

**TULEVAISUUS**  
**ALKAA TÄSTÄ**

# **KYSELY KAUPUNKILAISILLE**

# KYSELY KAUPUNKILAISILLE

## Vastausaika 20.5.-31.8.

- Vastaajia yhteensä 5 883
  - Suomenkielisessä kyselyssä 5 000
  - Englanninkielisessä kyselyssä 883
- Avattu yhteensä 18 076 kertaa, vastaaminen aloitettu 6 447 kertaa
- Jakelu kampanjan verkkosivuilla sekä sosiaalisessa mediassa.

# MILLAINEN ON VASTAAJIEN OULU?

Vapaa kenttä, jossa vastaajat ovat saaneet kirjoittaa kolme Oulua kuvaavaa sanaa. Vastauksia yhteensä 5 883, sanoja yhteensä 17 649.

15:n kärki (N; %):

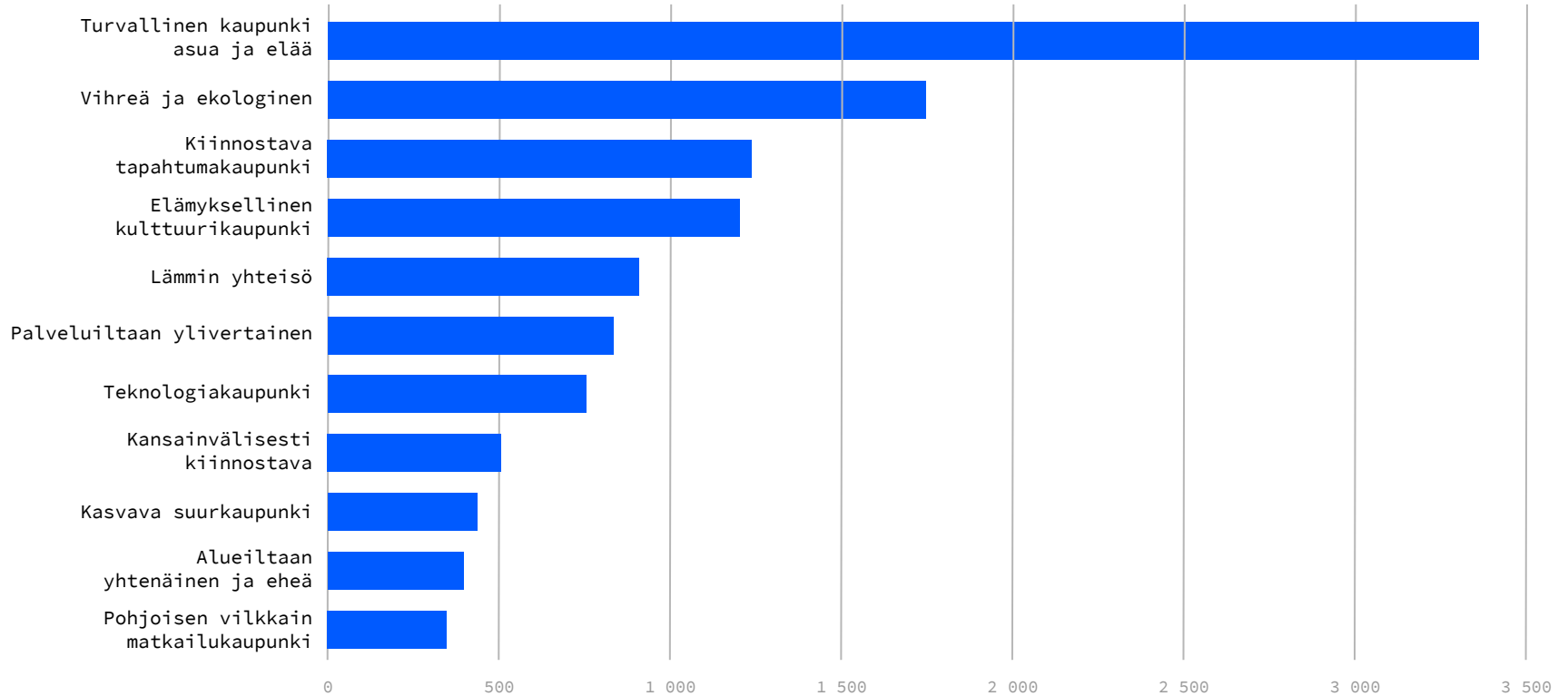
1. turvallinen (854; 4,9)
2. merellinen (823; 4,7)
3. kaunis (766; 4,3)
4. luontoa lähellä (528; 3,0)
5. rauhallinen (394; 2,2)
6. siisti ja puhdas (371; 2,1)
7. mukava ja hyväntuulinen (363; 2,1)
8. kodikas (342; 1,9)
9. viihtyisä (320; 1,8)
10. vihreä (319; 1,8)
11. ystävällinen (319; 1,8)
12. elävä (317; 1,8)
13. monipuolinen (293; 1,7)
14. kehittynyt (289; 1,6)
15. tuulinen (281; 1,6)

# MILLAINEN VUODEN 2030 OULU ON?

Monivalinta, valittu 2. Vastaajien määrä 5 883, valintojen lukumäärä 11 766.

- turvallinen kaupunki asua ja elää: **3 329 / 28,29 %**
- vihreä ja ekologinen: **1 720 / 14,62 %**
- kiinnostava tapahtumakaupunki: **1 242 / 10,56 %**
- elämyksellinen kulttuurikaupunki: **1 191 / 10,12 %**
- lämmin yhteisö: **899 / 7,64 %**
- palveluiltaan ylivertainen: **831 / 831**
- teknologiakaupunki: **790 / 6,71 %**
- kansainvälisesti kiinnostava: **507 / 4,31 %**
- kasvava suurkaupunki: **478 / 4,06 %**
- alueiltaan yhtenäinen ja eheä: **419 / 3,56 %**
- pohjoisen vilkkain matkailukaupunki: **360 / 3,06 %**

# MILLAINEN VUODEN 2030 OULU ON?

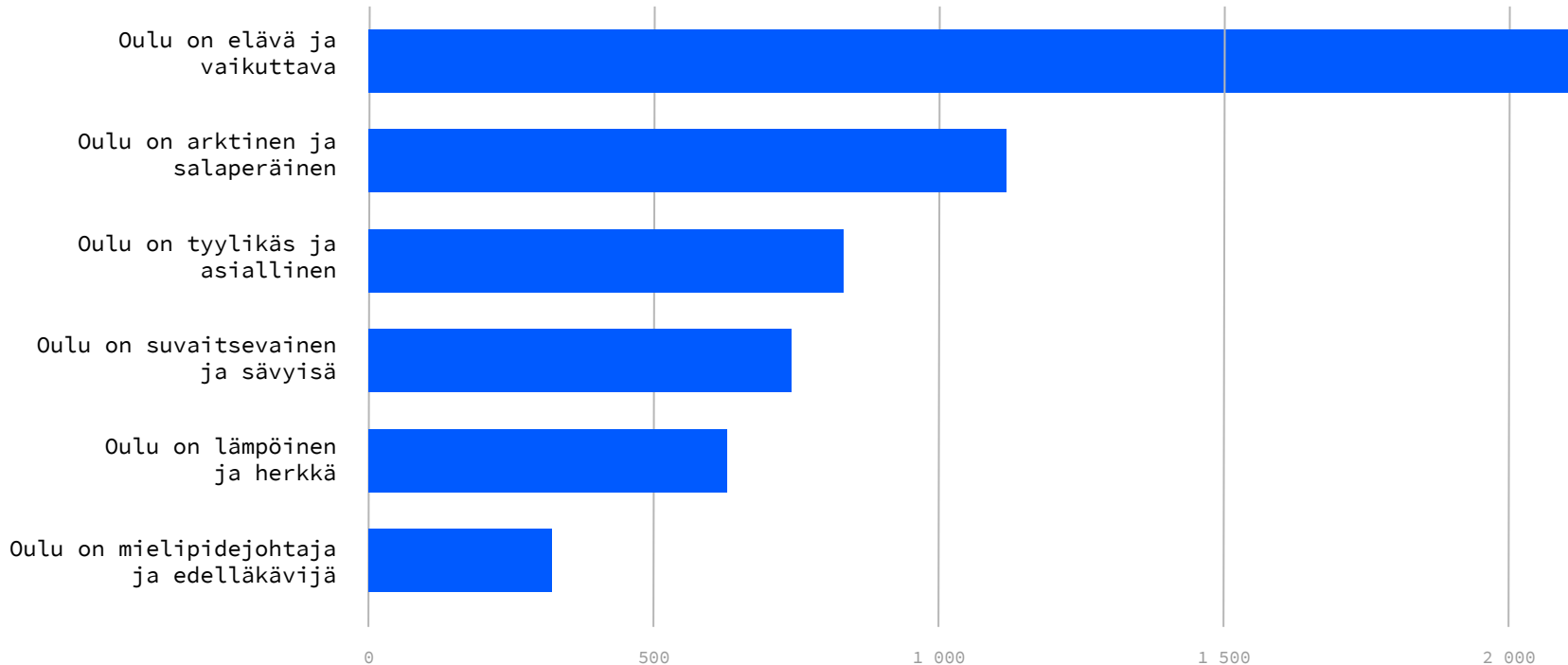


# MIKÄ LAUSE KUVAA OULUA PARHAITEN?

Monivalinta, valittu 1. Vastauksia 5 766.

