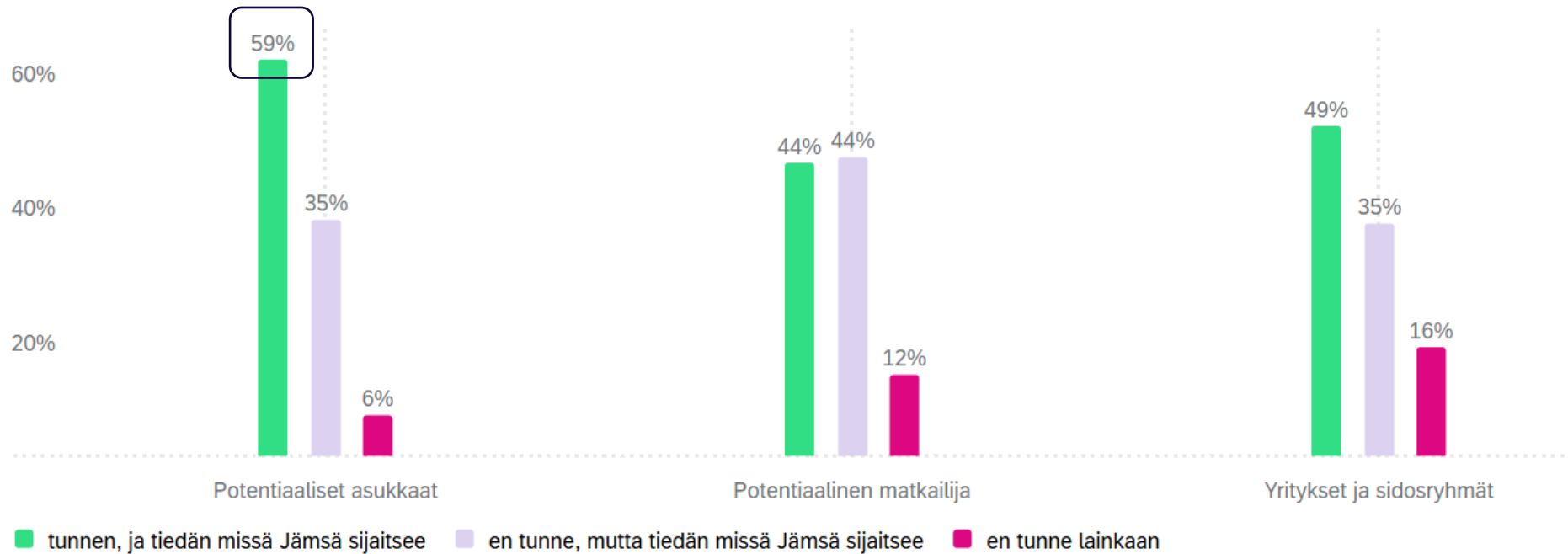
Matkailijoilta kysytty muodossa:

Miten Himos-Jämsä erottuu mielestäsi muista keskisuomalaisista matkailualueista?

