



Kh § 252 28.11.2016  
Kv § 89 12.12.2016



## Matkailustrategia 2017 - 2020



## Sisällysluettelo

1. JOHDANTO .....	3
2. MATKAILUN KEHITTÄMINEN UUELLAMAALLA .....	3
3. MATKAILU LÄNSI-UUELLAMAALLA .....	3
4. LÄNSI-UUDENMAAN MATKAILUSTRATEGIA .....	5
5. KARKKILAN MATKAILULLINEN ASEMOINTI .....	5
6. KARKKILAN MATKAILUN VISIO 2020 .....	6
7. MATKAILUTOIMIALAN STRATEGISET TAVOITTEET .....	7
8. MERKITTÄVIMMÄT KEHITTÄMISTOIMENPITEET .....	7
8.1 Karkkilan alueen tunnettuuden ja vetovoimaisuuden vahvistaminen myös matkailussa .....	7
8.2 Matkailuelinkeinon kehittämiseksi luodaan jäsenneily ja vakiinnutettava malli, jossa roolit ja tavoitteet ovat selkeitä .....	7
8.3 Matkailun kehittämishankkeiden suunnittelu ja toteuttaminen, matkailun kärjet, matkailupalvelujen kohderyhmät .....	8
8.4 Matkailun kehittämistoimenpiteiden mittarointi ja seuranta .....	8

## 1. JOHDANTO

Päättyessään talousarviosta vuodelle 2016 Karkkilan kaupunginvaltuusto päätti samalla, että kaupungille laaditaan vuoden 2016 aikana matkailustrategia. Takana oli ajatus siitä, että aiemmin enimmäkseen metalliteollisuudesta tunnetun kaupungin tarvitsee edelleen monipuolistaa elinkeinorakennettaan. Ajatus on johdettu kaupungin strategian 2014–2017 visiosta ”muroksesta menestykseen”.

Matkailun kehittämistä puoltaa usea tekijä. Sen taloudelliset kerrannaisvaikutukset ovat merkittäviä. Keskeisten toimialojensa majoitus- ja ravintolapalveluiden ohella se luo kasvua kulttuuripalveluihin, liikenteeseen, kauppaan ja moniin muihin vastaaviin. Matkailu on tyypillisesti voimakkaasti työllistävä toimiala. Erityisesti nuorille matkailuun liittyvät toiminnot tarjoavat runsaasti työllistymismahdollisuuksia. Lisäksi matkailulla on suuri kasvupotentiaali ja parhaimmillaan se luo alueille merkittävästi vaurautta ja hyvinvointia.

Karkkilan matkailustrategiatyön voimakkaimpana ajurina on kuitenkin ollut usko siihen, että kaupungilla on tarjottavaa matkailijoille. Historia, luonto, omaleimaisuus ja mainio sijainti ovat tekijöitä, joilla on mahdollista saada matkailijavirtaa kaupunkiin.

Strategiatyötä on tehty matkailualan toimijoista ja sidosryhmistä, luottamushenkilöistä sekä kaupungin viranhaltijoista kootulla työryhmällä. Matkailutoimijoista ja sidosryhmistä mukana ovat olleet Asko Heino (Oy Högfors-Ruukki Ab), Risto J. Hellgren (Vähäveden Retkimelontakeskus), Henna Mitrunen (Karkkilan Kotiseutuyhdistys, Karkkilan Yrittäjät ry, Studio Kuvaleipomo), Tuula Gröhn ja Teppo Pasanen (Käsityökahvila). Luottamushenkilöiden edustajina työryhmässä olivat Marianne Boström, Paula Salapuro, Maritta Salo ja Reima Stigell. Kaupungin viranhaltijoiden ja toimihenkilöiden ryhmässä olivat Marko Järvenpää, Birgitta Holttinen, Tommi Kuutsa ja Milla Malmberg.

## 2. MATKAILUN KEHITTÄMINEN JUDELLAMAALLA

Uudenmaan liitto toimii maakunnallisen matkailun kehittämisen koordinaattorina. Liiton johdolla kokoontuu Uudenmaan matkailun asiantuntijaryhmä, jonka tehtävänä on seurata elinkeinon kehitystä ja tehdä aloitteita kannanotoiksi ja toimenpiteiksi. Lisäksi maakuntaliitto tuottaa Uusimaa-tietopankkiin tilastoja ja selvityksiä matkailusta.

