

ELINVOIMAOHJELMA - HÄMEENLINNA 2014-2020

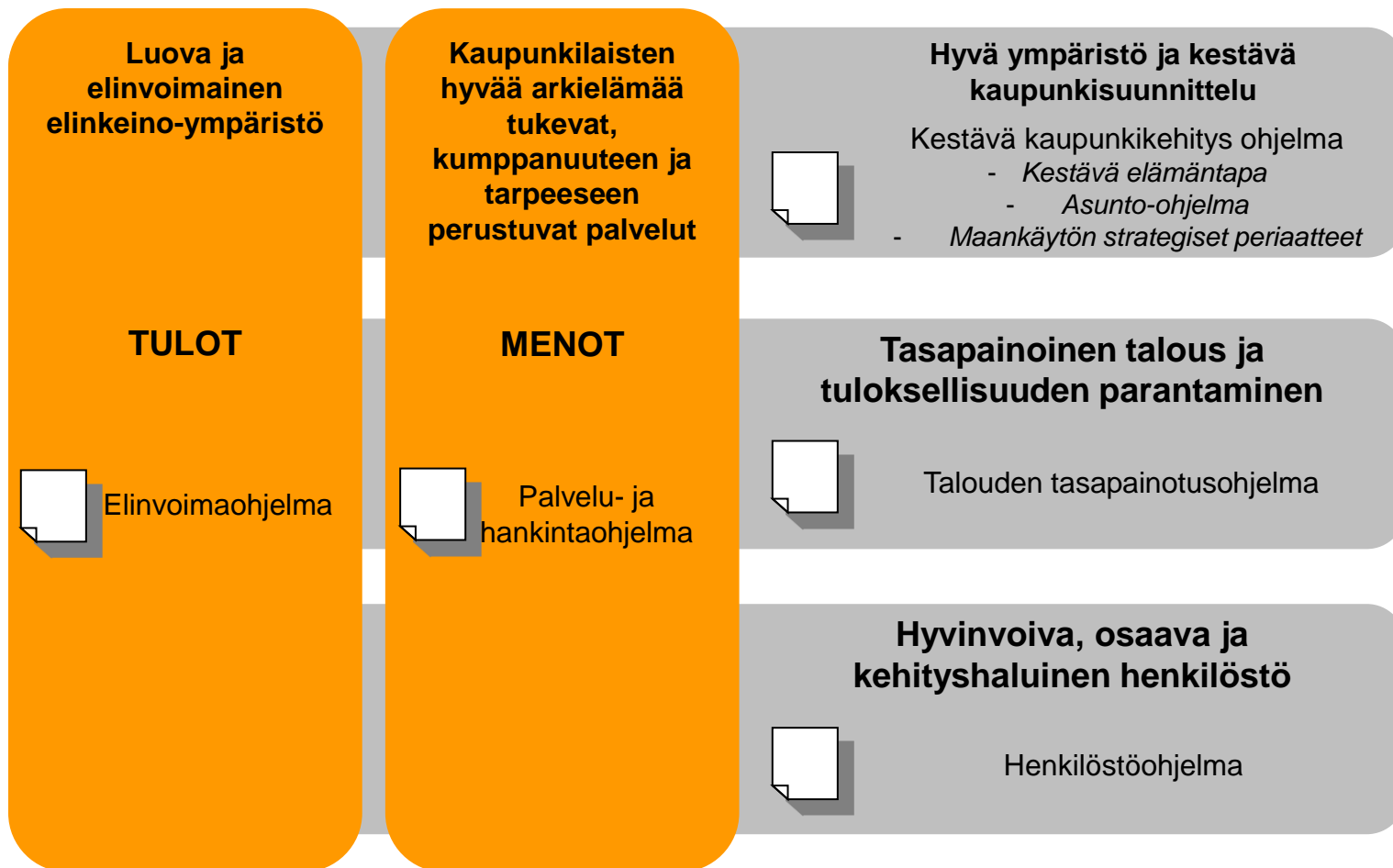


Viitekehys

Tulevaisuudessa kuntien haasteina ovat julkisen talouden vakauttaminen, ikääntyvän väestön kasvu sekä kilpailun kiristyminen ja nopeutuminen niin kansainvälisesti kuin kotimaassakin

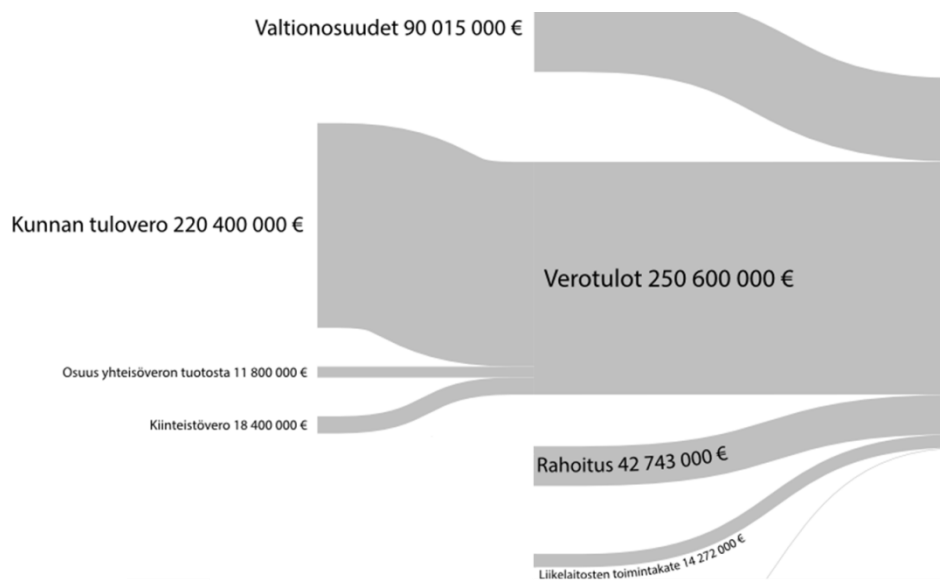


Kaupunkistrategian toimeenpano



Elinvoimaisuus ja kunta

- Kuntien tehtävät hyvinvointivaltiossa ovat painottuneet opetus-, terveys- ja sosiaalipalvelujen järjestämiselle. Riittävän tulopohjan varmistamiseksi kuntien on jatkossa tehostettava toimintaansa.
- Elinvoiman edistäminen nousee uuteen arvoon, jotta riittävä tulopohja voidaan varmistaa. Suomen kaupungistuminen jatkuu edelleen ja samalla korostuu kaupunkien rooli kansantalouden kasvun luojana. Kaksi kolmasosaa Suomen kansantulosta tulee kymmenestä suurimmasta kaupungista.



Lähde: Hämeenlinna.fi - veropuu



Strategia ja elinvoimaohjelma

- Hämeenlinnan kaupunkistrategian yksi viidestä päämäärästä on **luova ja elinvoimainen elinkeinoympäristö**.
- Luovan ja elinvoimaisen elinkeinoympäristön menestystekijöiksi Hämeenlinnassa nähdään
 - yritysten sujuvat sijoittumisprosessit
 - joustava ja tehokas elinkeinotoimi yhdessä toimijoiden kanssa
 - Helsinki-Hämeenlinna-Tampere kasvukäytävän vahvistaminen ja hyödyntäminen
 - elinkeinoelämän tarpeita vastaavan koulutustarjonnan ja hyvinvoivan työvoiman saatavuus.
 - kansainvälistymisen lisääntyminen, esimerkiksi Venäjä.



Hämeenlinnan elinvoimaohjelman tavoite

Hämeenlinnan elinvoimaohjelman tavoitteena on verotulojen kasvu.