- Oulu on elävä ja vaikuttava: **2 110 / 36,59 %**
- Oulu on arktinen ja salaperäinen: **1 155 / 20,03 %**
- Oulu on tyllikäs ja asiallinen: **819 / 14,21 %**
- Oulu on suvaitsevainen ja sävyisä: **737 / 12,78 %**
- Oulu on lämpöinen ja herkkä: **629 / 10,91 %**
- Oulu on mielipidejohtaja ja edelläkävijä: **316 / 5,48 %**

# MIKÄ LAUSE KUVAA OULUA PARHAITEN?



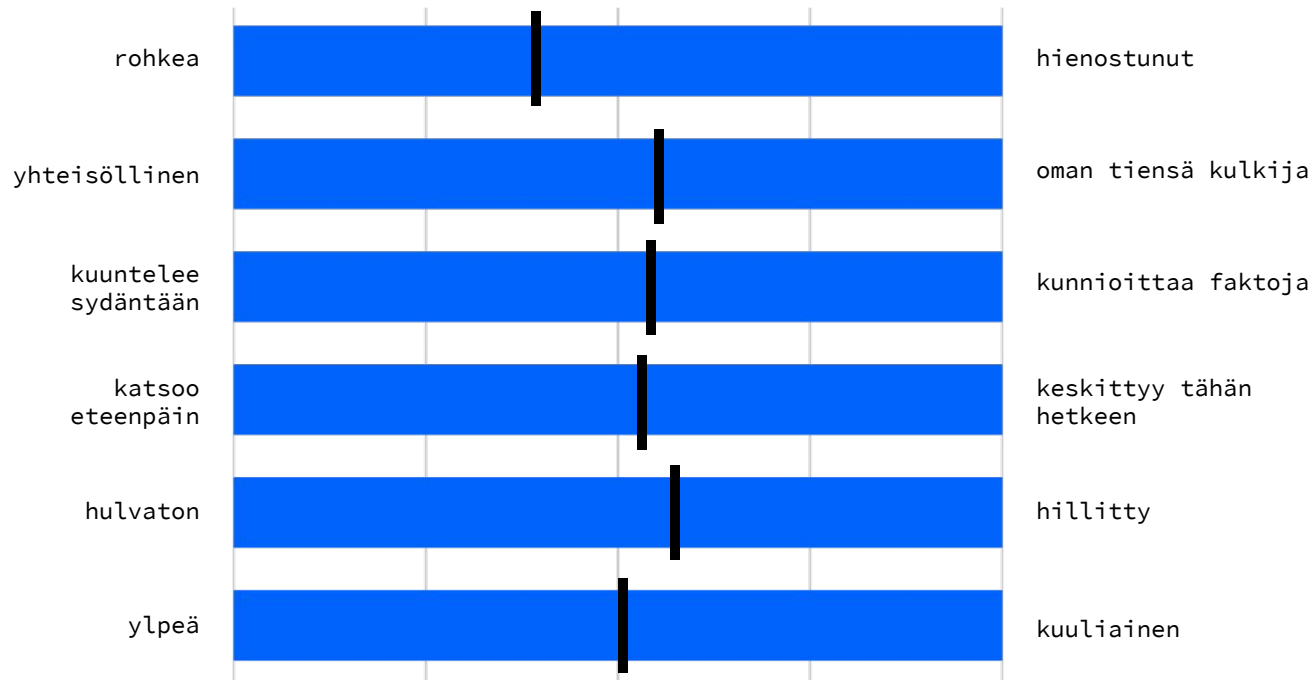


# MILLAINEN OULULAINEN IHMINEN ON?

Liukuvalitsin välillä 0-10. Seuraavassa ilmoitettu keskiarvot, keskihajonnat, mediaani sekä vastaajien määrä.

- rohkea (0) - hienostunut (10): ka **3,93** (keskihajonta 1,86; mediaani 4) vastaajia 5 603
- yhteisöllinen (0) - oman tiensä kulkija (10): ka **5,42** (keskihajonta 2,47; mediaani 5) vast. 5573
- sydäntään kuunteleva (0) - faktoja kunnioittava (10): ka **5,33** (keskihajonta 2,37; mediaani 5) vast. 5528
- eteenpäin katsova (0) - tähän hetkeen keskittyvä (10): ka **5,19** (keskihajonta 2,58; mediaani 6) vast. 5376
- hulvaton (0) - hillitty (10): ka **5,75** (keskihajonta 2,58; mediaani 6) vast. 5442
- ylpeä (0) - kuuliainen (10): ka **5,06** (keskihajonta 2,52; mediaani 5) vast. 5186

# MILLAINEN OULULAINEN IHMINEN ON?

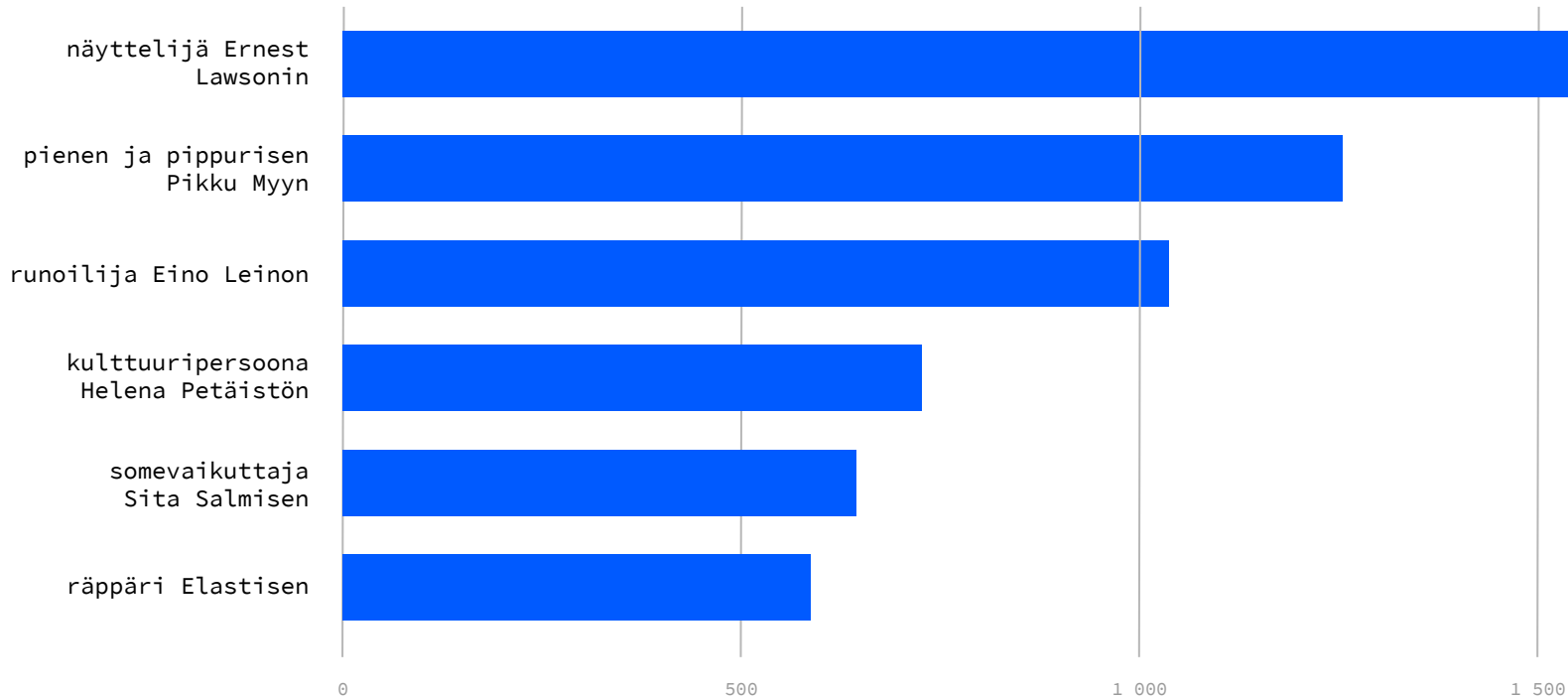


# **JOS OULU OLISI HENKILÖ, KENEN ÄÄNELLÄ SE VOISI PUHUA?**

Monivalinta, valittu 1. Vastauksia 5 770.