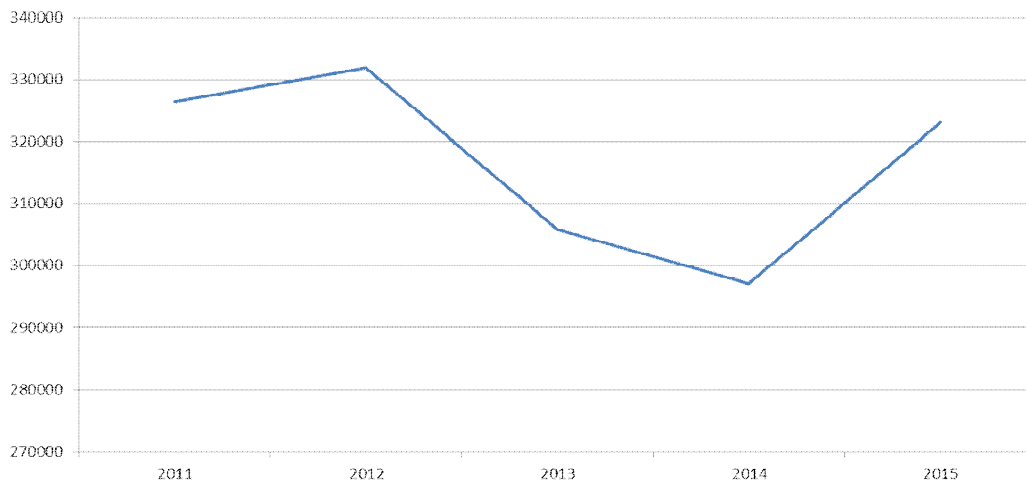
Kaikkiaan Uusimaa vetää noin 30 % Suomessa yöpyvistä matkailijoista. Parina viime vuotena koko maan matkailijamäärä on ollut hienoisessa laskussa, mutta Uudenmaan osuus puolestaan on kasvanut hieman.

Uudenmaan matkailijoista noin 55 % on viime vuosina ollut suomalaisia. Ulkomaalaisista suurimmat ryhmät ovat olleet venäläiset, saksalaiset ja ruotsalaiset. Selkeää ja voimakasta kasvua on viime aikoina tapahtunut kiinalaismatkailijoiden määrässä. Myös Japanista Uudellemaalle tulevien määrä on kasvussa.

## 3. MATKAILU LÄNSI-JUDELLAMAALLA

Karkkila luetaan aluejaossa Länsi-Uuteenmaahan yhdessä Hangon, Inkoon, Raaseporin, Siuntion, Kirkkonummen, Lohjan ja Vihdin kanssa. Matkailun alueorganisaationa toimii matkailuyritysten omistama Länsi-Uudenmaan Lumo matkailu Oy. Rahoituksensa Lumo saa yrityksiltä ja joiltakin alueen kunnilta. Lumo on voittoa tavoittelematon osakeyhtiö, joka tavoittelee laajaa yhteistyötä Länsi-Uudenmaan matkailualueella.

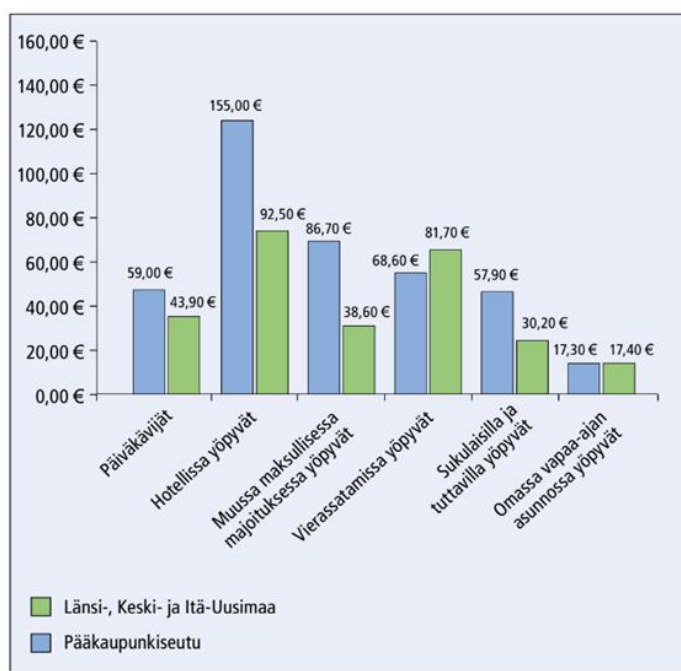
Länsi-Uudenmaan matkailun suhteen on merkillepantavaa, että alueen matkailijamäärä on kääntynyt reippaaseen kasvuun. Kasvu on jopa merkittävästi suurempaa kuin muualla Uudellamaalla pääkaupunkiseutu mukaan lukien.