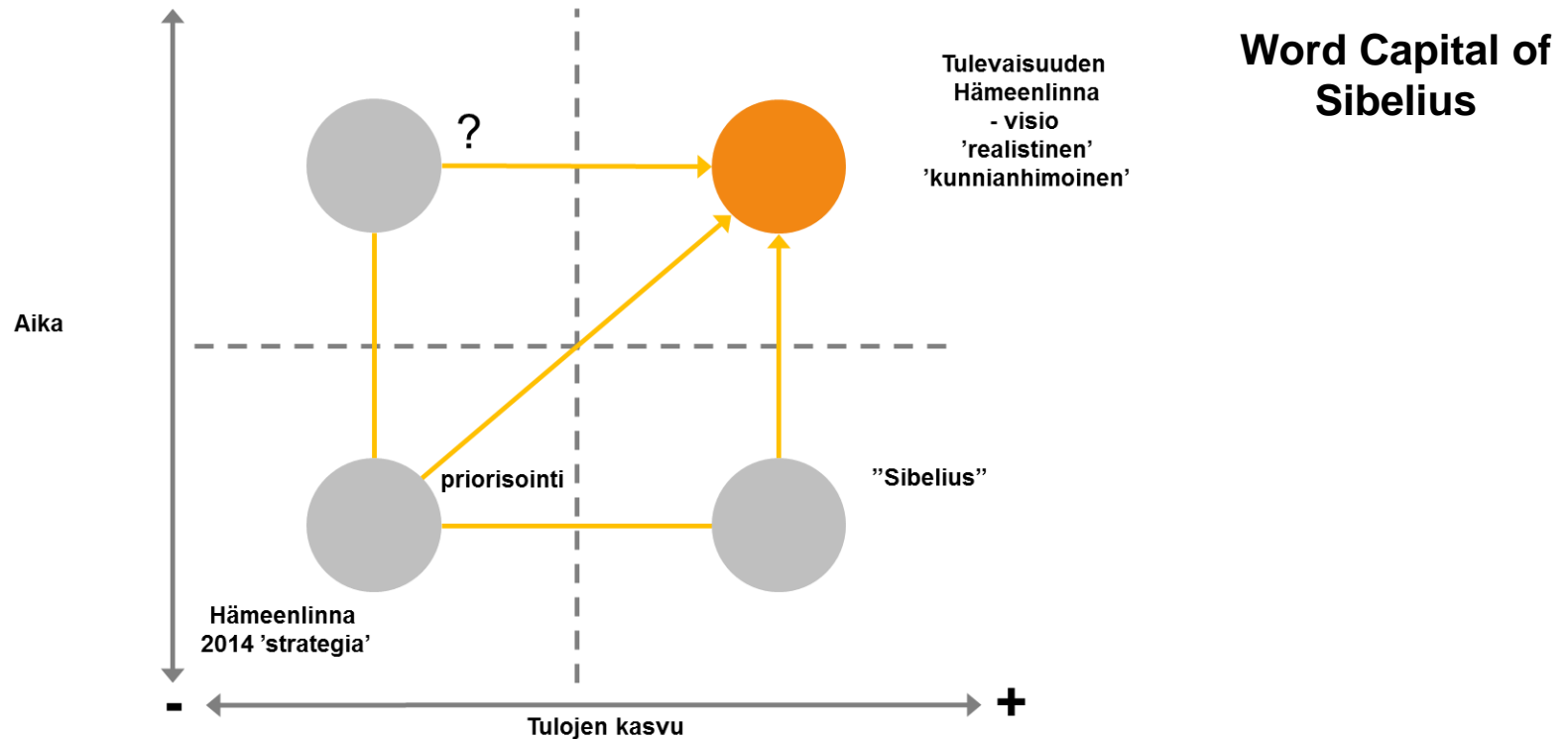
- osaamisen
- yritysten tuloksen
- työpaikkojen määrän
- investointien
- hyvinvoinnin ja
- väestön

KASVU

- Elinvoimaisuuden kautta on mahdollista toteuttaa Hämeenlinnan visio: ***historiastaan elinvoimaa ammentava, kaunis ja kodikas kulttuurikaupunki Suomen sydämessä.***



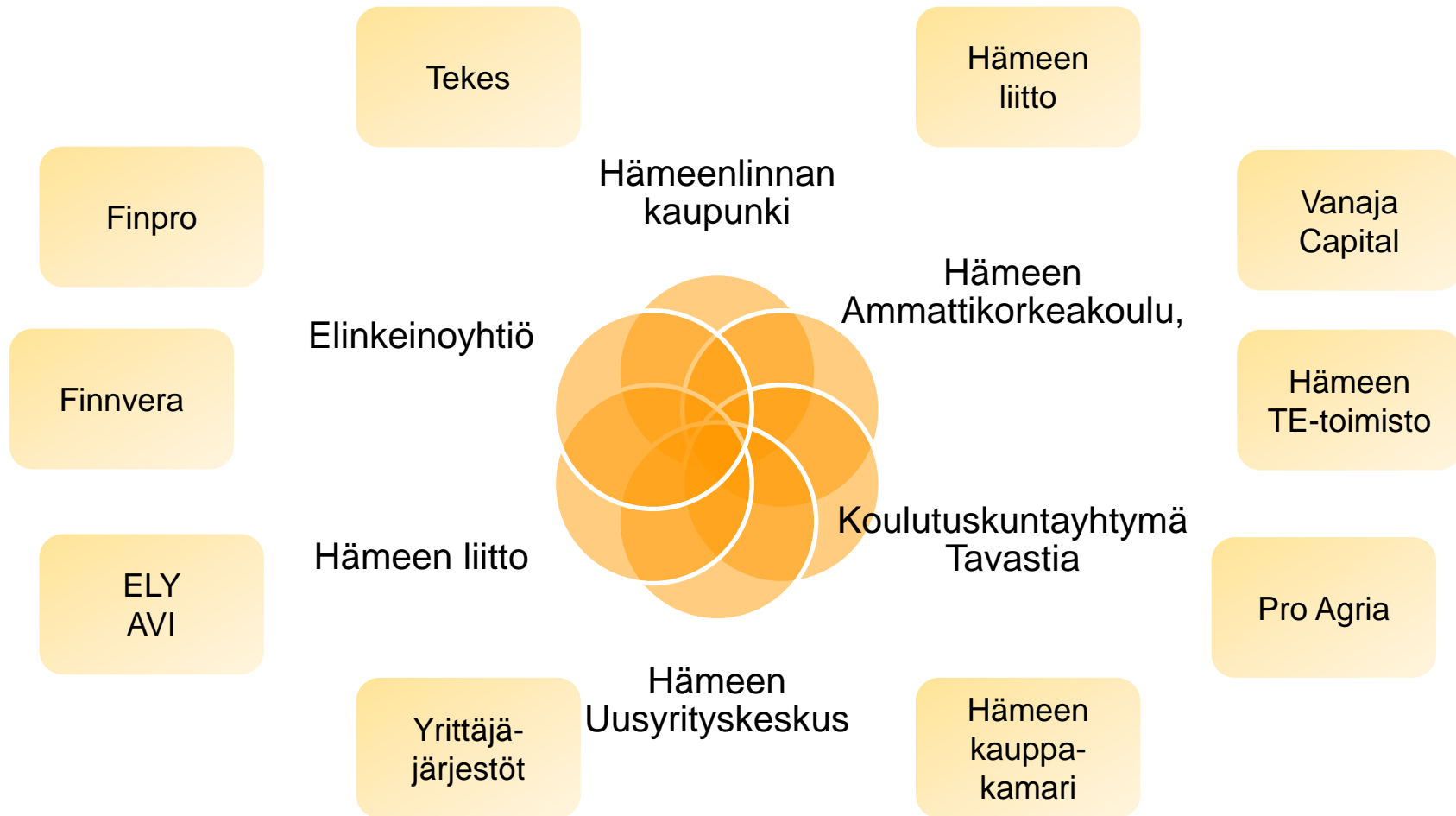
Visiosta elinvoimaa



Lähde: mukaillen Pwc 2011, making it happen

- Hämeenlinnan elinvoimaisuutta kartoitettaessa tulee priorisoida tekeminen tuleville vuosille. Resurssit ja markkinointitoimenpiteet voidaan paremmin kohdentaa strategisesti tärkeisiin tekijöihin.

