

Länsi-Uudenmaan matkailustrategia

2013 - 2016 (2020)

Länsi-Uudenmaan matkailuyrittäjät

Kunnat

Novago Yrityskehitys Oy

Alkusanat

Käsissäsi on Länsi-Uudenmaan alueen ensimmäinen yhteinen matkailustrategia. Länsi-Uusimaa on erinomainen matkailualue jolla on paljon vahvuuksia kuten sijainti lähellä pääkaupunkiseutua ja Pietaria, kauniit ja kalaiset vesistöt, monipuoliset hyvinvointipalvelut, kaksikielisyys sekä hyvinvoivat ruukkialueet. Nämä vahvuudet on nyt viety strategiatasolle tavoitteena matkailun alueelle tuoman rahamäärän kaksinkertaistaminen ja alan työllistävyyden kasvattaminen.

Matkailustrategian luomisessa oli vahva yrittäjävetoisuus. Halusimme saada käyttöön kaiken sen tietotaidon joka alueen matkailutoimijoilla on ja toisaalta tiedon matkailutoimialan kehittämistarpeista toiminta-alueellamme. Tässä työssä onnistuttiin mielestämme hyvin. Strategiatyöryhmän toiminta oli aktiivista ja yhteistyön tekeminen oli helppoa kun kaikilla strategiatyöryhmän jäsenillä oli sama päämäärä.

Strategia ei syntynyt yhdessä yössä vaan se on tulosta pitkästä prosessista. Prosessi on sisältänyt mm. kaksi laajaa strategiatyöpajaa (osallistujia ensimmäisessä työpajassa oli 50 ja toisessa 70 henkilöä) joihin oli kutsuttuna kaikki yrittäjät ja kaupungin-/kunnanvaltuutetut. Strategiatyöpajojen antia kiteytettiin kuudessa strategiatyöryhmän kokoontumisessa. Lisäksi strategiaa varten tehtiin yrittäjäkysely sekä asiakaskysely (kiitos Minnalle). Matkailustrategia noudattaa Lohjan, Raaseporin ja Hangon strategisia linjauksia. Strategiaa tullaan tarkastelemaan jatkossa vuosittain tavoitteiden ja mittareiden osalta. Työ jatkuu nyt määriteltyjen toimenpiteiden eteenpäin viemisellä työryhmien toimesta.

Koko prosessin ajan sosiaalisessa mediassa ja nettisivuilla on voinut kommentoida työn kehittymistä ja antaa palautetta sekä kehitysehdotuksia työryhmälle. Strategia pyrkii olemaan mahdollisimman konkreettinen ja sellainen, että mahdollisimman moni voisi sen allekirjoittaa.

Strategiatyöryhmä:

Tero Eskola, Päiväkumpu, pj	Viveca Blomberg, Raasepori
Jutta Evokari, Fiskars	Erja Hiltunen, Sommaröstrand
Minna Ermala, Lohja	Jukka Punamäki, Novago Yrityskehitys Oy, sihteeri
Marika Pulliainen, Hanko	Susse Ekström, SE-Action
Petri Tarkkanen, Kisakallio	Mari Salonen, Rantasipi Siuntion Kylpylä
Erja Vaarala, Novago Yrityskehitys Oy	Juha Valkamo, Myllyniemi
Synne Nordström, Mustion Linna	

Kiitos koko työryhmälle aktiivisesta otteesta matkailun kehittämiseksi! Suuri kiitos myös työryhmän sihteerille Jukka Punamäelle.

Lohjalla 22.3.2013

Strategiatyöryhmän puheenjohtaja

Tero Eskola
Johtaja
Kylpylähotelli Päiväkumpu

Länsi-Uudenmaan matkailustrategia

Tämän strategian tavoite on luoda yhteiset suuntaviivat koko alueen matkailulle. Strategia pyrkii olemaan mahdollisimman konkreettinen ja sellainen, että mahdollisimman moni voisi sen allekirjoittaa.