- näyttelijä Ernest Lawsonin: **1 555 / 26,95 %**
- pienen ja pippurisen Pikku Myyn: **1 237 / 21,44 %**
- runoilija Eino Leinin: **1 040 / 18,02 %**
- kulttuuripersoona Helena Petäistön: **712 / 12,34 %**
- somevaikuttaja Sita Salmisen: **637 / 11,04 %**
- räppäri Elastisen: **589 / 10,21 %**

# JOS OULU OLISI HENKILÖ, KENEN ÄÄNELLÄ SE VOISI PUHUA?

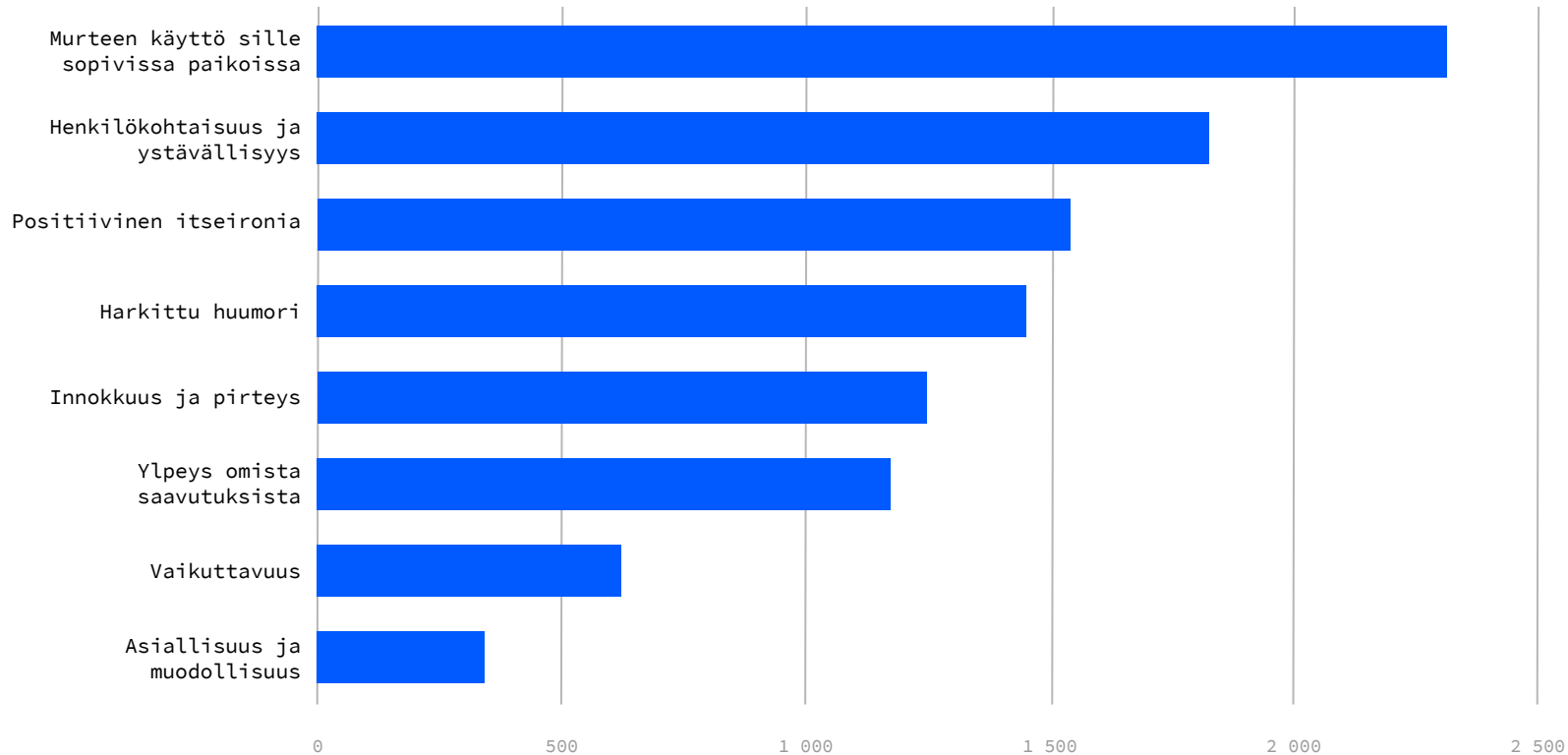


# MITKÄ VIESTIEN PIIRTEET HERÄTTÄISIVÄT POSITIIVISTA HUOMIOTA?

Monivalinta, valittu 2. Vastaajia 5 869, valintoja 11 070.

- murteen käyttö sille sopivissa paikoissa: **2 326 / 21,01 %**
- henkilökohtaisuus ja ystävällisyys: **1 807 / 16,32 %**
- positiivinen itseironia: **1 528 / 13,80 %**
- harkittu huumori: **1 451 / 13,11 %**
- innokkuus ja pirteys: **1 218 / 11,00 %**
- ylpeys omista saavutuksista: **1 193 / 10,78 %**
- vaikuttavuus: **659 / 5,95 %**
- asiallisuus ja muodollisuus: **391 / 3,53 %**

# MITKÄ VIESTIEN PIIRTEET HERÄTTÄISIVÄT POSITIIVISTA HUOMIOTA?

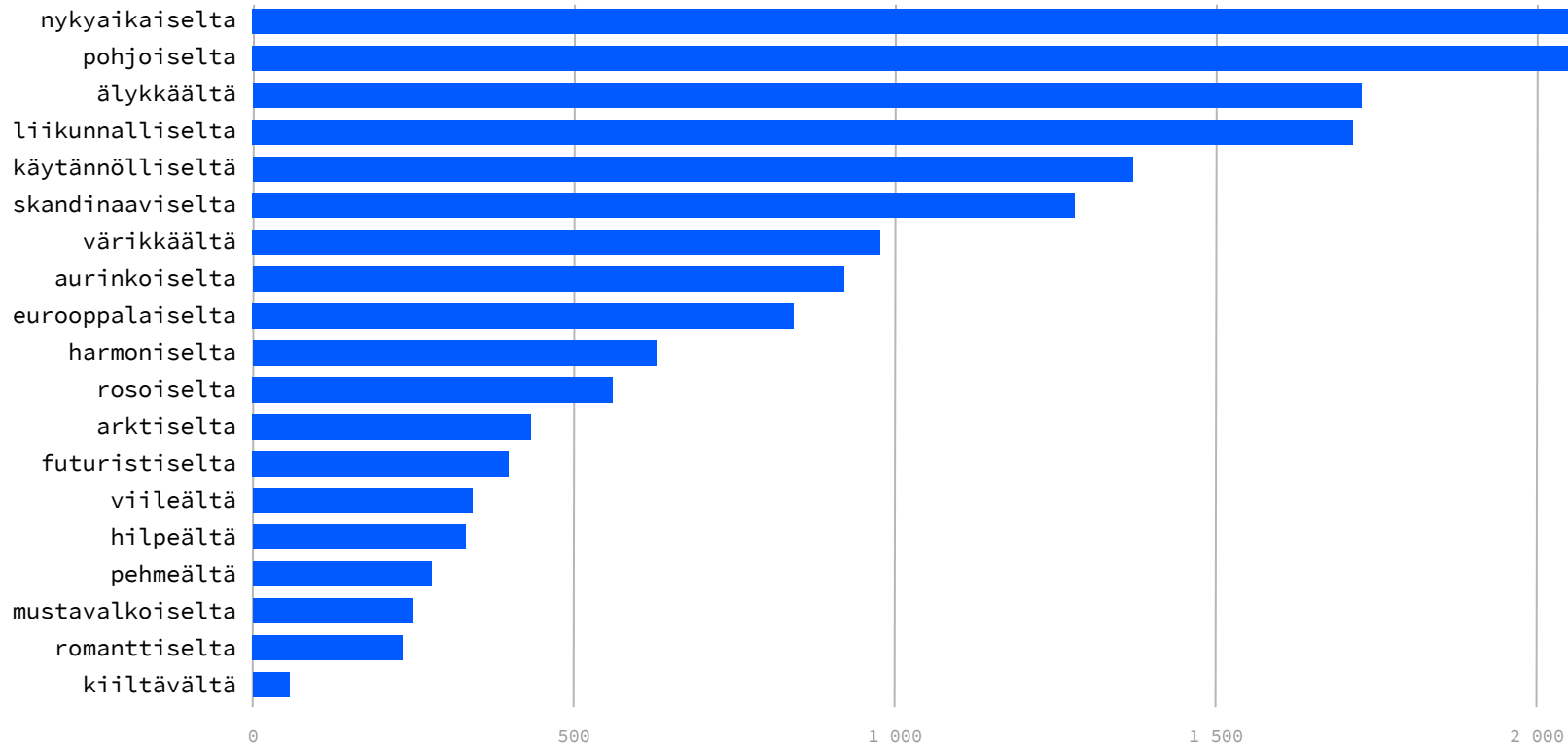


# MILTÄ TULEVAISUUDEN YHTENÄINEN OULU NÄYTTÄÄ?

Monivalinta, valittu 3. Vastaajia 5 867, valintoja 16 529.