Hyvinvointia ja elinvoimaa tehdään yhteistyössä



Polku elinvoimaohjelmaan vuodesta 2001

2001 Hämeenlinnan seudun elinkeinostrategia

2005 Elinkeinostrategian päivitys

2009 Maankäytön, asumisen ja liikenteen 2030 kehityskuvaselvitys yhdessä Hattulan ja Janakkalan kanssa


2010 Hämeenlinnan ja Hattulan 2010-2015 elinkeinostrategia, Kehittämiskeskus Oy Häme

2014 Elinvoimaohjelma 2020

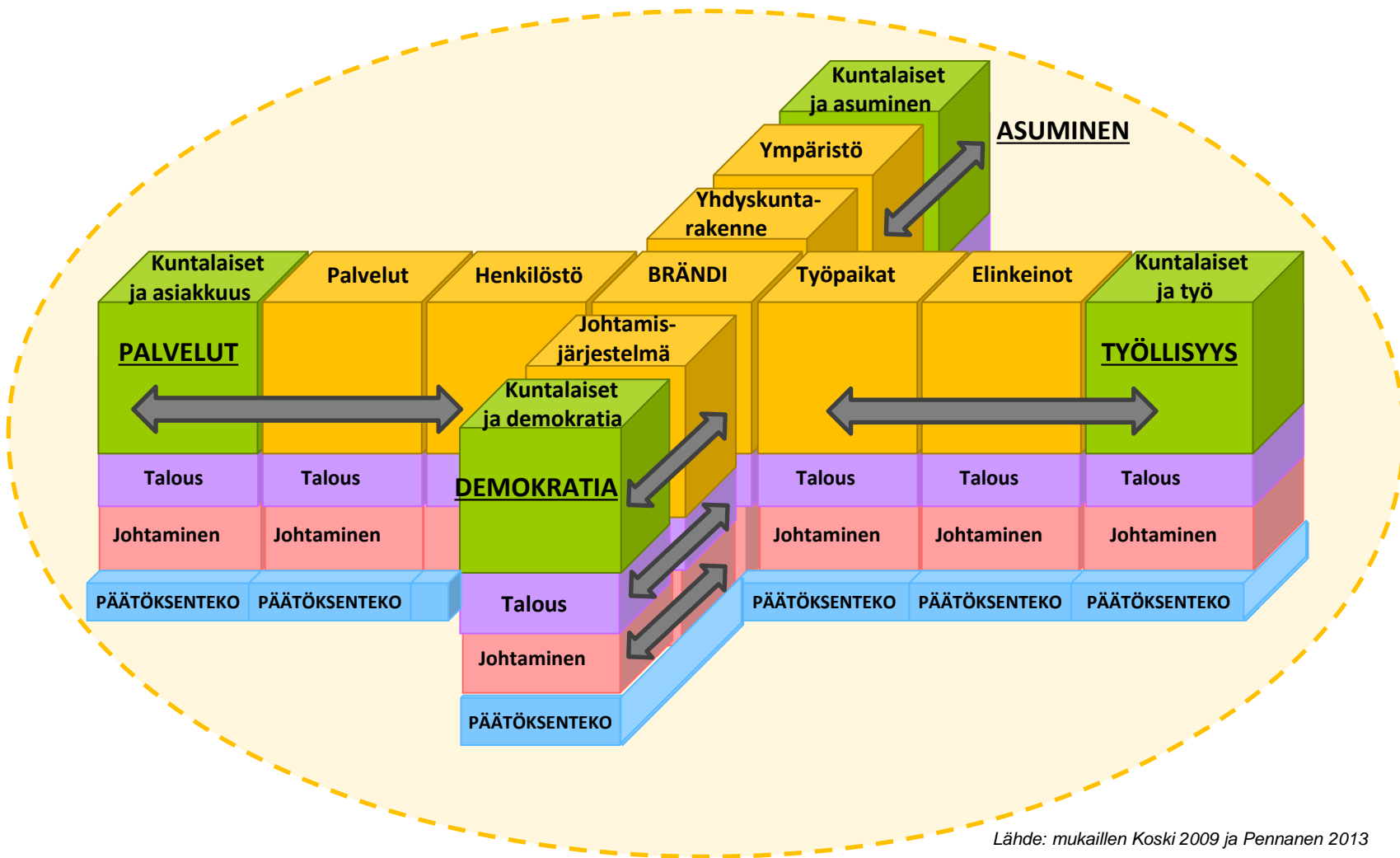


Polku elinvoimaohjelmaan vuodesta 2013

26.8.2013	KH päätös kaupunkistrategian jatkotyöstä (palvelu- ja hankintaohjelma, elinkeinostrategia)
Lokakuu 2013	Työpaja kuntalaisille
13.12.2013	Elinvoimakysely yrityksille, asukkaille ja valtuutetuille
2.12.2013	Jory
18.12.2013	Elinvoiman eväät työpaja
7.1.2014	Kaupunginhallituksen seminaari – elinvoimatekijät
8.1.2014	Yrittäjien seminaari
15.1.2014	Kysely yrittäjille, Pendelöintikysely
3.2.2014	Jory
10.2.2014	Jory , Valtuuston seminaari
20.2.2014	YTTK
2014	KH, Valtuusto



Elinvoimainen ja toimintakykyinen kunta



Elinvoimatekijät



1. Vahva Hämeenlinna brändi



Hämeenlinnan elinvoimatekijät



Vahva Hämeenlinna –brändi

- Kaupunkien kehittämistä on viime vuosina mietitty useasta eri näkökulmista. Ennen kaikkea tarvitaan uusia ideoita ja liiketoimintaa, asukkaiden osaamista ja luovuutta mutta myös hyvää hallintoa ja järkevää kaupunkisuunnittelua.
- Kaupungistuminen jatkuu edelleen ja kaupungit menestyvät, jos ne tarjoavat asukkaille palveluja ja hyötyjä. Kuntalaisille hyötyjä ovat työllisyys, koulutus, asuminen, sosiaalinen liikkuvuus ja saavutettavuus. Yritykset tarvitsevat koulutettua työvoimaa, kohtuuhintaisia palvelutuotannon kustannuksia ja tarvikkeiden ja markkinoiden läheisyyttä.
- Jotta Hämeenlinnalla on houkutteleva asema kilpailtaessa asukkaista ja osaamisesta, tarvitaan vahvaa kaupunkibrändiä. On tärkeää, että kasvatetaan asukkaiden, yrittäjien ja sijoittajien luottamusta. On tärkeää, että vetovoima ja imago kasvaa esimerkiksi rakennetun ympäristön, elämänlaatupalvelujen, merkittävien tapahtumien ja kuuluisien henkilöiden avulla.