Tavoite 2016

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

Tavoite 2020

Matkailutulo on kaksinkertainen vuoden 2007 tasoon verrattuna

Arvot

Vastuullisuus

- Ympäristö
- Työntekijät

Aitous ja paikallisuus

- Ruoka
- Tapahtumat
- Omaleimaisuus

Asiakasläheisyys

- Toimintaa kehitetään yhdessä asiakkaan kanssa
- Ennakointi
- Luotettavuus
- Laatu

Yhteistyö

- Alueen palvelut täydentävät toisiaan
- Ympärivuotisuus vaatii yhteistyötä

Teemat

Länsi-Uudenmaan matkailun yhteiset teemat syntyvät alueen vahvuuksista ja toisaalta vallitsevista pidemmän aikajänteen trendeistä.

- Elävät ruukkimiljööt
- Vesi - saaristo, meri, järvet ja vesireitit
- Hyvinvointi, rauha ja liikunta
- Tarinat, historia ja kulttuuri
- Gastronomia

Teemat ovat linjassa kestävän ajattelun kanssa ja toimivat ympärivuotisesti. Teemat ovat myös linjassa vallitsevien megatrendien kanssa kuten hoiva-asioiden ja hyvinvointipalveluiden (wellbeingin) lisääntyminen, ympäristön ja aitouden arvostaminen, yksilöllisyyden vahvistuminen, jne.

Kohderyhmät

Jotta matkailutulo on kaksinkertainen vuonna 2020, täytyy alueen panostaa merkittävästi ulkomaisiin matkailijoihin. On kuitenkin tärkeää huomioida, että vuonna 2013 ylivoimaisesti suurin osa matkailijoista tulee kotimaasta. Tätä ryhmää ei pidä unohtaa.

Läpileikkaavaksi kohderyhmäksi on valittu ns. modernit humanistit. Mek (Matkailun edistämiskeskus) on valinnut tämän ryhmän omassa strategiassaan. Alueen teemat ja kärkituotteet puhuttelevat juuri tätä kohderyhmää.

Modernien humanistien asennemaailma

- Yritän elää niin, että myös tulevilla sukupolvilla olisi mahdollisuus nauttia hyvistä elinolosuhteista
- Yksi elämäni suurimmista iloista on tuottaa hyvinvointia ja iloa muille ihmisille
- Olen kiinnostunut vieraista kulttuureista
- Haluan tavata ja tutustua uusiin ihmisiin eri maista
- Olen kiinnostunut uusista kulttuuri-ilmioistä ja avoin uusille ajatuksille ja ideoille
- Elämän tärkeimpiin asioihin kuuluu oman kehon, mielen ja tunteiden tasapaino
- Pidän itsestäni huolta, jotta tuntisin oloni mahdollisimman terveeksi ja elinvoimaiseksi

Matkailun päämotiivit

Halu päästä keskelle itselle erilaista kulttuuri – tai luonnonympäristöä, jossa parhaimmillaan toteutuu kolme asiaa:

1. Pääsee konkreettisesti irti omasta arjesta
2. Pääsee aidosti oppimaan/ymmärtämään paikallisten ihmisten kautta jotain uutta vieraasta kulttuurista ja elämäntavasta
3. Saa toiseuden aidon kohtaamisen seurauksena kokea elämyksiä

Rantalomilla ja selkeästi rajatuilla harrastematkoilla motiivit ovat toiset

Lähde MEK (Matkailun edistämiskeskus)

Kotimaa

Pääkaupunkiseutu

- Pariskunnat
- Lapsiperheet
- Suuret ikäluokat
- Yritysassiakkaat

Ulkomaat

Venäjä ja Ruotsi

Strategiset tavoitteet

Strategisia tavoitteita on kymmenen kappaletta.

Perustetaan työryhmä jokaisen strategisen tavoitteen eteenpäinviemiseksi. Länsi-Uudenmaan matkailukoordinaattori toimii kokoonkutsujana ja koordinoijana. Työryhmiin kootaan tärkeimmät toimijat.