- nykyaikaiselta: **2 054 / 12,43 %**
- pohjoiselta: **2 036 / 12,32 %**
- älykkäältä: **1 697 / 10,27 %**
- liikunnalliselta: **1 663 / 10,06 %**
- käytännölliseltä: **1 388 / 8,40 %**
- skandinaaviselta: **1 284 / 7,77 %**
- värikkäältä: **978 / 5,92 %**
- aurinkoiselta: **901 / 5,45 %**
- eurooppalaiselta: **837 / 5,06 %**
- harmoniselta: **652 / 3,94 %**
- rosoiselta: **564 / 3,41 %**
- arktiselta: **437 / 2,64 %**
- futuristiselta: **408 / 2,47 %**
- viileältä: **375 / 2,27 %**
- hilpeältä: **365 / 2,21 %**
- pehmeältä: **313 / 1,89 %**
- mustavalkoiselta: **262 / 1,59 %**
- romanttiselta: **259 / 1,57 %**
- kiiltävältä: **56 / 0,34 %**

# MILTÄ TULEVAISUUDEN YHTENÄINEN OULU NÄYTTÄÄ?



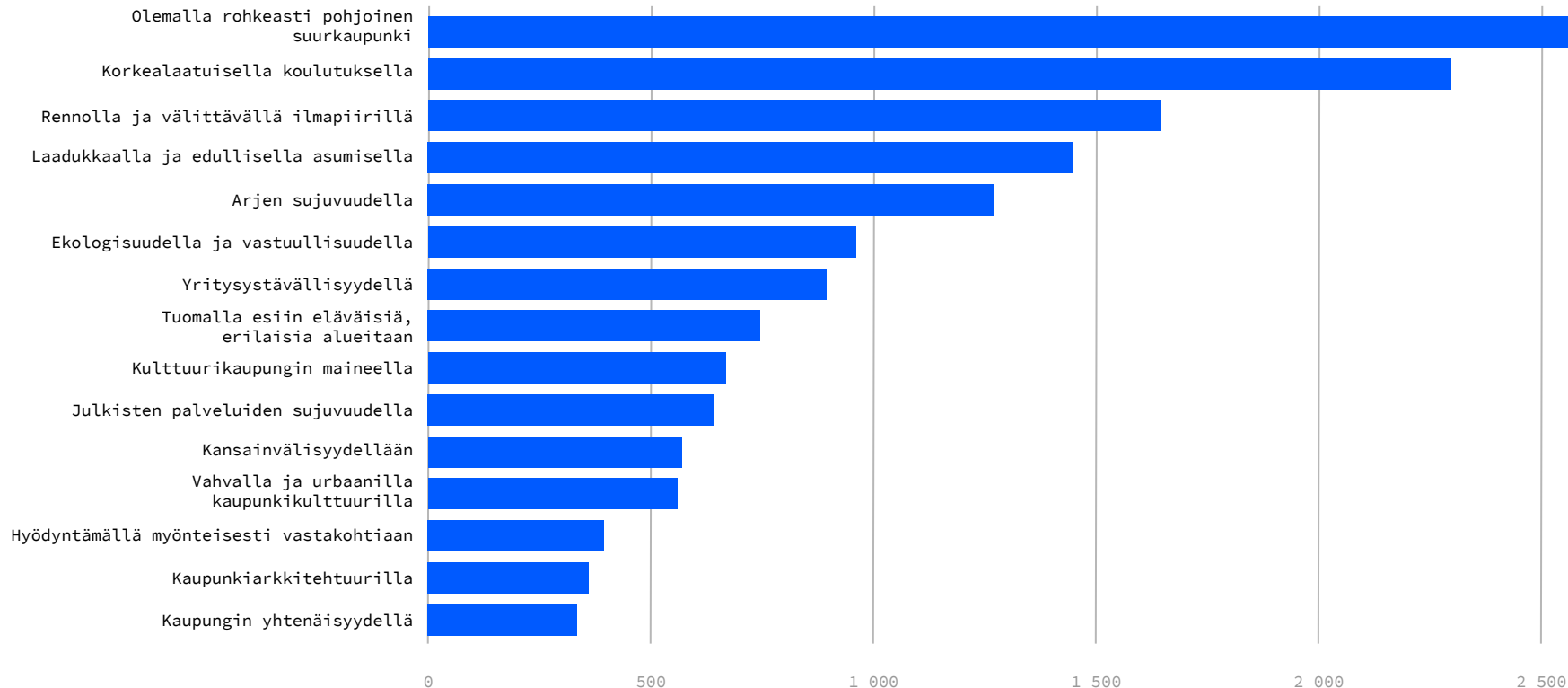


# MITEN OULU EROTTAUTUU MUISTA KAUPUNGEISTA?

Monivalinta, valittu 3. Vastaajia 5 814, valintoja 15 439.

- olemalla rohkeasti pohjoinen suurkaupunki: **2 579 / 16,70 %**
- korkealaatuisella koulutuksella: **2 289 / 14,83 %**
- rennolla ja välittävällä ilmapiirillä: **1 635 / 10,59 %**
- laadukkaalla ja edullisella asumisella: **1 428 / 9,25 %**
- arjen sujuvuudella: **1 261 / 8,17 %**
- ekologisuudella ja vastuullisuudella: **959 / 6,21 %**
- yritysystävällisyydellä: **904 / 5,86 %**
- tuomalla esiin eläväisiä, erilaisia alueitaan: **749 / 4,85 %**
- kulttuurikaupungin maineella: **682 / 4,42 %**
- julkisten palveluiden sujuvuudella: **657 / 4,26 %**
- kansainvälisyydellään: **584 / 3,78 %**
- vahvalla ja urbaanilla kaupunkikulttuurilla: **570 / 3,69 %**
- hyödyntämällä myönteisesti vastakohtiaan: **406 / 2,63 %**
- kaupunkiarkkitehtuurilla: **385 / 2,49 %**
- kaupungin yhtenäisyydellä: **351 / 2,27 %**

# MITEN OULU EROTTAUTUU MUISTA KAUPUNGEISTA?

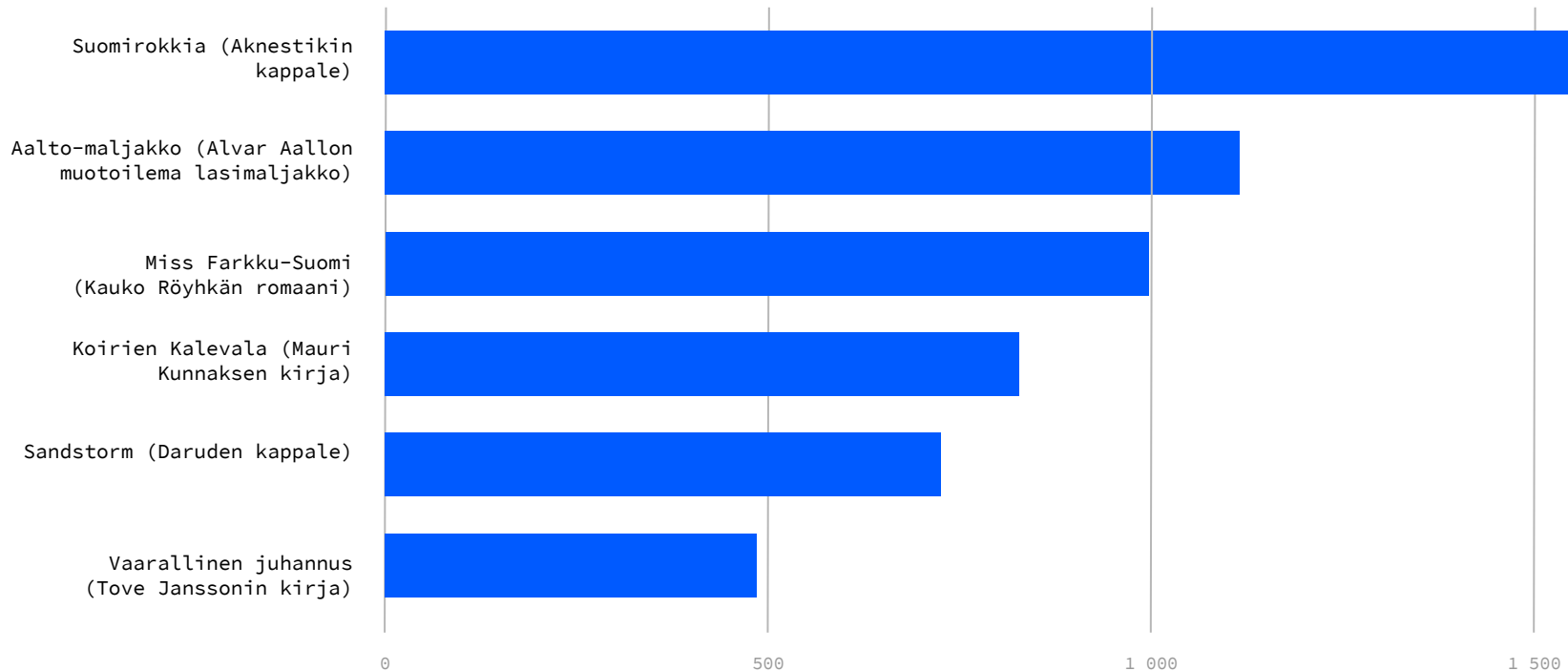


# MIKÄ TEOS TIIVISTÄISI OULUN SYVIMMÄN OLEMUKSEN?

Monivalinta, valittu 1. Vastauksia 5 715.