Yöpyjämäärän kehitys Länsi-Uudellamaalla, lähde: Lumo matkailu Oy

Länsi-Uudellamaalla yöpyvistä matkailijoista valtaosa, noin 80-90 %, yöpyy Hangossa, Lohjalla tai Raaseporissa. Muiden alueen kuntien yöpyjämäärät jäävät niin pieniksi, ettei niitä tilastoida.

Länsi-Uudenmaan matkailu painottuu selvästi päiväkävijöihin. Esimerkiksi Haaga-Helia ammattikorkeakoulun vuonna 2013 toteuttamassa Länsi-Uudenmaan matkailutulotutkimuksessa todettiin, että vuotuisista matkailijoista päiväkävijöitä oli yli 3,4 miljoonaa kun esimerkiksi hoteleissa yöpyviä oli 177 000 keskimääräisten yöpymisvuorokausien määrän ollessa kaksi. Samassa tutkimuksessa kartoitettiin matkailijaryhmien alueella kuluttamia rahamääriä. Määrät vaihtelevat alueittain siten, että pääkaupunkiseudulla matkailija kuluttaa pääsääntöisesti enemmän rahaa kuin muualla Uudellamaalla.



Kulutus eri matkailijaryhmissä pääkaupunkiseudulla ja Länsi-, Keski- ja Itä-Uudellamaalla.

Lähde: Uudenmaan matkailutulotutkimus 2013 (Haaga-Helia Amk)

Edellä esiteltyjen kulutus- ja matkailijamäärien perusteella Haaga-Helian tutkimus päättyi johtopäätökseen, että Länsi-Uudenmaan välitön matkailutulo on noin 307 miljoonaa euroa. Tästä summasta päiväkävijät tuovat lähes puolet. Päiväkävijä jättää alueelle keskimäärin 60 euroa / hlö/ matkapäivä.

#### 4. LÄNSI-UUDENMAAN MATKAILUSTRATEGIA

Karkkilan kaupunginhallitus hyväksyi kuuden muun Länsi-Uudenmaan kunnan ohella Länsi-Uudenmaan matkailustrategian 2013 - 2016 keväällä 2013. Alueellisen strategian tehtävänä oli luoda yhteiset suuntaviivat matkailun kehittämiseksi.

Strategian tavoite (visio) 2016 oli:

*Länsi-Uusimaa muodostaa asiakkaalle ympärivuotisen, kestävän ja laadukkaan matkailullisen kokonaisuuden joka on helppo löytää ja sen palveluja on helppo ostaa.*

Strategiassa määritellyt arvot olivat vastuullisuus, aitous ja paikallisuus, asiaksläheisyys sekä yhteistyö. Näiden lisäksi strategiassa linjattiin kymmenen konkreettisempaa tavoitetta, jotka vaihtelivat venäläisten matkailijoiden määrän kasvattamisesta osaavan työvoiman saantiin ja yhteiseen markkinointiin.

Karkkilan osalta Länsi-Uudenmaan matkailustrategia on jäänyt melko vähälle huomiolle eikä sen suhteen ole toteutettu itse tai yhdessä muidenkaan kanssa kehittämistoimenpiteitä.

#### 5. KARKKILAN MATKAILULLINEN ASEMOINTI

Karkkilan matkailua kehitettiin vuosina 1996 – 2006 pitkäjänteisesti yhdessä matkailupalvelujen tuottajien ja Karkkilan kaupungin kanssa Karkkilan ja Pusulan yhteisissä matkailuhankkeissa. Matkailun kehittämistyötä on tämän jälkeen tehty lähinnä matkailuyritysten omana työnä. Karkkilalaisen matkailun kokonaiskuvaa on tällä hetkellä vaikea muodostaa, koska aktiivista matkailun kehittämistyötä ei Karkkilan alueella ole viime vuosina tehty. Karkkilan matkailua voidaan kuitenkin kuvata SWOT-analyysillä yksinkertaistaen:

<p><b>Vahvuudet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>jo olemassa olevat kohteet</li> <li>sijainti ison päivämattailijapotentialin lähellä</li> <li>aktiiviset yhdistykset</li> <li>aito pikkukaupunki ja kompakti taajama</li> <li>luonto ja teollinen perintö</li> </ul>	<p><b>Heikkoudet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>koordinaation puute, yhteistyön ja yhtenäisen linjan heikkeneminen</li> <li>matkailutuotteiden puute</li> <li>majoituksen ja matkailuyritysten puute</li> <li>yleinen siisteys ja puutteelliset opasteet (keskusta, ulkoilureitit)</li> </ul>
<p><b>Mahdollisuudet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>vuotuiset tapahtumat</li> <li>monipuolisuus</li> <li>pitkäjänteisen kehittämistyön toteuttaminen</li> <li>kokousmatkailu, liikunta, elokuva-ala</li> <li>profiloituminen</li> </ul>	<p><b>Uhat:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>epäonnistuminen tuotteistamisessa ja erottautumisessa</li> <li>keskustan näivettyminen</li> <li>joukkoliikenteen palvelutason lasku</li> <li>torikauppa hiipuu myyjien ja asiakkaiden ikääntyessä</li> </ul>

Karkkilassa matkailun kehittämisessä voidaan tukeutua jo olemassa oleviin kohteisiin sekä omaleimaiseen teolliseen perintöön ja luontoon. Lisäksi kaupungin sijainti Uudellamaalla pääkaupunkiseudun välittömässä läheisyydessä avaa mahdollisuudet houkutella merkittävää päivämattailijavirtaa. Tällä hetkellä Karkkilan matkailutoimialalta puuttuu koordinointi. Alan toimijat puurtavat itsenäisesti, jolloin yhteinen kokonaiskuva

matkailualan kehittämisen tavoitteista ja kehittämisestä puuttuu. Yhteistä matkailuverkostoa ja matkailupakettien yhteistarjontaa ei karkkilalaisessa matkailupalveluissa ole tällä hetkellä tarjolla.

Toisaalta lähtökohdat mahdollistavat hyvien tuloksien saavuttamisen tulevaisuudessa pelkällä toiminnan järkevöittämisellä ja suunnitelmallisuudella. Vuotuiset tapahtumat, ja niiden monipuolisuus, menestystä saavuttaneen karkkilalaisen elokuva-alan hyödyntäminen sekä selkeät valinnat ja profiloituminen tarjoavat uusia hyödynnettäviä mahdollisuuksia. Onnistuminen tässä edellyttää kuitenkin onnistunutta matkailupalveluiden tuotteistamista ja erottautumista kilpailevista kohteista. Samalla on pystyttävä pitämään yllä kaupungin yleistä elinvoimaa, kuten keskustan eloisuutta ja toria kaupungin sydämenä.

## 6. KARKKILAN MATKAILUN VISIO 2020

Missio: Karkkila on omia vahvuuksiaan hyödyntävä, vahvasti tulevaisuuteen suuntaava matkailukaupunki. Matkailua kehitetään matkailupalvelujen tuottajien, yhdistysten, asukkaiden ja kaupungin jatkuvana yhteistyönä.

Visio: Karkkila tunnetaan v. 2020 lähellä pääkaupunkiseutua sijaitsevana omaleimaisena ja kehittyvänä matkailukohteena.

Visiota tukevia vahvuuksiamme ovat luonto, kulttuuriperintö ja teollinen historia sekä tapahtumat ja sijainti.

Arvot, arvostamme:

### 1. Luonto ja sijainti

Karkkilassa luonto on rikas ja monimuotoinen. Uudenmaan korkein kohta Loukkumäki, 174 m merenpinnasta, sijaitsee Karkkilan Antiaisissa. Luontoon liittyvät tekijät ovat avainasemassa houkutellessa päivämatkailijoita pääkaupunkiseudulta.

### 2. Kulttuuriperintö, historia

Karkkilan pitkä teollinen perintö luo kaupunkiin omaleimaisen ja erityisen hengen, joka mahdollistaa tarinallisuuden ja erottautumisen matkailumarkkinoinnissa ja -tarjonnassa. Karkkila tunnetaan vahvoista kulttuurivaikuttajista.