JÄMSÄ

Jämsä tunnetaan melko hyvin eri kohderyhmissä

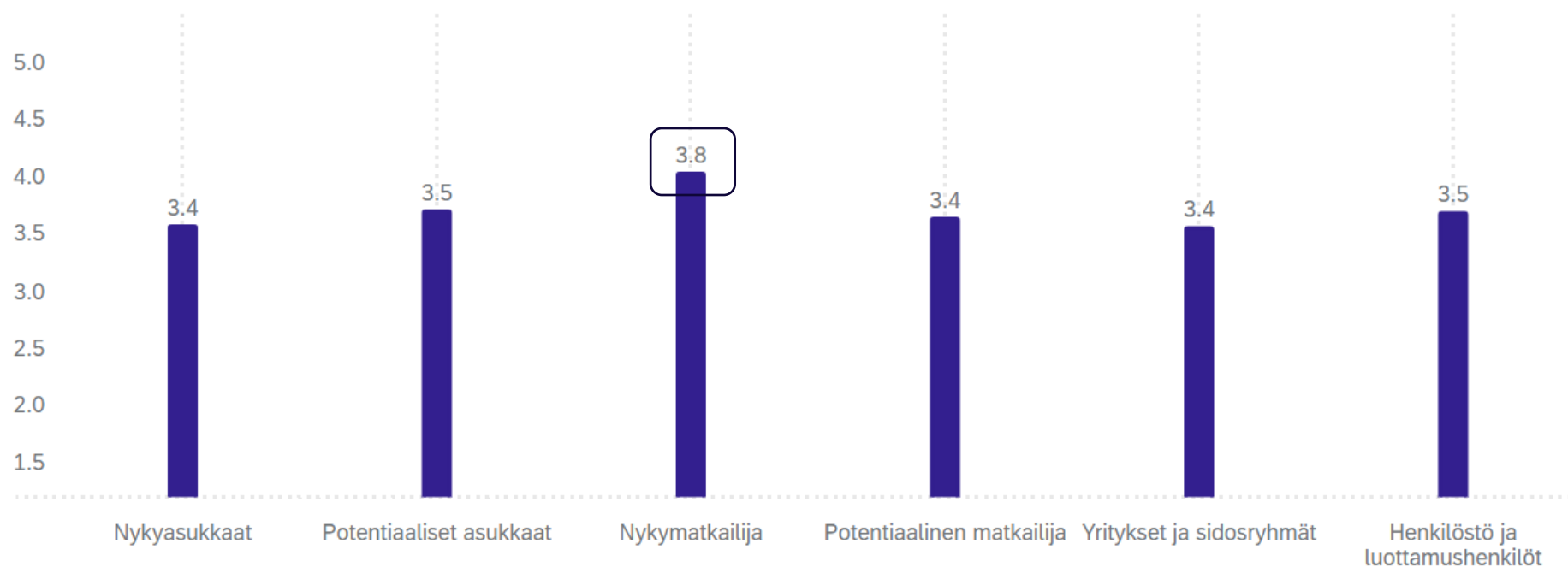
Miten hyvin arvioit tuntevasi Jämsän / Himos-Jämsän matkailualueen? 646



Jämsän maine arvioidaan kautta linjan melko hyväksi

Anna vielä kokonaisarvosana Jämsän maineelle mielikuviesi tai kokemustesi mukaan asteikolla 1-5.

1,250



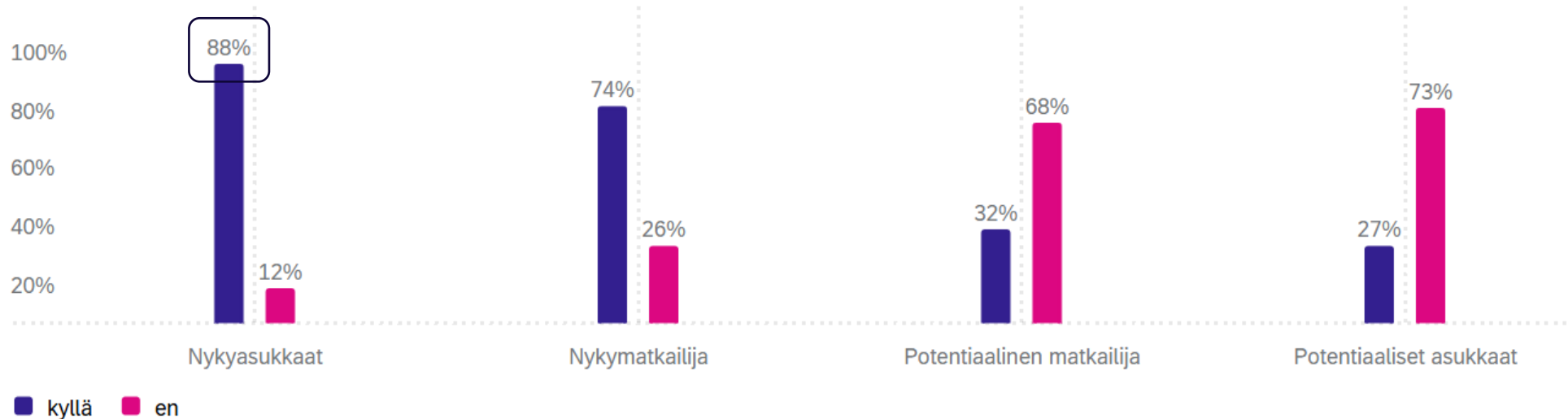
Matkailijoilta kysytty muodossa:

Anna vielä kokonaisarvosana Himos-Jämsän maineelle mielikuviesi tai kokemustesi mukaan asteikolla 1–5.

JÄMSÄ

Kaupunkimarkkinointi tavoittaa hyvin nykyiset kohderyhmät, huonommin potentiaaliset

Tässä esimerkkejä Jämsän kaupunkimarkkinoinnista. Muistatko nähneesi jonkun näistä mainoksista? 1,006



Matkailijoilta kysytty muodossa:

Tässä esimerkkejä Himos-Jämsän matkailumarkkinoinnista. Muistatko nähneesi jonkun näistä mainoksista?