- Suomirokkia (Aknestikin kappale): **1 555 / 27,21 %**
- Aalto-maljakko (Alvar Aallon muotoilema lasimaljakko): **1 153 / 20,18 %**
- Miss Farkku-Suomi (Kauko Röyhkän romaani): **998 / 17,46 %**
- Koirien Kalevala (Mauri Kunnaksen kirja): **815 / 14,26 %**
- Sandstorm (Daruden kappale): **703 / 12,18 %**
- Vaarallinen juhannus (Tove Janssonin kirja): **491 / 8,59 %**

# MIKÄ TEOS TIIVISTÄISI OULUN SYVIMMÄN OLEMUKSEN?



# MIKÄ TEKEE OULUSTA OULUN?

Avoimeen vapaa sana -kohtaan saatiin yhteensä 2 815 vastausta.

Seuraavassa on kooste useiten vapaassa sanassa esiintyneistä aiheista, jotka vastaavat kysymykseen *Mikä tekee Oulusta Oulun*. Aiheen tiivistelmän lisäksi kuhunkin kohtaan on poimittu suoraan kommentteja kaupunkilaisten vastauksista.

Eniten keskustelua herättäneet aiheet:

1. Oulun luonto ja merellisyys
2. Oululaiset ihmiset
3. Vastakohtat
4. Oulun eri alueet
5. Pyöräily
6. Murre

Lisäksi on poimittu kommentteja Oulun nykyisestä sloganista sekä nykyisistä ja tulevista brändiväreistä.

# MIKÄ TEKEE OULUSTA OULUN?

## Luonto ja merellisyys

Luontoa pidetään tärkeänä asiana paitsi pohjoisuuden kannalta, myös kauniiden puistoalueiden, ulkoilureittien ja kestävän kehityksen kannalta.

Merellisyys, jokisuisto, rannikkokaupungin tuntu ja Oulujoki mainitaan monissa vastauksissa. Merta ja merellisyyttä pitäisi vastaajien mielestä hyödyntää enemmän sekä fyysisesti että brändillisesti. Juuri kukaan ei pidä merellisyyttä huonona asiana.

- *”Sen moni-ilmeisyys. Vielä, kun osattaisiin hyödyntää suur-Oulun rikkaudet: kaunis ja laaja luonto.”*
- *”Oulun kannattaa satsata kestävään kehitykseen: luontopalveluihin, asumiseen, yhteishenkeen.”*
- *”Wishing There would be More compassion, living in the moment, clean beautiful nature.”*
- *”Tuuli ja meri yhdessä kauniin keskustan kanssa sekä leppoiset ihmiset!”*
- *”Vettä elementtinä voisi hyödyntää enemmän.”*
- *”Close to nature, beautiful river scape. The sea could be utilized better to bring more costal vibes.”*

# MIKÄ TEKEE OULUSTA OULUN?

## Oululaiset, etenkin nuoret

Oululaiset ihmiset ja heidän luonteensa ovat tärkeitä: Oulu on inhimillinen paikka. Myös oululaisten nuori ikä ja opiskelijakaupungin raikkaus ja tuoreus pitäisi saada esiin. Korkeakoulut, laadukas koulutus ja osaavat kaupunkilaiset tulisi nostaa esiin.

- *"Oululainen itsetunto, kyky katsoa suoraan silmiin sitä, mitä vastaan tulee ja ennakoida tulevaa."*
- *"The wind. It brings otherwise silent people together when they say to a stranger 'it's very windy'."*
- *"Nuoriso ja opiskelijat pitää nostaa jalustalle. Heitä on täällä paljon."*

# MIKÄ TEKEE OULUSTA OULUN?

## Vastakohtat ja Oulu kokonaisuutena

Vastakohtat ovat Oulussa tärkeitä: luonto ja huipputeknologian innovaatiot, historia ja tulevaisuuteen kurottaminen, vanhan ja uuden käyminen käsi kädessä. Toisaalta Oulu on älykäs teknologiakaupunki, toisaalta hullujen ja omalaatuisten tapahtumien ja innovaatioiden kotipaikka. Myös vuodenajat ja valon ja pimeyden vaihtelu kuuluvat Ouluun.

Koko Oulu tulee ottaa huomioon: paitsi perinteisen, ”vanhan” Oulun alueella olevat kaupunginosat, myös ”uuden” Oulun alueet ja ympäryskuntien vaikutus tulee huomioida Oulussa.

- *”Oulu is about weird events like air guitar show, and polar bear pitching, startups and technology”*
- *”Oulu on vastakohtien kaupunki, täynnä hyvää omituisuutta, leppoisuutta ja toisaalta särmää.”*
- *”For me, Oulu reflects contrasts. City and nature, development and historical, relaxed and vibrant.”*
- *”Täällä on kehittyvä keskusta, elävät kylät ja oikeaa maaseutua. Nuo kaikki ovat vahvuuksia.”*
- *”The patchy structure of distant districts of the city makes Oulu what it is.”*



# MIKÄ TEKEE OULUSTA OULUN?

## Oululaisimmat asiat

Pyöräily mainitaan usein. Murteesta ollaan sekä innoissaan että kauhuissaan: se on toisaalta oma ja leimaava asia, jotain ”juurevaa”, toisaalta ”juntti” ja luotaantyöntävä piirre viesteissä.

- *”Oulu toimii kestävästi herkässä pohjoisen ympäristössä. Pyöräily ja kävelykulttuuri vahvoja.”*
- *”Yksi Oulun persoonallisimpia asioita kaupunkina on hyvät pyöräily-yhteydet ja tasainen maasto.”*
- *”Oulun murre kuuluu olennaisena osana Ouluun. Myös pimeä talvi ja pitkä valoisa aika keväästä syksyyn.”*

# MIKÄ TEKEE OULUSTA OULUN?

## Slogan ja värit

Nykyisestä pinkistä ja muista brändiväreistä pidetään, mutta niitä myös kaihdetaan. Kampanjan sininen ja vihreä eivät sykehdytä kaupunkilaisia.

Nykyinen slogan halutaan vaihtoon. Brändiltä toivotaan aitoutta, ei jotain tulevaisuudelta haviteltavaa. Halutaan olla enemmän pohjoisia kuin skandinaavisia. Aitous, suomalaisuus ja oikea maantieteellinen sijainti koetaan tärkeiksi. ”Paska kaupunki” mainitaan usein, ja sitä toivotaan osaksi brändiä.

- ”Pidän Oulun pinkistä väriteemasta, sillä sitä väriä eivät monet muut käytä.”
- ”Nykyinen pinkki väritys ei saa kaikkia asukkaita innostumaan. Asiallisuus sitouttaa.”
- ”Oulu välittää aidosti ihmisistä ja kantaa vastuunsa luonnosta. Brändivärien oltava hillityt ja selkeät.”
- ”Pohjoisen valo ja rentous, mallia Tromssasta! Ylpeys ja nöyryys samassa paketissa.”
- ”Ei sitten mitään kulttuurihöpötyksiä brändiin vaan aitoja ihmisiä ja tolokkua väkeä.”
- ”Stay in facts. Oulu is not in Scandinavia, it's not arctic. We are subarctic, Finnish and Nordic.”

# MIKÄ TEKEE OULUSTA OULUN?

## Pois tylsyys ja hitaus!

Tylsyys, ankeus ja harmaus mainitaan usein. Tapahtumia on liian vähän, kaupunki on väritön ja keskusta ei houkuttele. Tylsyys voi toisaalta olla myös positiivinen asia: rauhallisuus, maaseudun läheisyys ja hitaus ovat myös arvoja.

Kaupungin rohkeaa kehittämistä ja sen esiintuomista brändissä pidetään tärkeinä. Oululainen jarruttelu, negatiivisuus ja nurkkakuntaisuus tulisi jättää historiaan.