### 3. Aktiivinen yhteisö

Karkkilan vireyden yhtenä suurena tekijänä on yhteisön omaehtoinen toiminta. Monet tapahtumat, joista Karkkila tunnetaan, tuotetaan pitkälti talkoohengessä ja vapaaehtoisvoimin. Yhteisöllisyys viestii aidon pikkukaupungin henkeä.

### 4. Asukas ja asiakas keskiössä

Tavoitteena on tuottaa mahdollisimman suurta arvoa asukkaille ja alueella vieraileville. Matkailun kehittämistyötä tehdään alhaalta ylös – mallilla ja asiakkailta tulevaa palautetta sekä matkailualan trendejä hyödyntäen.

## 7. MATKAILUTOIMIALAN STRATEGISET TAVOITTEET

### Strategiset tavoitteet

1. Vahvistetaan Karkkilan alueen tunnettuutta, vetovoimaisuutta ja kilpailukykyä myös matkailussa.
2. Matkailuelinkeinon kehittämiseksi luodaan jäsenelty ja vakiinnutettava malli, jossa roolit ja tavoitteet ovat selkeitä.
3. Matkailun kehittämishankkeiden suunnittelu ja toteuttaminen on käynnissä, tunnistetaan matkailun kärjet ja matkailupalveluiden kohderyhmät.
4. Matkailun kehittämistoimenpiteiden jatkuvuus, mittarit ja seuranta



## 8. MERKITTÄVIMMÄT KEHITTÄMISTOIMENPITEET

- 8.1 Karkkilan alueen tunnettuuden ja vetovoimaisuuden vahvistaminen myös matkailussa  
Matkailun halutaan olevan Karkkilassa kehittyvä toimiala, joka tulevaisuudessa työllistää nykyistä enemmän ihmisiä ja tuottaa tuloa alueelle. Tällä hetkellä karkkilalainen matkailusektori näyttäytyy hajanaisena usean pienen toimijan omaehtoisena ja itsenäisenä toimintana.

Ensi vaiheessa kootaan karkkilalaisista matkailutoimijoista ja matkailutarjonnasta kokonaiskuva, joka alkaa näkyä ulospäin. Matkailu otetaan mukaan kaupungin markkinointiviestintään.

### Mittari ja aikataulu

Karkkilan kaupungin viestinnässä matkailupalvelut löydettävissä helposti ja houkuttelevasti v. 2017-.

- 8.2 Matkailuelinkeinon kehittämiseksi luodaan jäsenelty ja vakiinnutettava malli, jossa roolit ja tavoitteet ovat selkeitä

Mikäli matkailusta halutaan saada nouseva ja nykyistä merkittävämpi toimiala, tulee alan kehittämistyön olla tavoitteellista ja koordinoitua. Tätä varten tarvitaan toimija, joka kantaa päävastuun kehittämisestä ja joka katsoo kokonaisuutta. Paras ratkaisu kehittämistyön alkuvaiheessa on alan relevanteista toimijoista muodostettu työryhmä. Ryhmän tulee miettiä matkailuelinkeinon kehittämisen malli sekä eri tahojen roolit siinä.

Mittari ja aikataulu

Karkkilan matkailupalvelujen kehittämistyöryhmä on perustettu v. 2017. Matkailuverkosto on toiminnassa v. 2020.

### 8.3 Matkailun kehittämishankkeiden suunnittelu ja toteuttaminen, matkailun kärjet, matkailupalveluiden kohderyhmät

Karkkilan matkailupalveluiden kehittämistyöryhmä identifioi matkailun kärkihankkeet, niiden kehittämistarpeet sekä kohderyhmät ja laatii matkailun kehittämisen toimintasuunnitelman. Suunnittelun tausta-aineistona hyödynnetään mm. Uudenmaan liiton matkailuun liittyviä selvityksiä ja hankkeita (Uudenmaan matkailun kehityskuva 2050 hankeinfo).

Mittari ja aikataulu

Matkailukonsepti valmis v. 2017.

### 8.4 Matkailun kehittämistoimenpiteiden jatkuvuus, mittarit ja seuranta

Karkkilan matkailupalveluiden kehittämistyöryhmä laatii matkailutoimenpiteiden toteuttamiselle sekä jatkosuunnittelulle mittarit ja seurannan.

# Hyvää matkailupalvelua Karkkilassa

[www.karkkila.fi](http://www.karkkila.fi) – Matkailijan Karkkila