JÄMSÄ

Taustatiedot

Asukkaat

Nykyasukkaista 70 % on asunut Jämsässä yli 15 vuotta. Asuminen painottuu Jämsän keskustaani (45 %) ja Jämsänkoskelle (23 %). Elämäntilanteessa korostuu palkkatyö/yrittäjyys (60 %), ja yleisin arvio taloudellisesta tilanteesta on, että kotitalous pärjää harkiten.

Potentiaalisista asukkaista 50 % on asunut nykyisessä kotikunnassaan yli 15 vuotta; joukossa korostuvat naiset, kahden aikuisen taloudet ja lapsiperheet.

Yritykset ja sidosryhmät

Ryhmä painottuu pieniin organisaatioihin: 39 %:lla on 1–4 työntekijää ja 17 %:lla 5–9. Yhteistyö Jämsän kaupungin kanssa on useimmiten vähäistä: 42 % ei ole tehnyt yhteistyötä lainkaan viimeisen vuoden aikana. Yhteistyötä tehdään eniten yleisellä tasolla kaupungin kanssa sekä yrityspalveluissa, toimitiloissa ja tonteissa, infrassa ja matkailussa.



Nykyiset ja potentiaaliset asukkaat

JÄMSÄ

Nykyisten ja potentiaalisten asukkaiden mielikuvat rakentuvat eri tavoin

Mitkä positiiviset adjektiivit kuvaavat Jämsää? Mainitse enintään kolme ensimmäisenä mieleen tullutta asiaa.

Sekä nykyiset että potentiaaliset asukkaat liittävät Jämsään **erityisesti luonnonläheisyyttä, rauhallisuutta ja kauneutta**. Nykyisten asukkaiden vastauksissa korostuvat **lisäksi turvallisuus, sujuva arki ja sijainti**, kun taas potentiaalisten mielikuvissa näkyvät vahvemmin **Himos, matkailu, liikunnallisuus ja elämyksellisyys**. Vastausten perusteella nykyisten asukkaiden mielikuva perustuu arjen kokemukseen, kun taas potentiaalisilla korostuu ulkopuolelta rakentunut matkailu- ja yleismielikuva.

Nykyiset asukkaat



Potentiaaliset asukkaat



Negatiiviset mielikuvat painottuvat nykyisillä ja potentiaalisilla asukkailla eri tavoin

Mitkä negatiiviset adjektiivit kuvaavat Jämsää? Mainitse enintään kolme ensimmäisenä mieleen tullutta asiaa.

Nykyisten asukkaiden kielteisissä mielikuvissa korostuvat erityisesti **palvelujen väheneminen, keskustan autoituminen, riitaisuus sekä sisäänpäin kääntynyt ilmapiiri**. Potentiaalisten asukkaiden vastauksissa painottuvat puolestaan **pienuus, syrjäisyys, kalleus, tylsyys ja heikko tunnettuus**.