Vahva Hämeenlinna –brändi

- Kaupunkibrändin rakentamisesta vastaa laaja toimijaverkosto. Sekä kaupungin organisaation että ulkoisen palveluverkoston toimijoilla olisi oltava yhdenmukainen käsitys Hämeenlinna –brändistä, niistä tekijöistä, jotka vaikuttavat mielikuvaan Hämeenlinnasta. On tärkeää että kaupungissa palvelut toimivat ja ovat riittävän laadukkaita. On tärkeää, että esiin nousee Hämeenlinnan vahvuudet kaikissa verkostoissa
- Asiakas muodostaa palvelumielikuvan saamansa palvelun kautta. Kaupunkibrändin rakentamiseen liittykin useita eri palveluntoimittajien tuotteita ja palveluja. Kuinka saadaan rakennettua yhtenäinen brändisuunta eri toimijoiden kesken?
- Mieli- sekä mainekuvat nousevat tulevaisuudessa entistä tärkeämmäksi.
- Viestintä ja markkinointi ovat merkittäviä työkaluja vetovoimaisuuden lisäämisessä samoin matkailu, kansainvälisyys, asuminen ja elämänlaatu.



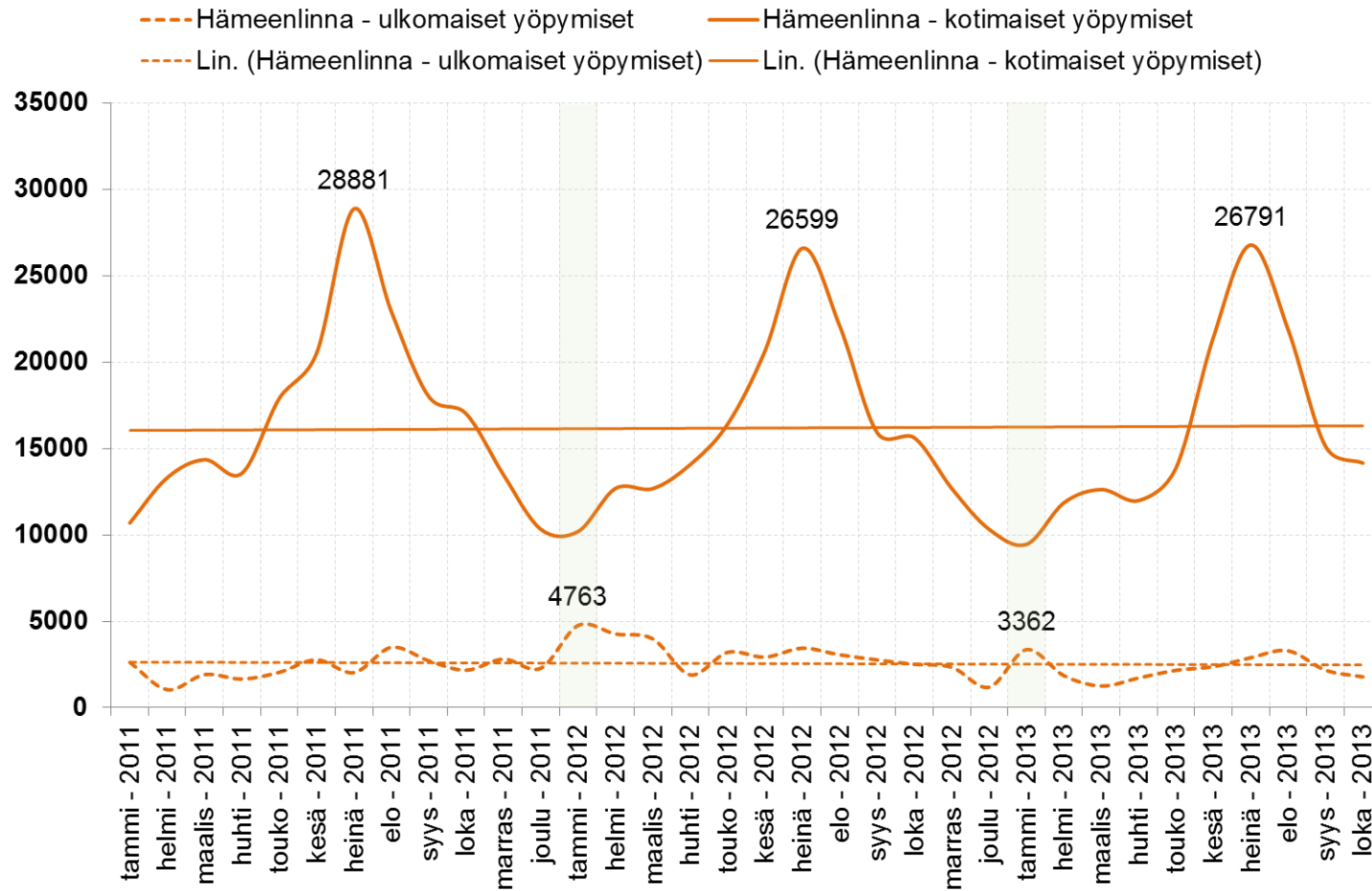
Matkailu ja kansainvälisyys

- Hämeenlinnan matkailijoiden yöpymisistä noin 85 % syntyy kotimaisen matkailun ja 15 % ulkomaisen matkailun kautta.
- Kotimaisessa matkailussa heinäkuu on selvästi suosituin yöpymiskuukausi ja ulkomaisessa tammikuu.
- Kanta-Hämeeseen saapuu eniten hotellimatkailijoita Venäjältä, Saksasta ja Ruotsista.
- Venäläisten osuus hotelliyöpymisissä on ollut 2000 luvun kasvussa. Tämä tulisi huomioida matkailun kehittämisessä.
- Palveluita tulisi tarjota kotimaisilla kielillä, englanniksi ja venäjäksi.
- Hämeenlinnan suurimpia matkailukohteita kävijämäärien suhteen ovat Hämeen Linna ja Aulanko. Näitä kärkiä tulisi kehittää entisestään. Kanta-Häme on tunnettu myös maaseudusta ja luontomatkailusta. Hämeessä on rikasta vanhaa kulttuurihistoriaa. Vanha kulttuurihistoria yhdistettynä luonto-, metsästys- ja kalastusmatkailuun tuovat uusia mahdollisuuksia matkailutuotteita rakennettaessa..