Työryhmä tekee yksityiskohtaisen toimintasuunnitelman ja toteuttaa sen oleellisten asiantuntijatahojen kanssa.

Jokaisen tavoitteen toteutumiseksi edellä mainittu työryhmä tarkentaa toimenpiteet ja vastuunjaot jatkotyöskentelyssä.

1. Aluetta myydään ja markkinoidaan yhtenäisenä kokonaisuutena yhteistyössä kaikkien matkailutoimialalla olevien yksityisten ja julkisten toimijoiden kanssa. Länsi-Uudellamaalla on yhteinen matkailubrändi.
2. Länsi-Uudenmaan matkailutuotteet on helposti löydettävissä ja ne on helppo ostaa.
3. Matkailutuotteet ovat laadukkaita ja nojaavat alueen vahvuuksiin ja laajaan yhteistyöhön yrittäjien välillä. Tuotteistaminen on arkipäivää.
4. Venäläisten matkailijoiden määrä on kasvanut merkittävästi.
5. Alueen matkailua kehitetään kestävän kehityksen periaatteita noudattaen yhteistyössä julkisen ja yksityisen sektorin kanssa.
6. Länsi-Uusimaa on tunnettu yksilöllisistä kokouspalveluistaan.
7. Länsi-Uudenmaan matkailutilastot ovat ajankohtaiset ja monipuoliset. Tieto on laajasti hyödynnetty yksityisten ja julkisten toimijoiden keskuudessa.
8. Laadukkaiden työntekijöiden saatavuus on hyvä ja yhteistyö oppilaitosten kanssa on tiivistä.
9. Länsi-Uudellamaalla matkailu on kasvuala ja sen painoarvoa kasvatetaan kuntien päätöksenteossa.
10. Länsi-Uudellamaalla on tarjontaa ympäri vuoden.

Mittarit

Nykytila

- Vuonna 2011 Länsi-Uudenmaan majoituksen osuus koko maan osuudesta 1,4 %
- Ulkomaisten matkailijoiden osuus yöpyjistä vuonna 2011 8,3
- Venäläisiä matkailijoita vuonna 2011 7231 (32% kaikista ulkomaisista, 3% kaikista yöpymisistä)
- Huonekäyttöaste alueen rekisteröidyllä kapasiteetilla oli 43,2 % vuonna 2007
- Alueella yhteensä noin 800 matkailuyritystä

Matkailutulo Länsi-Uudellamaalla

- Työ- ja elinkeinoministeriö on asettanut seuraavan tavoitteen koko Suomelle:
Matkailutulo, joka oli 11 miljardia euroa vuonna 2007, kasvaa 20,7 miljardiin euroon vuoteen 2020 mennessä.
Länsi-Uudenmaan matkailutulo oli vuonna 2007 193, 7 milj. euroa, tavoite vuonna 2020 on kaksinkertaistaa tulo eli 400 milj. euroon.
- Matkailustrategian tarkoituksena on että Länsi-Uudenmaan matkailuyrittäjien liikevaihto kaksinkertaistuu 2020 mennessä.

Ympärivuotisuus

Vuonna 2011 (talvi 2010-11 ja kesä 2011) majoitustilaston mukaan yöpymiset olivat

Talvi (marras-huhtikuu) 77420 yöpymistä (28,5 %)

Kesä (touko-lokakuu) 194705 yöpymistä (71,5 %)

Tavoite: vuonna 2020 kesän ja talven jako 60 % / 40 %

- Ympärivuotisuus on todettu olevan yksi merkittävimmistä haasteista Länsi-Uudellemaalle. Tavoite on haastava, mutta erittäin tärkeä, jotta asetettu matkailutulon kasvu toteutuu.

Matkailun työllisyys

Matkailun aikaansaama työllisyys vuonna 2007 1920 henkilötyövuotta

Tavoite: vuonna 2020 3000 henkilötyövuotta

- Matkailun aiheuttama työllisyysvaikutus on merkittävä ja se vaikuttaa myös suoraan verotuloihin.