- *"Nyt kun ajattelen, niin Oulu on kyllä karu ja kylmä kaupunki."*
- *"Unohtakaa aikaisempi brändi-huuhaa. Oulu on tylsä paikka, missä mikään ei yllätä, ja siksi paras!"*
- *"Oulu needs to step up - right now it seems somehow scared and overly cautious."*
- *"Oulun tulisi kehittää keskustaa ja varsinkin torinrantaa ja kertoa siitä."*
- *"Nykyisen Oulun tekee yleinen tympeys, ankeus ja tiettyjen toimijoiden ylivalta kaikissa asioissa."*

# TIIVIISTI

- Vastaajien Oulu on turvallinen, merellinen ja kaunis.
- Oulu on vuonna 2030 vihreä ja ekologinen kaupunki, jossa on turvallista asua ja elää
- Oulu on elävä ja vaikuttava kaupunki.
- Oululainen ihminen on rohkea oman tiensä kulkija, joka kunnioittaa faktoja, keskittyy hetkeen ja on paitsi hillitty, myös kuuliainen.
- Jos Oulu olisi henkilö, se voisi puhua näyttelijä Ernest Lawsonin äänellä.
- Oulun viesteissä herättäisivät positiivista huomiota murteen käyttö sekä henkilökohtaisuus ja ystävällisyys.
- Tulevaisuuden Oulu näyttää nykyaikaiselta, pohjoiselta ja älykkäältä.
- Oulu erottuu muista suomalaisista kaupungeista olemalla rohkeasti pohjoinen suurkaupunki, panostamalla korkealaatuiseen koulutukseen ja edistämällä rentoa ja välittävää ilmapiiriä.
- Oulun syvimmän olemuksen voisi tiivistää Aknestikin Suomirokkia-kappaleeseen.
- Oulusta tekevät Oulun luonto ja meri, oululaiset ihmiset, vastakohtat sekä pyöräily.

**KYSELY YRITYKSILLE**

# KYSELY YRITYKSILLE

## Vastausaika 20.5.–31.8.

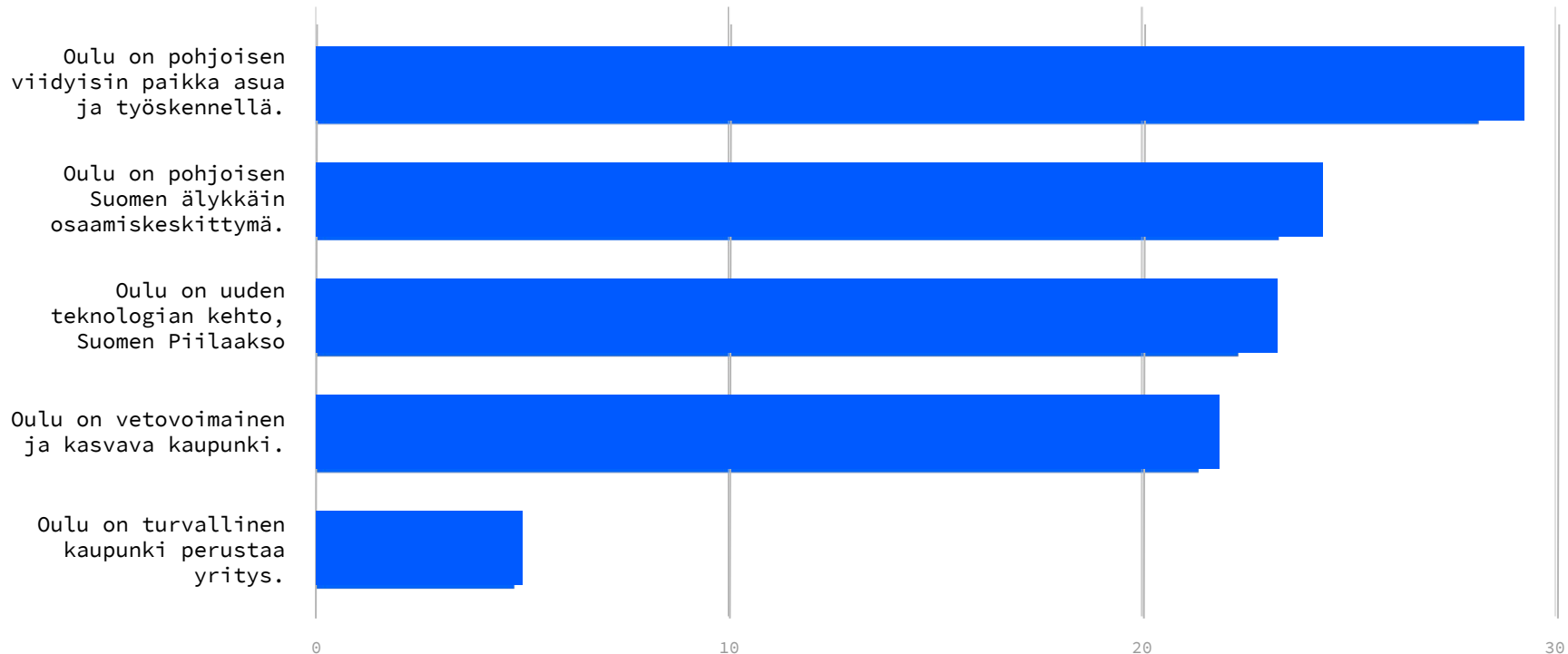
- Vastauksia yhteensä 106
  - Suomenkielisessä kyselyssä 86
  - Englanninkielisessä kyselyssä 20
- Avattu yhteensä 499 kertaa, kaikki vastaamisen aloittaneet ovat vastanneet loppuun
- Jakelu LinkedInissä sekä BusinessOulun uutiskirjeessä.

# MITEN OULUA TULISI KUVAILLA?

Monivalinta, valittu 1. Vastauksia 103.

- Oulu on pohjoisen viihtyisin paikka asua ja työskennellä: **29 / 28,16 %**
- Oulu on pohjoisen Suomen älykkäin osaamiskeskittymä: **24 / 23,3 %**
- Oulu on uuden teknologian kehto, Suomen Piilaakso: **23 / 22,33 %**
- Oulu on vetovoimainen ja kasvava kaupunki: **22 / 21,36 %**
- Oulu on turvallinen kaupunki perustaa yritys: **5 / 4,85 %**

# MITEN OULUA TULISI KUVAILLA?



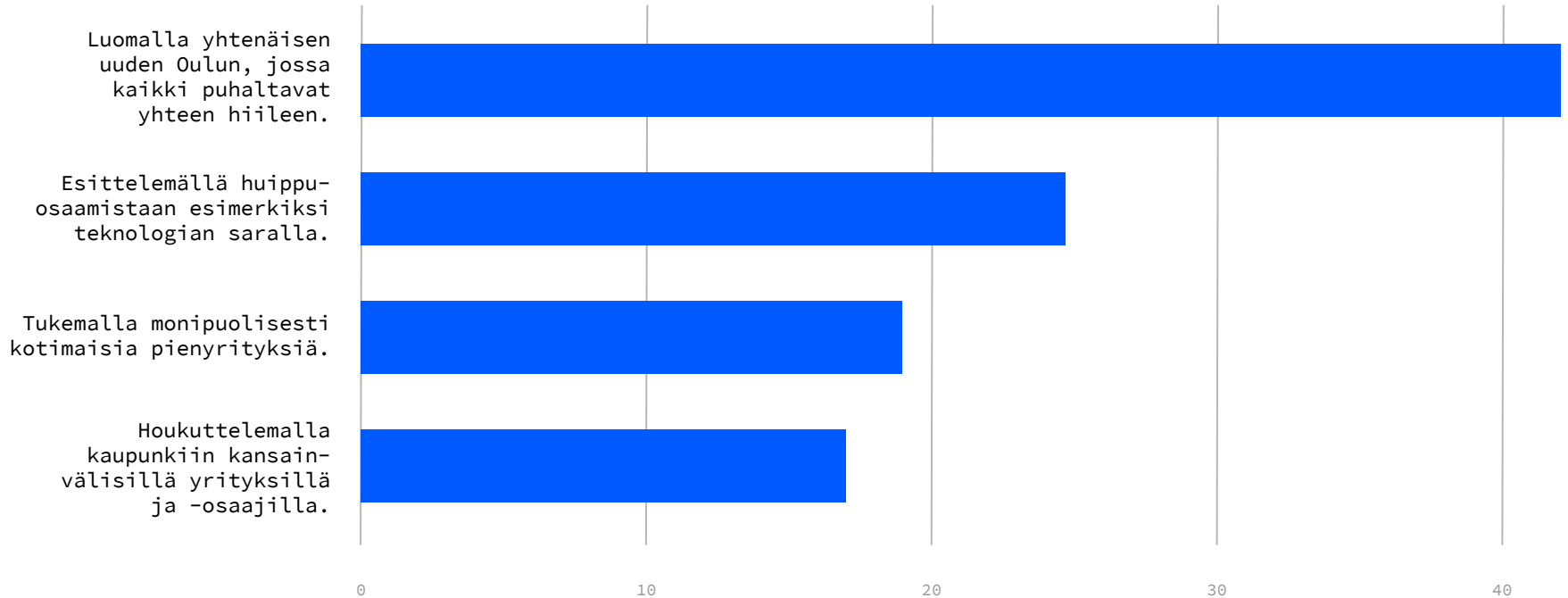


# MITEN OULU EROTTUU EDUKSEEN?

Monivalinta, valittu 1. Vastauksia yhteensä 103.