Hämeenlinnan yöpymistilasto 2011-2013

lukumäärät



Lähde: Tilastokeskus, MEK

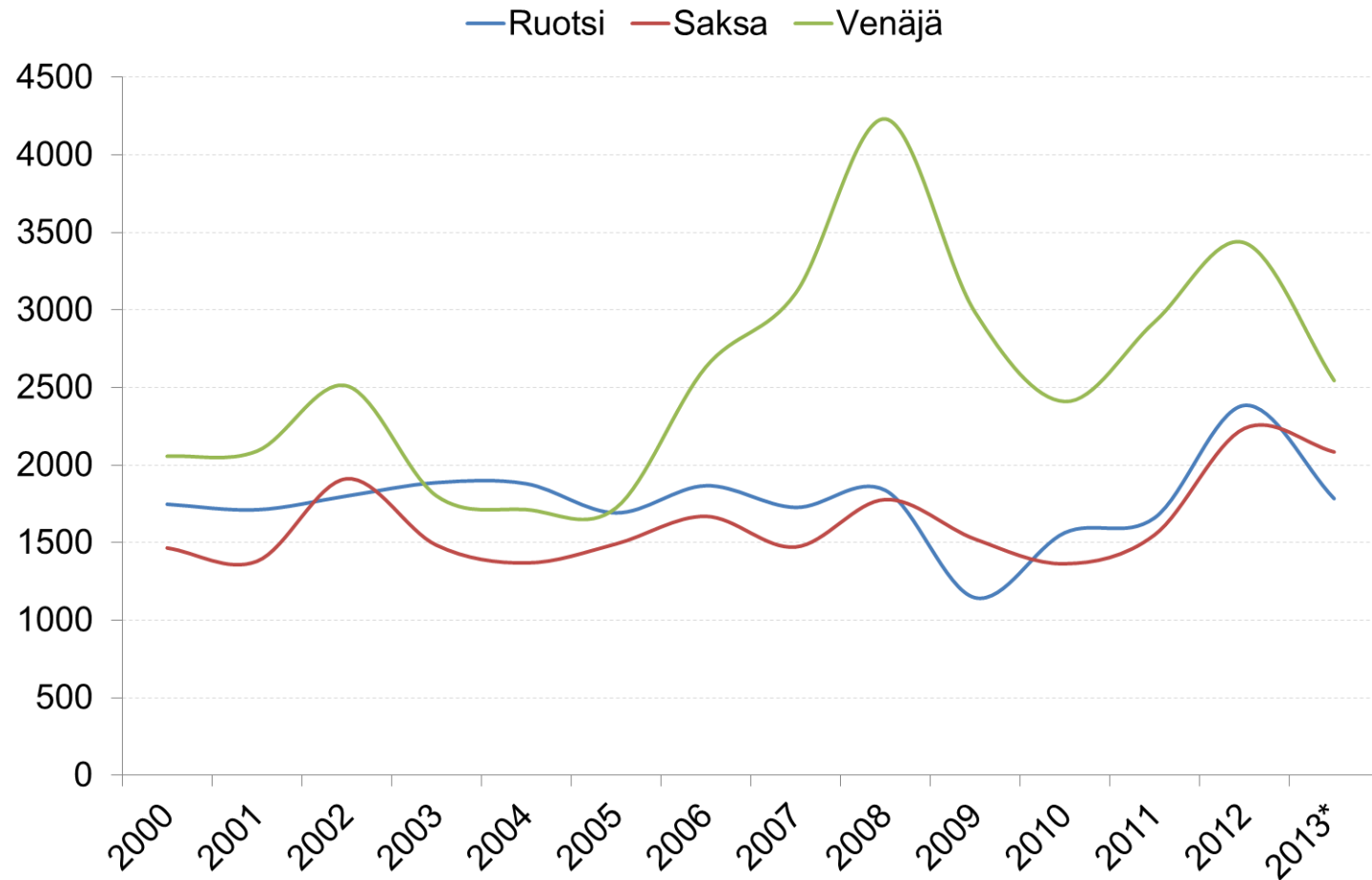


Matkailu ja kansainvälisyys

- Kaupunkimatkailu on yksi nopeimmin kasvavia toimialoja matkailuliiketoiminnassa. Kaupunkimatkailun suosiota ovat viime vuosina edesauttaneet halpalentoyhtiöiden, kuten EasyJetin ja Ryanairin kaltaisten toimijoiden tulo markkinoille.
- Matkojen suunnittelusta on tullut entistä helpompaa. Yli puolet eurooppalaisista matkailijoista tekee matkavarauksensa omalta kotikoneelta. Samalla myös kaupunkien välinen kilpailu turisteista on kasvanut.
- Lomamatkoilla haetaan visuaalisia kokemuksia. Turisteina katsomme kaupungin nähtävyyksiä eri ”moodissa” kuin asukkaina. Turistimoodiin vaikuttaa vahvasti turistin kotimaa, yhteiskunta ja sosiaaliset normit. Median luovat mielikuvat vaikuttavat vahvasti myös turistimoodin syntymiseen.
- Hämeenlinnan kaupunki on vetovoimainen kesäasumisen kaupunki. Vapaa-ajan asukkaat tuovat Hämeenlinnaan elinvoimaa.



Turistiryhmien yöpymiset hotelleissa, kolme suurinta



Lähde: Tilastokeskus, MEK



HÄMEENLINNAN KAUPUNKI
Hyvä arki asuu Hämeenlinnassa

Maaseutumaiset kaupunginosat

- Hämeenlinnassa on kaupunkikeskustan lisäksi viisi maaseutumaista kaupunginosakeskusta.
- Keskukset profiloituvat monimuotoisiksi elinvoimakeskuksiksi.
- **Hauho:** yhteisöllinen, kesäasukkaan paratiisi, perinteet ja vanha raitti
- **Kalvola:** Design-kaupunginosana tunnettu, myös matkailijoiden tuntema, sijainniltaan erinomainen asumisen keskus.
- **Lammi:** yhteistyön ja verkostoitumisen taajama, jossa on kaunis luonnon ympäristö, tuotteistaan tunnettua yritystoimintaa, sopivan kokoinen paikka asua yksilöllisten palvelujen ääressä.
- **Renko:** keskuskaupungin läheisyydessä, maaseutumainen taajama, luonnonkauneutta, historiaa ja edullista asumista.
- **Tuulos:** maaseutu, jossa vahva kaupallisten palvelujen keskittymä, mutta silti pieni ja rauhallinen.

Lähde: Alueprofilointi 2013



2. Elinkeinoelämän tarpeita vastaava koulutustarjonta ja hyvinvoivan työvoiman saatavuus



Osaaminen

- Tärkein tekijä kunnan elinvoimaisuuden kannalta ovat osaavat ihmiset. Ilman ihmisiä ei ole elinvoimaa. Näin ollen kaupungin rooli osaamisen kehittämisessä ja koulutusedellytysten luomisessa on merkittävä.
- Osaamisen kasvattamista edesauttaa yhteistyö ja kumppanuus yliopistojen, tutkimuslaitosten ja ammattikorkeakoulujen kanssa. Yksilön osaaminen voidaan jakaa tietämykseen, luovuuteen ja kykyyn innovoida. Osaamisen kehittäminen vaatii aktiivista virallisten ja epävirallisten verkostojen luontia.
- Osaava ja luova inhimillinen pääoma kasautuu sijaintitekijöiden ja keskittymisen ansioista Helsingin ja Tampereen väliselle alueelle. Jatkossa Hämeenlinnan kannalta on ratkaisevaa se, kuinka kaupunki onnistuu houkuttelemaan kovien ja pehmeiden tekijöiden avulla eri muuttajaryhmiä alueelle
- Hämeenlinnan on huolehdittava, että yritykset löytävät helposti osaavaa työvoimaa ja tarvittavaa koulutusta alueella



Työllisyys elinvoimatekijänä

- Mahdollisimman korkea työllisyys on yksi elinvoimaisuuden tekijä. Tämän vuoksi erityisesti pitkäaikaistyöttömyyden vähentäminen ja tiettyjen erityisryhmien (nuoret, maahanmuuttajat, osatyökykyiset) työllisyyden edistämisen tulee olla merkittävässä osassa myös alueen elinkeinopolitiikkaa, tutumpien työllisyys- ja sosiaalipolitiikan ohella.
- Kuntien vastuulle on todennäköisesti siirtymässä tulevina vuosina entistä enemmän velvoitteita pitkäaikaistyöttömyyden hoitamiseen ja kustannuksiin



Työttömyys

- Kaupungin elinvoimaohjelman näkökulmasta työttömyyttä - erityisesti pitkäaikaista työttömyyttä - torjuvilla toiminnalla, aktivoinnilla, syrjäytymisen ehkäisyllä sekä osallisuutta lisäävillä toimilla on suuri merkitys. On tärkeitä huolehtia systemaattisesti ja vaikuttavasti lyhyempiä tai pitempiä jaksoja työelämän ulkopuolella olevien työvoimaan kuuluvien kuntalaisten toimintakyvystä, työkyvystä sekä työmarkkinakelpoisuudesta.
- Työttömyys ja erityisesti pitkäaikaistyöttömyys on kasvava ajankohtainen ongelma. Työttömyyteen välittömästi ja välillisesti liittyvät kulut kuten kunnan ja valtion sosiaali- ja työttömyysturvamenot kasvavat työttömyyden syventyessä. Samalla menetetään verotuloja. Työttömyyden kielteiset vaikutukset sekä työttömille että koko yhteiskunnalle kasvavat ja kasautuvat.



