

Lahden seudun joukkoliikennelautakunta

Päätöspäivämäärä 18.02.2026 § 11

Lahden kaupunki, Lahden seudun joukkoliikennelautakunta, 18.02.2026

§ 11

Joukkoliikenteen viestintä- ja markkinointisuunnitelma 2026

901/07.01.00.00/2026

Asian valmistelija / lisätietojen antaja

viestintä- ja markkinointisuunnittelija Minna Immonen p. 044 416 3902

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Esittelijä

kaupungininsinööri Lastikka Mika

Päätösehdotus

Lahden seudun joukkoliikennelautakunta hyväksyy joukkoliikenteen viestintä- ja markkinointisuunnitelman vuodelle 2026.

Perusteluosa

Lahden seudun liikenteelle laaditaan vuosittain markkinointi- ja viestintäsuunnitelma. Joukkoliikenneyksikössä työskentelee kaksi viestintä- ja markkinointisuunnittelijaa.

Viestinnän ja markkinoinnin perustehtäviin kuuluu viestiminen poikkeuksista liikenteessä, aikataulukausien vaihtumiseen liittyvät toimenpiteet, kotisivujen ylläpito, Facebook-viestintä, muutoksista tiedottaminen ja ohjeistaminen niin matkustajille kuin sidosryhmille, kolmesti vuodessa toteutettavan asiakastyytyväisyyskyselyn koordinointi, uutiskirjeiden koostaminen, markkinointimateriaalin tuottaminen, päivittäminen ja jakelu, pysäkkijulisteiden tekeminen sekä viestinnän ja markkinoinnin hankinnat.

Vuosi 2026 on muutosten ja uudistusten vuosi. Kesäkuun alussa siirrytään niin sanottuun tasataksa-malliin, kun vyöhykerajat poistuvat ja hinnoittelu uudistuu.

Samaan aikaan laatukäytävät, Lahden keskustan pysäkkikokeilu, liikenteen kustannustehokkuuden parantaminen ja kesän työmaat tuovat merkittäviä muutoksia useisiin bussireitteihin. Linjaston, vyöhykkeiden ja hinnaston muutoksista tiedotetaan ja kampanjoidaan laajasti.

Linjaston muutosviestintään yhdistyy Lahden keskustan pysäkkikokeilu. Uudet pysäkit Vesijärvenkadun ja Aleksanterinkadun risteykseen otetaan käyttöön elokuussa 2026. Pysäkkikokeilun viestinnästä vastaa Lahden kaupunkiympäristön viestijät. LSL on tiiviisti mukana suunnittelutyössä ja vastaa omalta osaltaan muun muassa matkustajainformaatiosta.

Pitkäkestoisina projekteina viestinnässä on vuonna 2025 alkaneet kehitysprojektit matkustajainformaation, nettisivujen ja brändiuudistuksen parissa.

Matkustajainformaation tulevaisuus ja roadmap 2030 projekti jatkuu.

Matkustajainformaation kehitystä tehdään tiekarttaan ja pysäkkikokeiluun liittyvien suunnitelmien mukaan. Viestinnässä keskitytään vuonna 2026 erityisesti julisteisiin ja karttoihin.

Brändiuudistuksen suunnittelu ajoittuu tammi-kesäkuulle. Työn aikana LSL:lle luodaan brändistrategia, brändikirja, graafinen ohjeisto ja brändiuudistuksen jalkautussuunnitelma. Uuden brändin pitkäkestoinen käyttöönotto alkaa jo syyskaudella. LSL:n visuaalinen ilme päivitetään brändikonseptin mukaiseksi vaiheittain. Kokonaisuudessaan työ vaatii laajaa sisällöntuotannon suunnittelua ja toteutusta.

LSL:n kotisivut sijaitsevat samassa verkkoympäristössä Lahden kaupungin sivujen kanssa. Vuonna 2026 merkittävänä uudistuksena on englanninkielisen sivuston

laajentaminen ja kääntäminen samalle tasolle suomenkielisen kanssa. Sivustolle tehdään myös kehityssuunnitelma.

Vuonna 2026 muodostetaan kokonaiskuva somealustojen trendeistä ja tulevaisuudesta. Laaditaan selvitys sosiaalisen median potentiaalista Lahden seudun liikenteen viestinnässä ja markkinoinnissa huomioiden vaadittavat resurssit ja kohderyhmät. Projekti siirtyi vuodelta 2025 vuodelle 2026.

Lahti-Pisteen kanssa jatketaan asiakaspalveluprosessin kehittämistä vuonna 2025 tehtyjen toimenpiteiden sekä toteutetun palvelumuotoiluprojektin löydösten myötä.

Waltti Solutions Oy:n toteuttamista lippu- ja maksujärjestelmien uusista ominaisuuksista tiedotetaan ja eri lipputyyppejä nostetaan esille kampanjoissa tarpeen mukaan. Uudistuksia markkinoidaan, jos ominaisuus voi huomattavasti lisätä tuotteen käyttöä tai lippujen myyntiä. Vuonna 2026 tavoitteena on käyttöönottaa ja kampanjoida seniorihintaisten lippujen saamisesta Waltti Mobiili -sovellukseen ja junabussi-lipusta, joka toteutetaan yhteistyössä Waltin ja VR:n kanssa.

Vuonna 2026 Mankelien markkinointi on siirtynyt Lahden kaupungilta joukkoliikenneyksikölle. Markkinointia tehdään edellisten vuosien suunnitelmien mukaan ennakkoon ja läpi Mankeli-kauden huhtikuulta kauden loppuun.

Joukkoliikenteen viestintää ja markkinointi on monikanavaista. Työtä leimaa monen asian yhtäaikainen eteneminen ja viranomaisesta riippumattomista syistä tapahtuvat muutokset. Suunnittelussa on varauduttava siihen, että ennalta suunniteltu toimenpide voi jäädä sivuun yllättävän tapahtuman tai äkillisen muutostilanteen vaatiessa nopeaa reagointia. Viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa muokataan tarvittaessa vuoden aikana.

Iso osa työstä on selkeän informaation luomista joukkoliikennepalveluiden käytöstä, mikä helpottaa nykyisten asiakkaiden matkustuskokemusta ja madaltaa uusien asiakkaiden kynnystä aloittaa joukkoliikenteen käyttö.

Suunnitelmallisella, pitkäjänteisellä ja vuosi vuodelta kasvatetulla työllä vaikutetaan asukkaiden joukkoliikennettä koskeviin arvoihin, asenteisiin sekä mielikuviin.

Viestintä ja markkinointi on omalta osaltaan luomassa joukkoliikenteelle positiivista nostetta ja kasvattamassa matkustajamääriä.

Markkinointiin ja viestintään käytettävä summa sisältyy joukkoliikenteen vuosittaisiin toimintakuluihin. Vuonna 2026 viestintään ja markkinointiin on varattu 220 000 euroa. Summaa on kasvatettu 20 000 euroa vuodesta 2025, koska kaupunkipyörien markkinointi on siirtynyt Lahden kaupungilta joukkoliikenneyksikölle.

Muutoksenhaku

Muutoksenhakukielto

Toimenpiteet

Ote: toimivalta-alueen kunnat