Nykyiset asukkaat

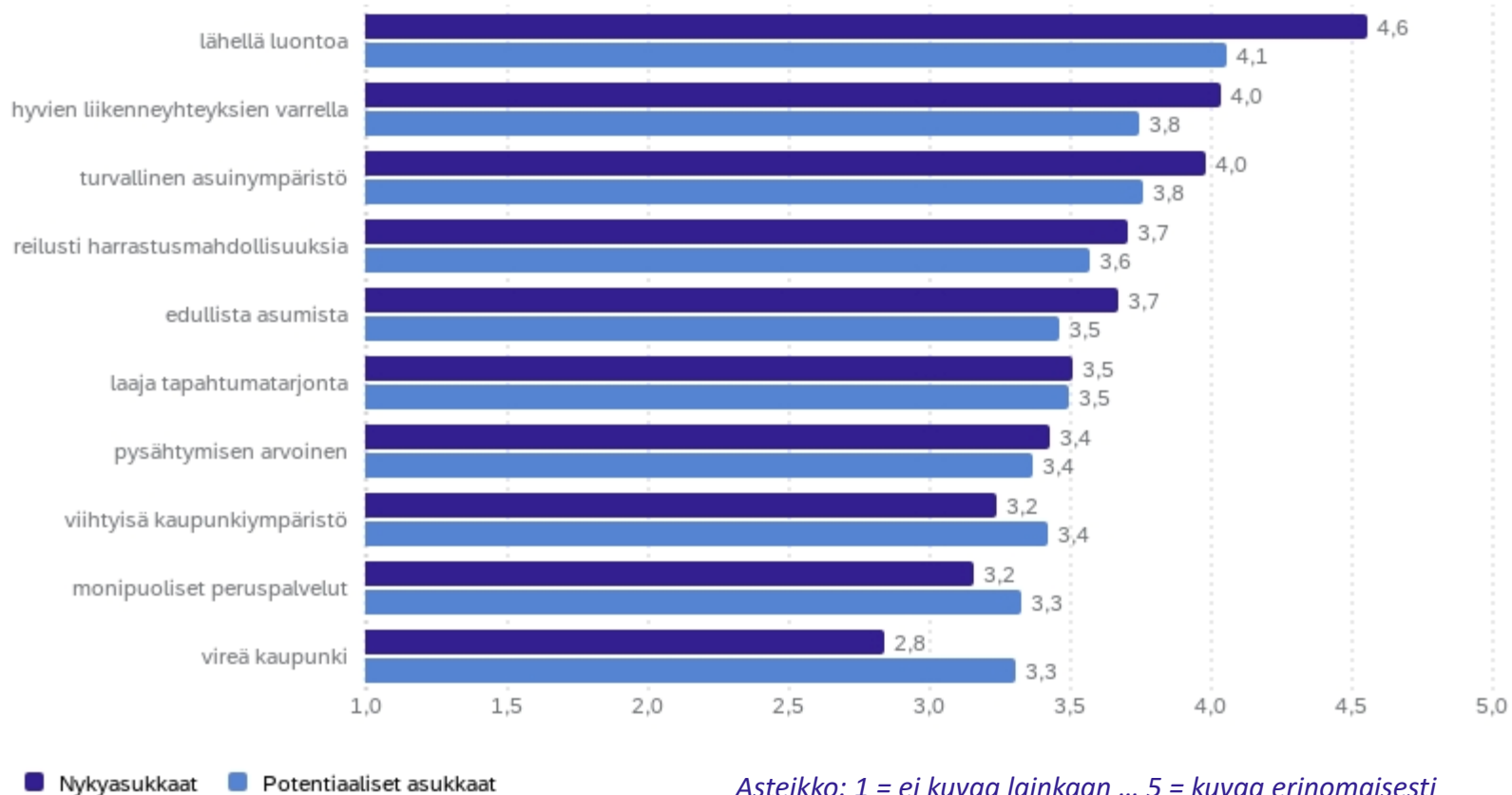


Potentiaaliset asukkaat



Nykyiset asukkaat arvioivat Jämsän selvästi potentiaalisia myönteisemmin

Kuinka hyvin seuraavat väittämät mielestäsi sopivat Jämsään mielikuviesi tai kokemuksien mukaan? 683



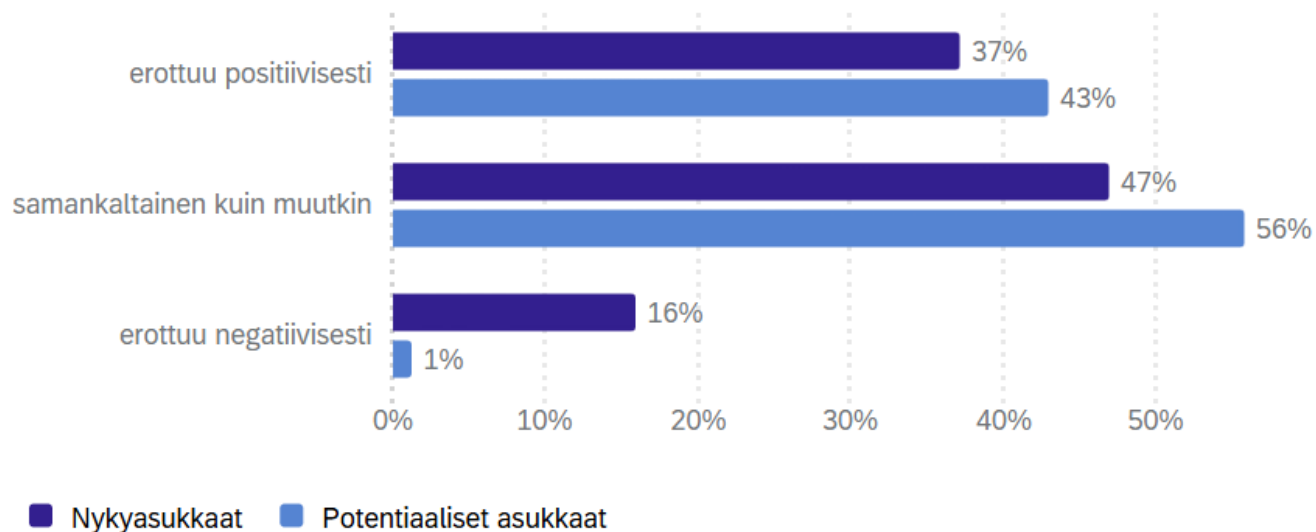
Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erinomaisesti

