

## Svar på fullmäktigemotion om s.k. tonttikontti – ett ställe för försäljning av tomter under sommaren, Sirpa Hanska

Stadsutvecklingsnämnden 11.03.2025

3014/10.00.02.05/2024

Beredning och tilläggsuppgifter:  
marknadvändningsingenjör Leevi Valkeavirta, marknadsföringschef  
Raila Lassila, tomtchef Pekka Söyriälä, [fornamn.efernamn@porvoo.fi](mailto:fornamn.efernamn@porvoo.fi)

Stadsfullmäktigeledamot Sirpa Hanska har väckt en fullmäktigemotion där hon föreslår att stadens tomtmarknadsföring ska främjas genom att för sommaren inrätta en s.k. tonttikontti där man skulle marknadsföra stadens tomter, vid behov i samarbete med lokala fastighetsmäklare och försäljare av huspaket, och vid behov hyra ut försäljningsstället till deras förfogande. Fullmäktigeledamoten nämner också att försäljningsstället kan vara obemannat.

Som svar på motionen kan man konstatera att förslaget stöder den rådande uppfattning om stadens marknadsföring om att det lönar sig för Borgå stad att locka turister att bli intresserade av att bo i Borgå. Man har strävat efter att utnyttja denna bro från turist till ny Borgåbo med olika metoder och det gör man också i fortsättningen. Av stadens egnahemstomtansökningar år 2024 var ca 60 procent gjorda av Borgåbor, ca 25 procent av personer från huvudstadsregionen och resten från de närliggande grannkommunerna med några undantag. När man jämför siffrorna på flyttningar inom Borgå (66 procent av totalsumman av dem som flyttat inom Borgå och de som flyttat till Borgå från andra delar av Finland) och siffrorna på flyttningar från huvudstadsregionen och grannkommunerna till Borgå (13,3 % och 6,3 % av motsvarande jämförelsetal) från år 2023, kan man se att marknadsföringen av stadens tomter bör riktas i synnerhet till personer från huvudstadsregionen, men också till lokala aktörer. Enligt tidigare undersökningar har den mest typiska tomtköparen i vår stad varit en person i åldern 30–40 år.

Marknadsföring som syftar till överlåtelse av tomter görs för närvarande i flera kanaler, genom att rikta marknadsföringen i synnerhet till tomter som säljs, samt på ett allmänt plan som en del av stadens allmänna marknadsföringsåtgärder. Fördelen med de elektroniska marknadsföringskanalerna är att all information som byggarna oftast behöver samt svaren på de vanligaste frågorna är lättillgängliga. I stadens tomtöverlåtelse finns som ett särskilt drag bl.a. omständigheter som hänför sig till byggskyldigheten och genomförandet av bestämmelserna i detaljplanen, för vilka elektroniska kanaler är det bästa sättet att kommunicera. Som tomtöverlåtare är städerna allmänt kända aktörer. Ofta efterfrågas tomter av staden redan innan de kommer till försäljning, vilket tyder på att om köparen av tomten är intresserad av att skaffa en sådan i Borgå överhuvudtaget, har hen sannolikt också bekantat sig med stadens tomtutbud. I fråga om tomter är en kontinuerlig reklamåtgärd bl.a. sökordsreklam, synlighet på webbportaler som Oikotie och

Etuovi.com samt på stadens webbplats på adressen [porvoo.fi/sv/egnahmestomter](https://www.etuovi.com/kumppanisisallot/porvoon-kaupunki/). Olika boendelösningar har också tagits upp i en artikelserie som gjorts i samarbete med Etuovi.com: <https://www.etuovi.com/kumppanisisallot/porvoon-kaupunki/>

På grund av profileringen av de sannolika tomtköparna och tomtmarknadsföringens särart bör den allmänna marknadsföringen i högre grad inriktas på att göra Borgå mer känd och på att betona attraktionsfaktorerna i stället för att särskilt rikta marknadsföringen till en relativt liten grupp människor som eftersträvar tomten. Attraktiv marknadsföring sänker tröskeln för att flytta till Borgå och därmed skaffa en tomt i framtiden. Flera sådana allmänna marknadsföringsåtgärder, i vilka tomtmarknadsföring ingår som en fast del, planeras för år 2025 i flera kanaler enligt följande:

- M/S J.L. Kryssningen på Runeberg 10.5 och den tillhörande kampanjen för att locka nya Borgåbor från huvudstadsregionen.
- Broschyren om Borgå för nya invånare. Broschyren fortsätter med samma serie som Edelfelts Borgå och Runebergs Borgå som snart utkommer, och presenterar stadens viktiga objekt för den nya invånaren. Broschyren delas ut bl.a. vid stadens infopunkt, där man betjänar både invånare och turister. Broschyren hänvisar till webbplatsen: [porvoo.fi/sv/för inflyttare](https://www.porvoo.fi/sv/för_inflyttare), där det finns en separat punkt på stadens tomter.
- Nyhetsbrev riktat till inflyttare
- Som kontinuerliga åtgärder fortsätter bl.a. den riktade annonseringen och genomförandet av innehåll i sociala medier i egna kanaler samt t.ex. med olika påverkare.

Utöver det ovan anförda marknadsförs Borgå och dess lämplighet som hemstad som en del av evenemangen och marknadsföringen av turism samt i samband med rekryteringsmarknadsföringen och andra lämpliga teman till exempel på Educa-mässan. Dessutom kan den information som redan tidigare år fanns tillgänglig vid turistinformation på Krämaretorget om de tomter som staden säljer utökas ytterligare och lyftas mer fram sommaren 2025.

Helhetsekonomiskt sett är det förnuftigt att kombinera funktionerna och på så sätt utnyttja turistrådgivningens kommande försäljningsställe också för marknadsföring av tomter, vilket man hittills delvis har gjort. Om försäljningsstället ska dock användas enbart för tomtmarknadsföring, ensam eller i samarbete med fastighetsmäklare eller byggherrar, anses den betjäna en för liten kundgrupp i förhållande till exempel antalet personer som behöver turistrådgivning i vår stad. Genom att betjäna flera målgrupper samtidigt kan man effektivt rikta de begränsade resurserna så att också tomtmarknadsföringen synliggörs för dem som är intresserade av den. Då får även de som är intresserade av tomterna sina uppgifter också nu från webbplatsen och vidare från den expert som ansvarar för tomtförsäljningen, som kan svara bäst på vilka möjligheter stadens tomtutbud kan erbjuda just dem.

Bilaga: fullmäktigemotionen

Stadsutvecklingsdirektören

Stadsutvecklingsnämnden beslutar ge stadsstyrelsen ovan nämnda svar på Sirpa Hanskas fullmäktigemotion.