Työllisyyspalveluiden kehittäminen

- Työllisyyspalvelujen kehittämisen lisäksi on tärkeää tarjota alueen yrittäjille tukitoimia työnhakijoiden palkkaukseen. Tällaisia ovat muun muassa palkkauksen tuki, työhönvalmennukselliset palvelut ja työnhakijoiden taitojen ja työkyvyn parantaminen. Näin yritykset saavat kohdennettua omat resurssinsa itse yritystoimintaan .
- Työttömyyden hoidon kannalta on oleellista, että alueen yritysten ja työpaikkojen määrä kasvavat. Erityisesti tarvitaan matalan koulutustason ja suorittavan työn paikkoja. Myös niin sanottuja välityömarkkinoiden paikkoja tarvitaan yrityksiin. Tämän tukemiseksi Hämeenlinnan kaupunki tulee lisäämään sosiaalisia kriteereitä, erityisesti työllisyyden edistämisen painostusta omissa hankinnoissaan.
- Yksityissektorille työllistäminen on taloudellisesti kannattavaa ja iso osa työllisyyden kustannuksista palaa julkiselle sektorille verotuloina ja säästyneinä tulonsiirtoina



3. Kasvukäytävän (HHT-akseli) vahvistaminen ja hyödyntäminen



Liikkuvuuden lisääntyminen

- Viime vuosikymmeninä ihmisten liikkuvuus on lisääntynyt räjähdysmäisesti ja tämän myötä saavutettavuuden merkitys on kasvanut. Saavutettavuudella voidaan käsittää karkeasti sekä kotimaiset että ulkomaiset yhteydet. Hienojakoisemmin tarkasteltuna saavutettavuus käsittää ilma-, vesi- ja maaliikenteen sekä tietoliikenneyhteydet.
- Tietoliikenneyhteyksien saatavuus ja sujuvuus ovat Suomen kaupungeissa hyvällä tasolla. Maaliikenteessä on viime vuosikymmeninä korostunut kumipyöräliikenne. Kestävän kehityksen myötä rautateiden merkitys on uudelleen korostumassa ja kasvamassa. Saavutettavuutta tarkasteltaessa tulee huomioida, että kaupungit eivät ole vain yksittäisiä pisteitä vaan toimivat laajemmassa verkostossa. Yhdyskunnat muodostuvat kaupunkihyödykkeistä. Vyöhykkeissä paikkakunnat voivat hyötyä toisistaan.
- Hämeenlinna sijaitsee Helsingistä Tampereen seudulle saakka ulottuvan kasvuvyöhykkeen, ns. Helsinki-Hämeenlinna-Tampere (HHT) -kasvukäytävän keskiosassa. Kasvukäytävä on kehittynyt aluksi päiden suurten keskusten ympärille, hyvän infran varaan. Viime vuosikymmeninä päiden kasvu on ulottunut kasvukäytävän keskiosiin saakka ja näin kasvun ilmiö on lopulta yhdistänyt koko alueen



HHT-kasvukäytävä

- HHT-kasvukäytävä muodostaa aluerakenteellisen kokonaisuuden, jonka sisällä taajamien ketju on pidempi ja tiiviimpi kuin missään muualla Suomessa.
- HHT on vuosikymmenten aikana vahvistunut paitsi rakenteellisesti, myös toiminnallisesti. Alueella asuu jo joka kolmas suomalainen, ja kaikista Suomen työpaikoista ja bruttokansantuotteesta alueen osuus on lähes puolet. HHT on yhtenäinen työmarkkina-alue ja miljoonien ihmisten päivittäisen liikkumisen ja toimeliaisuuden alusta. Tämä alue muodostaa Suomen kilpailukyvyn kivijalan.
- HHT-verkoston v. 2013 käynnistynyt kasvukäytävähanke käsittää kolme laajaa teemakokonaisuutta: **liikkumisen kehittämisen (henkilöliikenne ja logistiikka), elinkeinotoimen ja osaamisen verkostoitumisen edistämisen** sekä **Älykäs kaupunki teeman** (aluerakenteen ja yhdyskuntarakenteen kehittäminen, asumisen kehittäminen, energiantuotannon ja -tehokkuuden kehittäminen sekä kaupunkikulttuurityö koko kasvukäytävän alueella).



Pendelöinti ja liikkuminen

- Pendelöinti ja liikkuminen ovat keskeisiä tekijöitä Helsinki-Hämeenlinna-Tampere -kasvukäytävän toiminnassa. Erityistä merkitystä tällä on juuri kasvukäytävän keskivaiheilla (Hämeenlinnan seutu, Riihimäen seutu ja eteläinen Pirkanmaa), jossa työmatkojen keskipituudet ovat erityisen pitkiä. Pendelöivät muodostavat paitsi verotulolähteen, myös merkittävän työvoimareservin. Tämän seikan merkitys korostunee tulevaisuudessa työvoiman saatavuuden edelleen heikentyessä.
- Hämeenlinna tarvitsee pendelöiviä kuntalaisiaan, joten jatkossa on kiinnitettävä erityistä huomiota siihen miten kaupunki tämän asukasryhmänsä liikkuvaa elämäntapaa pystyy tukemaan.
- Jatkossa tulisikin kehittää pendelöintiä tukevia palveluita kokonaisvaltaisesti ja tutkia kasvukäytävän elinkeinorakennetta tarkemmin. Saavutettavuuteen liittyy myös oppilaitosten välisen yhteistyön kehittäminen. Tavaraliikenne on oleellinen tekijä kasvukäytävän kehittymisessä. Logistiikkakeskukset kasvukäytävän sisällä muodostavat verkostoja, jotka ylittävät hallinnonrajat.



Pendelöintitutkimus

- Hämeenlinnan kaupunki teki pendelöintitutkimuksen 2014 tammikuussa. Sen mukaan matkaan käytetyllä ajalla on suurin merkitys pääasiallisen kulkutavan valinnassa.
- Joukkoliikennevälineiden vuorotarjonta ja saavutettavuus sekä matkustamisen mukavuus vaikuttavat myös kulkutavan valintaan. Hämeenlinnaan ja Hämeenlinnasta pendelöivien yhdensuuntaiseen matkustamiseen kului aikaa hiukan yli tunti päivittäin. 7 % tutkimukseen vastanneista työmatka huomioitiin työajaksi.
- Lähes puolet (47 %) pendelöivistä oli matkustanut säännöllisesti työn tai opiskelun takia yli 6 vuotta, lähes päivittäin. Pendelöinnin syynä on se, että osaamista ja koulutusta vastaavaa työtä ei ollut tarjolla lähempänä kotipaikkaa. 57 % oli mahdollisuus tehdä etätyötä. 55 % teki etätyötä vähintään kuukausittain ja 27 % viikoittain.
- Asemanseutujen kehittäminen liittyy kiinteästi pendelöintiin Tutkimuksessa nousi esiin niitä asioita, joita pedelöijät kokivat tärkeiksi.