Sekä nykyiset että potentiaaliset asukkaat liittävät Jämsään erityisesti luonnonläheisyyden, hyvät liikenneyhteydet ja turvallisen asuinympäristön. Nykyiset asukkaat arvioivat Jämsän kuitenkin useimmilla osa-alueilla potentiaalisia asukkaita myönteisemmin, ja suurin ero näkyy siinä, kuinka vireänä kaupunkina Jämsä koetaan. Potentiaaliset asukkaat arvioivat nykyisiä asukkaita hieman myönteisemmin vain viihtyisän kaupunkiympäristön, monipuolisten peruspalvelujen ja vireyden osalta.

JÄMSÄ

Himos korostuu Jämsän erottuvuudessa

Miten Jämsä erottuu mielestäsi muista keskisuomalaisista kunnista? 683



Sekä nykyiset että potentiaaliset asukkaat arvioivat Jämsän useimmiten melko samankaltaiseksi kuin muut keskisuomalaiset kunnat. Potentiaaliset asukkaat näkevät Jämsän nykyisiä asukkaita useammin positiivisesti erottuvana.

Avointen palautteiden perusteella nykyisten asukkaiden mielestä erottuvuus liittyy Himokseen, luontoon ja tapahtumiin, mutta sitä heikentävät keskustan hiljeneminen, palvelujen väheneminen ja riitaisa ilmapiiri.

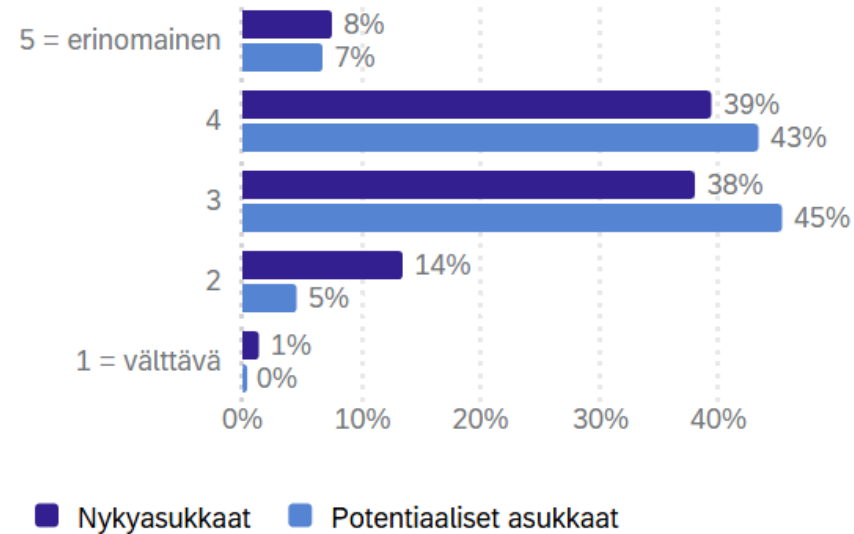
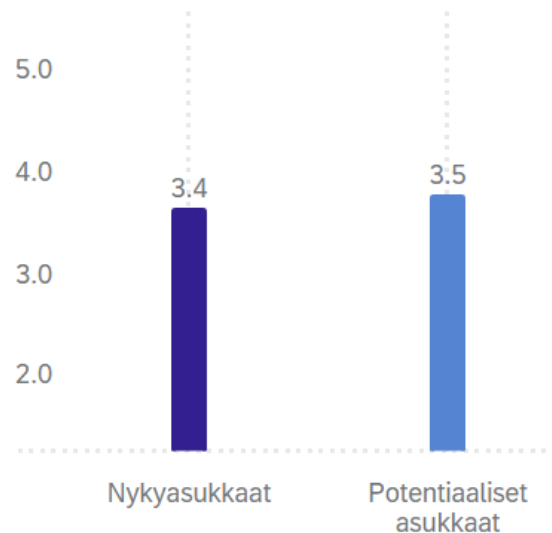
Potentiaalisten asukkaiden näkökulmasta erottuvuus perustuu lähes täysin Himokseen ja matkailuun – muuten Jämsä näyttäytyy melko tavallisena pikkukaupunkina.

JÄMSÄ

Jämsän maine koetaan melko hyvänä

Anna vielä kokonaisarvosana Jämsän maineelle mielikuviesi tai kokemustesi mukaan asteikolla 1-5.