- Luomalla yhtenäisen uuden Oulun, jossa kaikki puhaltavat yhteen hiileen: **43 / 41,75 %**
- Esittelemällä huippuosaamistaan esimerkiksi teknologian saralla: **24 / 23,3 %**
- Tukemalla monipuolisesti kotimaisia pienyrityksiä: **19 / 18,45 %**
- Houkuttelemalla kaupunkiin kansainvälisillä yrityksillä ja -osaajilla: **17 / 16,5 %**

# MITEN OULU EROTTUU EDUKSEEN?

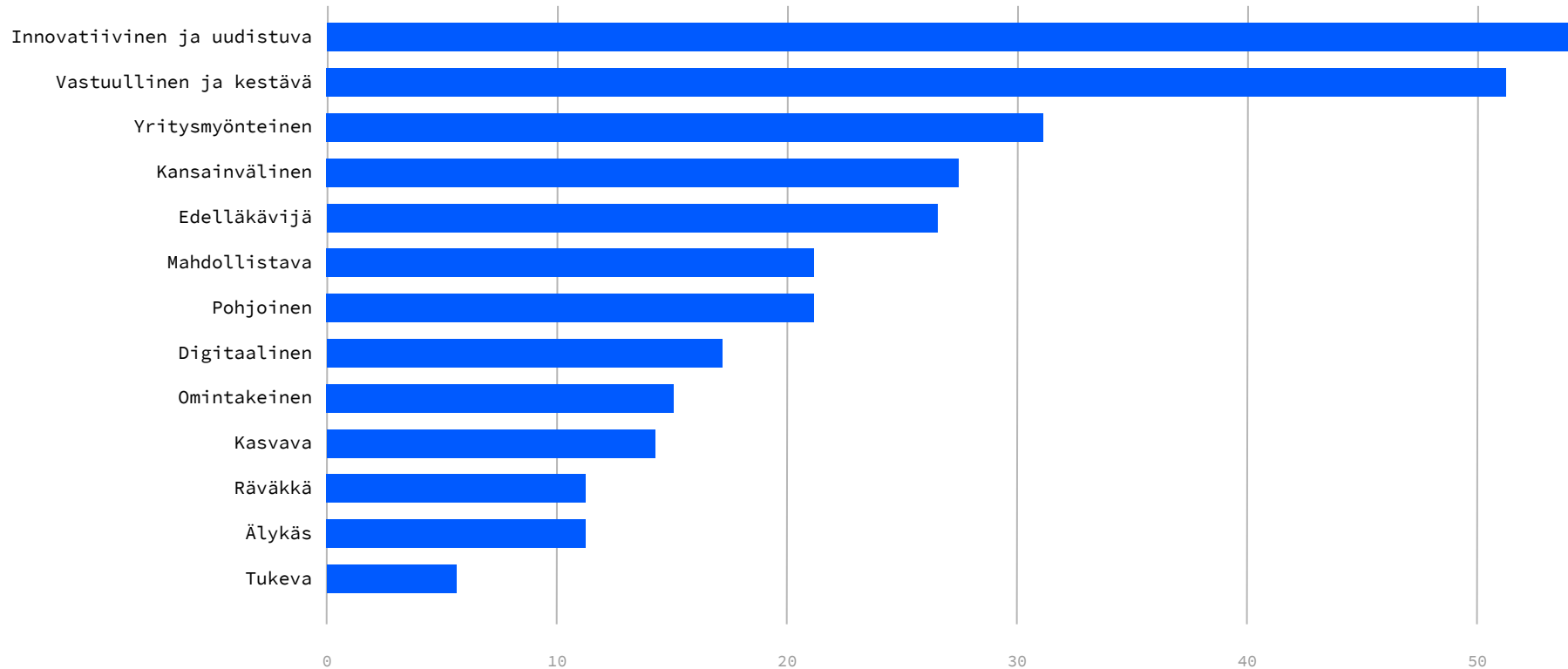


# MILLAINEN YRITYSKAUPUNKI OULUN TULISI OLLA?

Monivalinta, valittu 1-3. Vastauksia yhteensä 305.

- Innovatiivinen ja uudistuva: **54 / 17,70 %**
- Vastuullinen ja kestävä: **51 / 16,72 %**
- Yrittämyönteinen: **31 / 10,16 %**
- Kansainvälinen: **27 / 8,85 %**
- Edelläkävijä: **26 / 8,52 %**
- Mahdollistava: **21 / 6,86 %**
- Pohjoinen: **21 / 6,89 %**
- Digitaalinen: **17 / 5,57 %**
- Omintakeinen: **15 / 4,92 %**
- Kasvava: **14 / 4,59 %**
- Räväkkä: **11 / 3,61 %**
- Älykäs: **11 / 3,61 %**
- Tukeva: **6 / 1,97 %**

# MILLAINEN YRITYSKAUPUNKI OULUN TULISI OLLA?

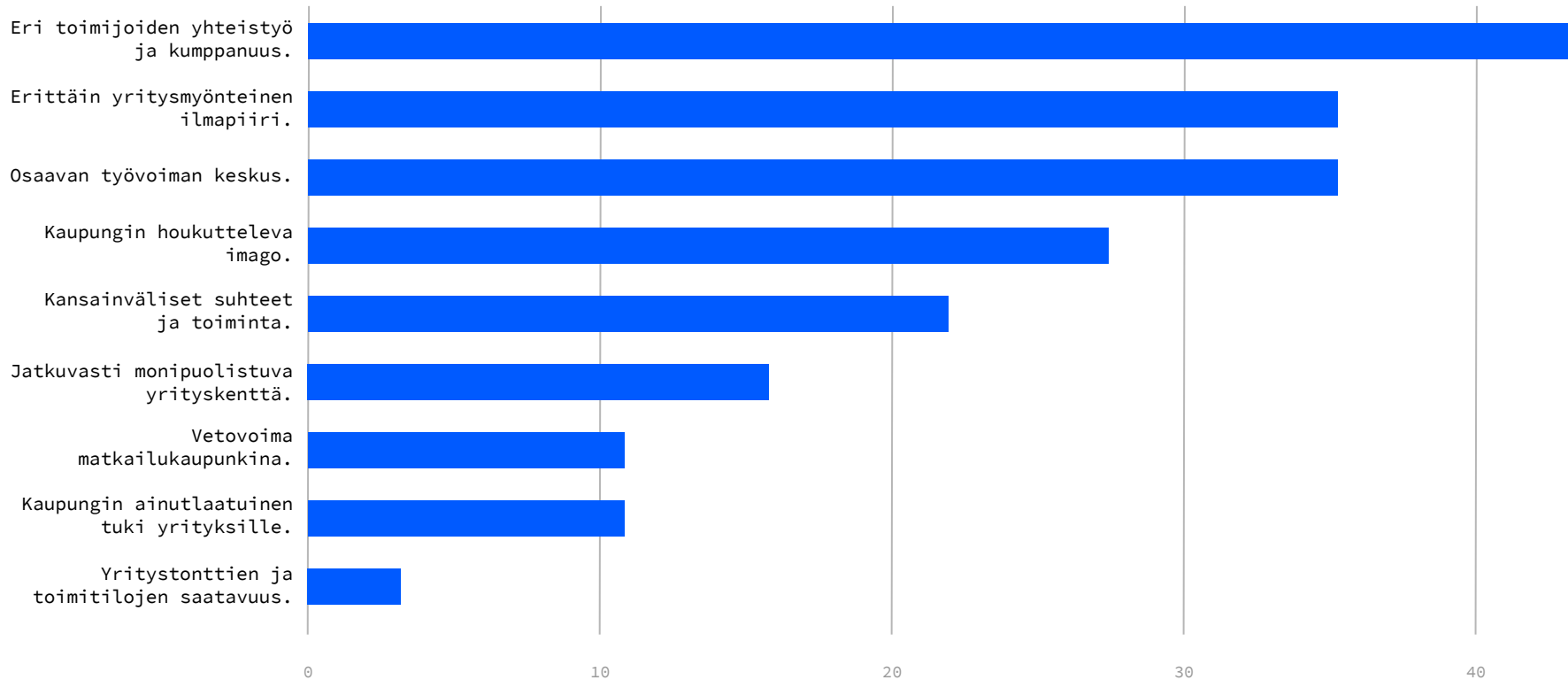


# MILLAISISTA ANSIOSTA OULUN TULEE OLLA TUNNETTU?

Monivalinta, valittu 1-2. Vastauksia yhteensä 204.