Asemanseutujen kehittäminen – palvelujen tärkeys työ- ja opiskelumatkailijoille

Palvelu	Tärkeys pendelöivälle
Pitkäaikaisparkkipaikkoja	8,8
Päivittäistavarakauppa	8,3
Lyhytaikaisparkkipaikkoja	8,3
Paikallisliikenteen info-/lippupiste	8,0
Apteekki	7,2
Autohuolto, bensa-asema	7,0
Pikaravintola	6,9
Ravintola	6,7
Pankki	6,2
Terveysasema, -kioski	6,2
Kirjasto	6,0
Päiväkoti	5,9
Kunto-/jumppasali	5,7
Kokous/toimistotila	5,6
Muita erikoisliikkeitä	5,6
Parturi/kampaamo/kauneushoitola	5,4
Suutari	5,1
Pesula	4,7

Asteikko: 4-10-erittäin tärkeä

Lähde: Pendelöintitutkimus 2014, Hämeenlinna



Liikenneyhteydet ja muuttoliikkeen kehittyminen

- Hämeenlinnan tulisi varautua tulevaan rooliin tulevaisuuden yhtenäisellä Etelä-Suomen työssäkäyntialueella. Liikenneyhteydet kehittyvät ja muuttoliike jatkuu suuriin kaupunkiseutuihin. Pendelöivien matkustajien määrä kasvaa ja pendelöintietäisyydet pidentyvät.
- Pendelöinnissä korostuu työn joustavuuden merkitys, joka työnantajien tulisi huomioida entistä paremmin. Muuttojen suuntautuminen ja pendelöinti ovat yhteydessä toisiinsa. Mitä suurempi osuus kehyskunnan tulo- ja lähtömuutoista on keskusriippuvaisia, sitä enemmän suuntautuu pendelöintiä keskuskuntaan. Samalla kunnan työpaikkaomavaraisuusaste on alhaisempi.



Teknologia mahdollistaa uudet palvelut

- Teknologia mahdollistaa kuntalaisille, kunnille ja yrityksille uusia mahdollisuuksia palveluiden tuottamiseen ja käyttämiseen sekä saavutettavuuden kehittämiseen. Elinvoimaisuus edellyttää ihmisiä ja verkostojen luontia. Verkostojen luonti taas edellyttää vuorovaikutusta, liikkuvuutta ja joustavuutta.
- Hämeenlinna on sijainniltaan erinomaisessa paikassa kasvavien kaupunkien Helsingin ja Tampereen välissä. Yritykset nostivat myös elinvoimaisuuskyselyssä Hämeenlinnan hyvän sijainnin tärkeäksi tekijäksi. Kaupunkia ei tule kuitenkaan nähdä yksittäisenä toimijana vaan osana suurempaa kaupunki- ja kuntaverkostoa.



4. Yritysten menestyminen – yrityskehitys- ja verkostoitumispalvelut



Yritysten kasvun myötä työpaikkoja ja verotuloja

- Kaupunkien menestyminen perustuu yritysten menestymiseen. Yritysten kasvun myötä alueelle syntyy työpaikkoja ja verotuloja. Kaupunki voi omalla toiminnallaan edesauttaa alueen yrityskulttuurin syntymistä. Kunta voi maankäytöllään tukea alueen yrityksiä.
- Onnistuneella maankäytöllä turvataan elinkeinoelämälle riittävä toimitilatarjonta. Maankäytön suunnittelulla ja kaavoituksella tulisi tarjota jatkossa Hämeenlinnan seudun yrityksille tonttimaata saatavuuden kannalta tärkeimpien reittien varrelle. Kaupungit menestyvät yhdessä alueen yritysten kanssa
- Kaavoitusprosessin sujuvuus on yritysten kannalta usein kriittinen tekijä. Yritysten toimitilatarjonta tulee hoitaa markkinaehtoisesti. Kaupungin elinkeinopolitiikan keskeisenä tehtävänä teollisuuden rakennemuutoksessa on vapaiden toimitilojen tehokas uusiokäyttö.



Yrityskerustannan seudulliset erot

- Yrityskerustannan seudulliset erot ovat olleet merkittäviä 2000-2011. Oulussa yrityskerustanta on ollut vilkkainta ja toiseksi Helsingissä, Tampereella ja Turussa.
- Hämeenlinnan seutu poikkeaa muista alueista siinä, ettei yrityskerustannassa tapahtunut muutosta vuosien 2000-2011 välisenä aikana. Mitä korkeampi uusiutumisprosentti on, sitä enemmän uusiutumista tapahtuu tarkasteltavan ajanjakson aikana. Alueen, jolla on suuri yrityskerustannan uudistumiskyky eli syntyy paljon uusia yrityksiä ja samanaikaisesti heikompia yrityksiä poistuu markkinoilta, kykenee vastaamaan toimintaympäristön muutoksen aiheuttamiin sopeutuspainaisiin.
- Hämeenlinnan seudulla tulisi kiinnittää erityistä huomioita jatkossa yrityskerustannan uudistumiskykyyn. Näin yritykset pystyvät paremmin sopeutumaan muutospainaisiin, joita lähivuosina on odotettavissa.



Tavoitteet ja Hankkeet

Elinvoimaisuuden painopistealueet määriteltiin yhteistyössä alueen yritysten, päättäjien ja kuntalaisten kanssa. Tässä elinvoimaohjelmassa määritellään myös tulevaisuuden toimenpiteet elinvoimaisuuden kehittämiseksi tuleville vuosille.



1. Vahva Hämeenlinna brändi

Tavoite	Hankkeet	Vastuu/verkosto	Valmis
Hämeenlinnan maine ja tunnettuus kasvaa (The world capital of Sibelius)	1. Kaupunkibrändi – hanke, -brändiverkoston mallinnus	Viestintä Kumppanit: Elinkeinooyhtiö Hämeen liitto Suurimmat työnantajat	2015
	2. Juhlavuodet- hanke	HML kaupunki Kumppanit: Sibelius celebrations Elinkeinooyhtiö Luota-hanke	2014
	3. Hämeenlinnan saapumisväylät markkinointihanke (Goodman)	Elinkeinooyhtiö Kumppanit: Maankäyttö Viestintä	2014
Maaseutualueiden elinvoimaisuus, asuminen ja yrittäminen edistyvät	4. Maaseutualueiden alabrändit	Viestintä Kumppanit: Elinkeinooyhtiö Kaupunginosakeskusten yrittäjät ja järjestöt	2015



1. Vahva Hämeenlinna brändi

Tavoite	Hankkeet	Vastuu/verkosto	Valmis
	5. Selvityshanke	Elinkeino-yhtiö Kumppanit: Kaupunginosakeskusten yrittäjät ja järjestöt	2016
Hämeenlinna markkinointi on luotettavaa toimivaa ja tehokasta	6. Markkinointi-selvitys - Kaupungin markkinointiresurssien kartoittaminen ja oikea kohdentaminen	HML kaupunki Kumppanit: Elinkeino-yhtiö Yritykset	2014
	7. Rekrytointimarkkinointi	Henkilöstöhallinto Viestintä	2014
	8. Sidosryhmäyhteistyö	Hml kaupunki Hämeen liitto Elinkeino-yhtiö HAMK Tavastia Järjestöt	2014



2. Elinkeinoelämän tarpeita vastaava koulutustarjonta ja hyvinvoivan työvoiman saatavuus

Tavoite	Hankkeet	Vastuu	Valmis
Toisen asteen ja korkea-asteen koulutus kohdistuvat aloihin, jotka työllistävät	9. Ennakointi – hanke	Hämeen liitto oppilaitokset	
	10. Toisen asteen koulutuksen sisäinen integraatio	Hämeenlinnan kaupunki Kumppanit: Toisen asteen koulutus	
Suomen paras ammattikorkeakoulu HAMK	11. Korkeakoulukeskus	HAMK, Elinkeinoyhtiö, Hämeenlinnan kaupunki Hämeenlinnan Seudun Opiskelija-asuntosäätiö	