681



Jämsän maine arvioidaan kokonaisuutena melko hyväksi. Potentialiaaliset asukkaat antavat maineelle hieman nykyisiä asukkaita paremman arvosanan.

Tunnettuutta halutaan vahvistaa Himoksen kautta, mutta myös sen ulkopuolella

Miten Jämsän tunnettuutta tulisi mielestäsi parantaa? (268)

Himoksen tunnettuutta tulisi hyödyntää nykyistä paremmin

Vastauksissa toistuu vahvasti ajatus siitä, että Himos tunnetaan, mutta yhteys Jämsään jää monelle epäselväksi. Tunnettuutta haluttaisiin vahvistaa niin, että Himos toimisi selkeämmin porttina myös muun Jämsän tunnettuuteen.

Tunnettuutta pitäisi rakentaa muustakin kuin Himoksesta

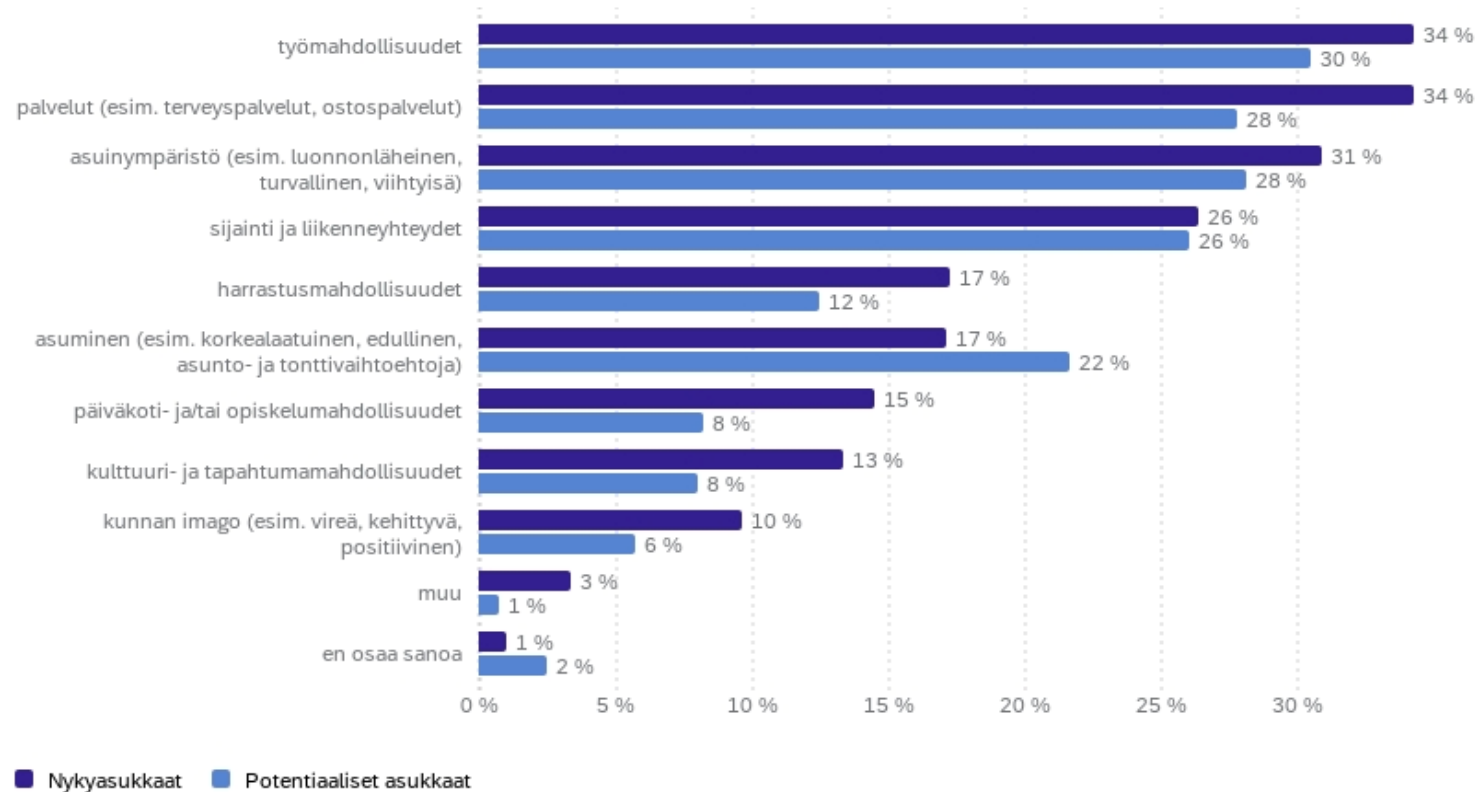
Useissa vastauksissa korostuu, että Jämsää tulisi tuoda esiin myös laajemmin asuinpaikkana ja kaupunkina. Esiin nostetaan erityisesti luonto, vesistöt, turvallisuus, lapsiperheiden arki, palvelut, harrastusmahdollisuudet ja kaupungin eri alueet Himoksen ulkopuolella.