- Eri toimijoiden yhteistyö ja kumppanuus: **44 / 21,57 %**
- Erittäin yritysmuonteinen ilmapiiri: **35 / 17,16 %**
- Osaavan työvoiman keskus: **35 / 17,16 %**
- Kaupungin houkutteleva imago: **27 / 13,24 %**
- Kansainväliset suhteet ja toiminta: **22 / 10,78 %**
- Jatkuvasti monipuolistuva yrityskehitys: **16 / 7,84 %**
- Vetovoima matkailukaupunkina: **11 / 5,39 %**
- Kaupungin ainutlaatuinen tuki yrityksille: **11 / 5,39 %**
- Yritystonttien ja toimitilojen saatavuus: **3 / 1,47 %**

# MILLAISISTA ANSIOSTA OULUN TULEE OLLA TUNNETTU?

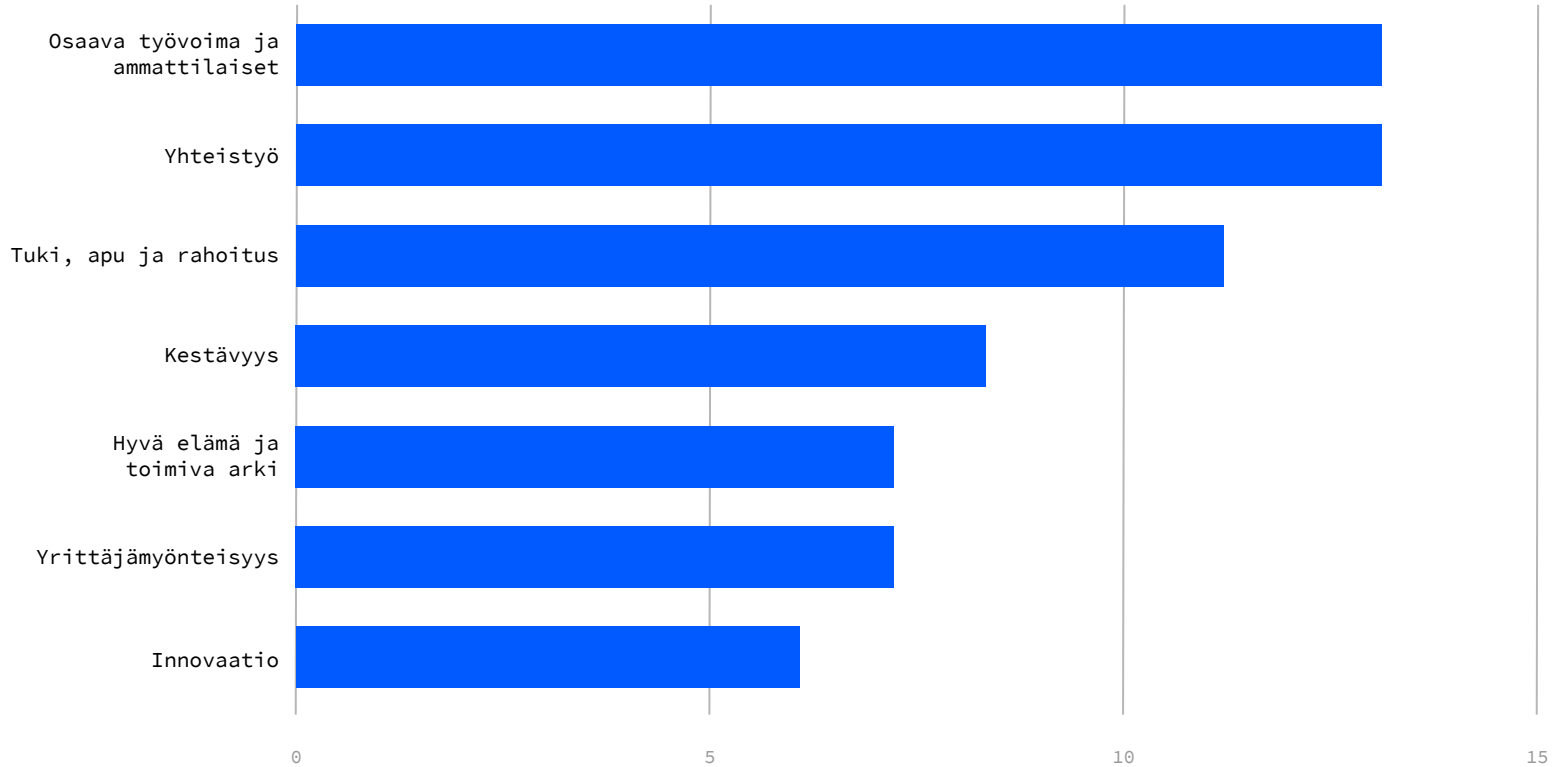


# MITÄ OULUN AINUTLAATUISEN LUPAUKSEN TULISI SISÄLTÄÄ?

Vapaa kenttä, jossa vastaajat ovat saaneet kirjoittaa kaksi asiaa, jotka Oulun tulisi sisällyttää lupaukseensa. Vastauksia yhteensä 124, vastaajia 62. Yli 5 mainintaa saaneet asiat & mainintojen määrä:

- osaava työvoima ja ammattilaiset: **13**
- yhteistyö: **13**
- tuki, apu ja rahoitus: **11**
- kestävyys: **8**
- hyvä elämä ja toimiva arki: **7**
- yrittäjämönteisyys: **7**
- innovaatio: **6**

# MITÄ OULUN AINUTLAATUISEN LUPAUKSEN TULISI SISÄLTÄÄ?





# MISTÄ ASIOISTA OULUN BRÄNDIN TULISI RAKENTUA?

Avoin kenttä, ns. vapaa sana. Vastauksia yhteensä 55.

Vastauksissa toivottiin etenkin aitoutta ja tosiasioita - konkretiaa, tekoja ja ihmisläheistä. Ei vain kauniita sanoja, ”edellisen sloganin kaltaista hakuammuntaa” tai matkailu-unelmia. Vastaajien mielestä junttiutta on vältettävä, mutta rehellinen narratiivi on ainoa toimiva asia.

*“Ilmapiiirillä ei ole merkitystä, tarvitaan konkreettisia tekoja, viestintää saavutuksista”*

*“Muihin vertaaminen ei toimi. Oulu ei ole Suomen Piilaakso, vaan oma itsensä!”*

# MISTÄ ASIOISTA OULUN BRÄNDIN TULISI RAKENTUA?

(Pien)yrittäjiin ja tekijöihin keskittyminen sekä kansainvälisyyden esiin tuominen esiintyi useammassa vastauksessa. Myös pohjoisuuden korostaminen toimisi vastaajien mielestä edelleen. Suvaitsevaisuus, avoimuus ja tasapuolisuus mainittiin usein.

*“Oulun pohjoisuus ja osaaminen pitää nostaa kansainväliseksi vetovoimatekijäksi. Täällä osataan, menestytään ja voidaan hyvin.”*

*“Oulu on tunnettu suvaitsemattomuudesta ja kaiken uuden vastustamisesta. Kuinka tuosta pääsisi eroon? Rohkeus on vahvuus.”*

*“Terävä focus ihmisiin yrityksien takana, joita houkutellaan.”*

# MISTÄ ASIOISTA OULUN BRÄNDIN TULISI RAKENTUA?

Englanninkielisessä kyselyssä eniten esille nousi englanninkielinen viestintä ja brändäys. Myös ihmisiin ja tulevaisuuteen satsaaminen mainittiin, kuten myös kansainvälisten kontaktien hankkiminen ja niiden esiintuominen.

*“Eg. current social media of Oulu2026 is mainly Finnish, which is strange if you want to be a European cultural capital.”*

*“I think we have lost the idea of the real innovation. We think that some apps or some product is the innovation. Think again! People are the innovation.”*

# TIIVIISTI

- Oulua tulisi kuvailla pohjoisen viihtyisimmäksi paikaksi asua ja työskennellä.
- Oulu erottuu edukseen luomalla yhtenäisen uuden Oulun, jossa kaikki puhaltavat yhteen hiileen.
- Yrityskaupunkina Oulun tulisi olla innovatiivinen ja uudistuva, vastuullinen ja kestävä sekä yritysmuotoinen.
- Vuonna 2030 Oulu on tunnettu eri toimijoiden välisestä yhteistyöstä sekä erittäin yritysmuotoinen ilmapiiristä.
- Oulun uniikin lupauksen tulisi yhdistellä osaavia ammattilaisia sekä yhteistyötä.
- Oulun brändin tulisi rakentua konkretiasta ja teoista, rehellisyydestä, pienyrittäjiin ja kansainvälisyyteen panostamisesta sekä pohjoisuuden korostamisesta.

**[TULEVAISUUS.OULU.COM](http://TULEVAISUUS.OULU.COM)**