2. Elinkeinoelämän tarpeita vastaava koulutustarjonta ja hyvinvoivan työvoiman saatavuus

Tavoite	Hankkeet	Vastuu	Valmis
Vaikeassa työmarkkina- asemassa olevien toimintakyky, työkyky ja työmarkkinakelpoi- suus paranee	12. Työllisyyshankkeiden kokonaisuuden koordinaatio	Työllisyystyöryhmä	2015
Työllisyyspalvelut ovat helposti saavutettavia	13. Yhden luukun periaate	Hämeenlinnan kaupunki Ely	2016
	14. Kumppanuusverkostojen rakentaminen oppilaitosten kanssa merkittävien kärkihankkeiden ympärille	Elinkeinoyhtiö Oppilaitokset	2015



3. Kasvukäytävän (HHT-akseli) vahvistaminen ja hyödyntäminen

Tavoite	Hankkeet	Vastuu	Valmis
Hämeenlinnan asemanseutu on toimiva liikenteen solmukohta, työpaikka-alue ja viihtyisän asumisen mahdollistaja	15. Aseman seudun kehittämishanke	Maankäyttö Kumppanit: YIT, HHT-hanke, Pysäköinti Oy	2015
HHT-akselista muodostuu kansallinen hanke, jolle saadaan merkittävää rahoitusta	16. HHT-hanke	HHT- projektinjohto	2015



3. Kasvukäytävän (HHT-akseli) vahvistaminen ja hyödyntäminen

Tavoite	Hankkeet	Vastuu	Valmis
Joukkoliikenne toimii sujuvasti ja joukkoliikenteen solmukohdat kehittyvät toimiviksi	17. Joukkoliikenteen kehittämishanke	YYP-tilaajat Kumppanit: HHT-hanke, joukkoliikenneyritykset	2017
Rautatieaseman ja linja-autoaseman liitäntäpysäköinti on toimivaa	18. Pysäköintilaitokset - hanke	YYP-tilaajat Kumppanit: Pysäköinti Oy Keskustan yrittäjät	2020



4. Yritysten menestyminen – yrityskehitys- ja verkostoitumispalvelut

Tavoite	Hankkeet	Vastuu	Valmis
Yritysten sijoittumisprosessi on laadukas ja nopea	19. Sijoittumisprosessin kuvaus ja sen toimeenpano (organisointi)	YYP-tilaajat Kumppani: Elinkeino-yhtiö	2014
Yritysten liiketoiminta kasvaa ja kansainvälistyminen lisääntyy	20. Yritysten neuvonta/hautomopalvelujen kehityshanke, kumppanuus luodaan verkostoja yritysten välille	Elinkeino-yhtiö	2015



4. Yritysten menestyminen – yrityskehitys- ja verkostoitumispalvelut

Tavoite	Hankkeet	Vastuu	Valmis
Hämeenlinnaan syntyy uusia yrityksiä	21. Centra	Elinkeino-yhtiö Kumppani: YYP-tilaajat	2020
	22. Moreenin yritysalueen kehittäminen	YYP- infra Kumppani: Elinkeino-yhtiö	2015
	23. Engelinranta	KH, Hämeenlinnan Eteläranta Oy	2025
	24. Kirstula	Elinkeino-yhtiö	2016
	25. Kaupunkikeskustan kehittämishanke	YYP- tilaajat	2015



4. Yritysten menestyminen – yrityskehitys- ja verkostoitumispalvelut

Tavoite	Hankkeet	Vastuu	Valmis
Tapahtumien määrä lisääntyy Hämeenlinnassa	26. Tapahtumakonsepti	Elinkeino-yhtiö	2015
	27. Tapahtumapuisto	Elinkeino-yhtiö Kumppani: YYP-tilaajat	2015
Elämänlaatuun panostava yrittäminen lisääntyy	28. Vanajanlinnan alueen kehittäminen	Elinkeino-yhtiö Kumppani: Yritykset	2017
	29. Verkatehtaan alueen infran kehittäminen	Verkatehdas Oy Kumppani: YYP-Tilaajat	2015
	30. Vesielementin kaupallistaminen	Elinkeino-yhtiö Kumppani: Vanajavesikeskus	2017
Vapaa-ajan asuminen laajenee ja kehittyy	31. Aulangon alueen vapaa-ajan toimintojen ja asumisen edistäminen	Elinkeino-yhtiö Kumppanit: Yrittäjät YYP-Tilaajat Metsähallitus	2015
	32. Luotian alueen kehittäminen	Elinkeino-yhtiö	2016



Lähteet

- Aro, Timo. 2013. Kanta-Hämeen alueellinen kilpailukyky verrattuna muihin kuntiin.
- Dinnie, K. 2011. City Branding: Theory and Cases.
- Florida, R. (2005), The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent, HarperBusiness, New York, United States.
- Gardner, H. 1983. Frames of Mind. New York: Basic.
- Granovetter, M. S. 1973. The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology 78, 1360-1380.
- Holstila, E. 2012. Kaupunki oman onnensa seppänä - Kuntien elinkeinopolitiikan organisointi muuttuvassa toimintaympäristössä. Kuntaliitto 2012.
- Hospers, G.J. (2009a), Citymarketing in Perspectief (in Dutch), IVIO, Lelystad, The Netherlands.
- Huovinen, J. & Sallinen S. 2012. Elinvoiman eväät - Kunta elinvoiman johtajana. Hankesuunnitelma <http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/aek/elinkeinopolitiikka/elinvoiman-evaavat/hankesuunnitelma/Sivut/default.aspx>
- Hämeen liitto. 2013. Häme-ohjelma - Strateginen maakuntaohjelma 2014+.
- Hämeenlinnan kaupunki. 2010. Maankäytön, asumisen ja liikenteen kehityskuva 2030. Hämeenlinnan seutu – Hattula, Hämeenlinna, Janakkala. Domus Print Oy Hämeenlinna 2009.
- Hämeenlinnan kaupunki. 2014. Pendelöintitutkimus 2014.
- Hämeenlinna.fi 2013. Veropuu. Luettu: 23.12.2013 <https://www.hameenlinna.fi/Paatoksenteko-ja-talous/Talous/Veropuu/#>
- Kehittämiskeskus Oy Häme. 2010. Hämeenlinnan ja Hattulan elinkeinostrategia 2010-2015.
- Koski, A. 2009. Elinvoimainen ja toimintakykyinen kunta.
- Kunnallisan Kehittämissäätiö 2014. <http://www.kaks.fi/node/6731> Luettu 2.1.2014.
- Matkailun edistämiskeskus (MEK). 2013. Tutkimukset ja tilastot.
- O’Flaherty, B. (2005), City Economics, Harvard University Press, Cambridge, United States.
- Pennanen, M. 2013. Oulu – Muutos on mahdollisuus, Kunta- ja palvelurakenteet muutoksessa 3.9.2013.
- Pwc. 2011. Making it happen. A roadmap for cities and local public services to achieve outcomes.
- Scott, A.J. (2006), “Creative cities: Conceptual issues and policy questions”, Journal of Urban Affairs, Vol. 28, No. 1, pp. 1–17.
- Sternberg, R. J. 2007. Handbook of Creativity. 10 painos. Cambridge University Press.
- Suomen Kuntaliitto 2012. Kunta elinvoiman johtajana –hanke 2012–2014. Tilastokeskus 2013.
- United Nations (2005), World Urbanization Prospects: The 2005 Revision, Population Division, Department of Economic and Social Affairs, United Nations, available at: <http://www.un.org/esa/population/publications/WUP2005/2005wup.htm>.