Tunnettuus vaatii konkreettista kehittämistä, ei vain mainontaa

Monissa vastauksissa tunnettuuden parantaminen kytkeytyy suoraan kaupungin kehittämiseen. Esiin nousevat esimerkiksi työpaikat, palvelut, keskustan viihtyisyys, tapahtumat, yritysten toimintaedellytykset, positiivinen ilmapiiri ja sujuva arki. Näkemys on, että hyvä maine syntyy ennen kaikkea todellisista teoista.

Työ, palvelut ja asuinympäristö ohjaavat muuttovalintoja

Kuvitellaan tilanne, että harkitsisit muuttoa toiselle paikkakunnalle. Mitkä tekijät vaikuttaisivat ratkaisevasti muuttokuntavalintaasi? Valitse max. 5 kpl. Jos olet lähivuosina muuttanut nykyiselle asuinpaikkakunnallesi, voit myös valita tekijät mitkä saivat sinut valitsemaan nykyisen asuinkuntasi. 682



Sekä nyky- että potentiaalisilla asukkailla muuttovalintaan vaikuttavat ennen kaikkea työmahdollisuudet, palvelut ja asuinympäristö. Nykyasukkailla korostuvat hieman enemmän harrastus- ja opiskelumahdollisuudet, kun taas potentiaalisille asukkaille asumisen hinta ja vaihtoehdot ovat tärkeämpiä.



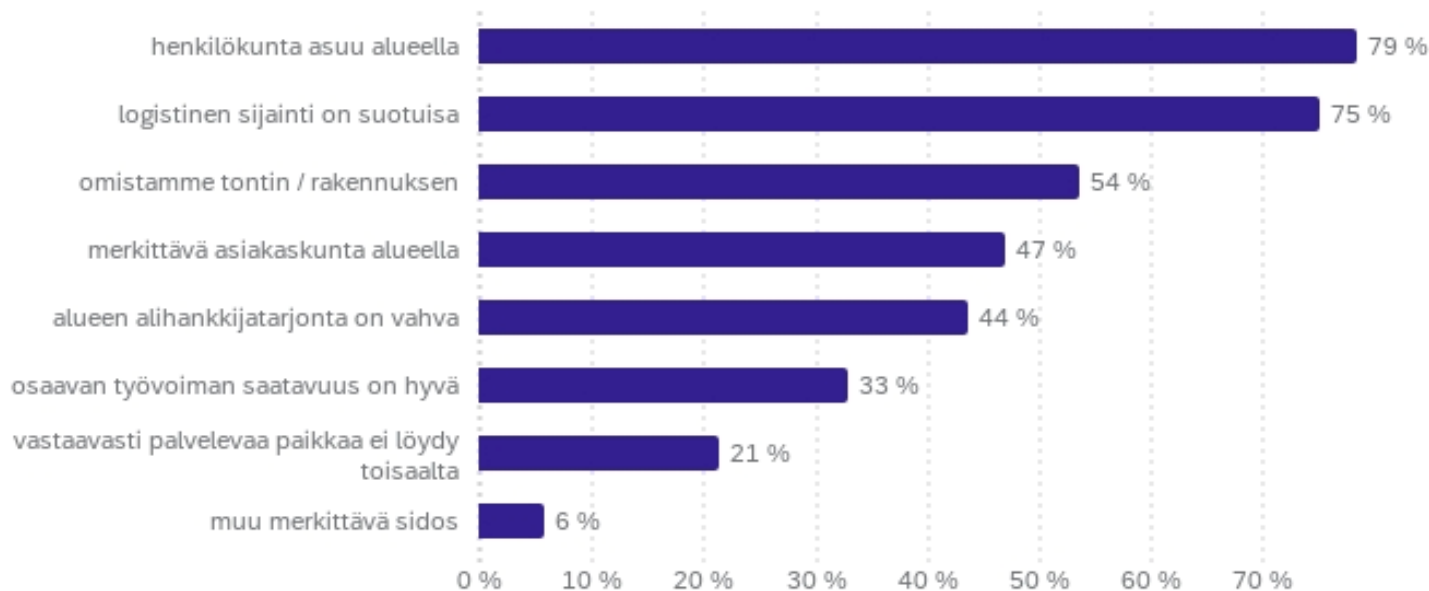
Yritykset ja sidosryhmät

JÄMSÄ

Sijaintiin sitovat erityisesti henkilöstö ja logistinen saavutettavuus

Mitä seuraavista sidoksista organisaatiollanne on nykyiseen sijaintiinsa? Voit valita useita.

121



Yritysten sijoittumista nykyiselle alueelle määrittävät ennen kaikkea henkilöstön sijainti ja logistinen saavutettavuus. Myös omat toimitilat sekä alueelle rakentunut asiakaskunta ja alihankkijaverkosto sitovat yrityksiä vahvasti nykyiseen sijaintiin.

Tunnettuuden kehittäminen nojaa vahvasti Himokseen – muu Jämsä jää varjoon

Miten Jämsän tunnettuutta tulisi mielestäsi parantaa? (85)

Vastauksia tunnettuuden kehittämiseen saatiin melko rajallinen määrä, mutta niissä toistuvat teemat ovat selkeitä. Jämsän tunnettuus rakentuu tällä hetkellä vahvasti Himoksen varaan, ja moni kokee, että Jämsä itse jää sen varjoon – osa ei myöskään tiedä Himoksen sijaitsevan Jämsässä.

Tunnettuuden kehittämisessä nähdään tärkeänä sekä Himoksen hyödyntäminen että siitä irrottautuminen: Himoksen vetovoimaa tulisi käyttää nykyistä paremmin koko Jämsän tunnettuuden kasvattamiseen, mutta samalla tuoda esiin myös muita vahvuuksia, kuten luontoa, sijaintia, yritystoimintaa ja asumisen etuja.

Lisäksi korostuu tarve lisätä näkyvyyttä valtakunnallisesti sekä kehittää markkinointia konkreettisemmaksi ja erottuvammaksi. Pelkkien kampanjoiden sijaan peräänkuulutetaan myös tekoja, yhteistyötä ja johdonmukaista tekemistä, joiden kautta positiivinen mielikuva vahvistuu pidemmällä aikavälillä.

Jämsän maine on hyvä

Anna vielä kokonaisarvosana Jämsän maineelle mielikuviesi tai kokemustesi mukaan asteikolla 1-5.

115



Jämsän maine on pääosin positiivinen, mutta melko neutraali. Jämsä nähdään “ihan hyvänä”, mutta se ei vielä herätä vahvoja tai erottuvia mielikuvia.

JÄMSÄ

Yritysten houkuttelu edellyttää sujuvaa toimintaympäristöä ja toimivia peruspalveluja

Mihin toimenpiteisiin tai teemoihin Jämsän pitäisi lähitulevaisuudessa toiminnassaan ensisijaisesti panostaa, jotta se vahvistaisi houkuttelevuuttaan yrityksellenne tai sidosryhmäkumppanina? (103)

Yritystävällisyys ja sujuvampi toimintaympäristö keskiöön

Vastauksissa korostuu tarve tehdä Jämsästä aidosti yrittäjäystävällinen. Keskeisiä odotuksia ovat byrokratian keventäminen, kaavoituksen ja lupaprosessien joustavuus sekä päätöksenteon sujuvoittaminen. Pelkkä puhe ei riitä, vaan toivotaan konkreettisia tekoja, nopeampaa reagointia ja yrittäjien aktiivista kuuntelemista.

Elinvoimaa kasvua tukevilla investoinneilla ja työpaikoilla

Jämsän houkuttelevuus nähdään olevan sidoksissa uusien yritysten, investointien ja työpaikkojen syntymiseen. Tarve kohdistuu erityisesti teollisuuden kehittämiseen, osaavan työvoiman saatavuuteen sekä koulutusyhteistyöhön. Myös väestönkasvu, erityisesti työikäisten ja lapsiperheiden houkuttelu, nähdään keskeisenä.

Toimivat peruspalvelut ja sujuva arki vetovoiman perustana

Peruspalveluiden toimivuus, kuten sosiaali- ja terveystyö, koulutus ja varhaiskasvatus, nousevat tärkeiksi tekijöiksi. Lisäksi korostuvat liikenneyhteydet, logistiikka, toimitilat ja asumisen edellytykset. Näitä pidetään välttämättöminä sekä yritysten että työntekijöiden houkuttelemiseksi ja sitouttamiseksi.