



YHTEISMARKKINOINNISTA VOIMAA MATKAILUUN

“ALL FOR ONE AND ONE FOR ALL”

IISALMI JA TIENOOT

28.2.2023
GRETA TANSKANEN
NORDICMARKETING



NORDICMARKETING

NordicMarketing on suomalaissaksalainen markkinointiyhtiö, joka tarjoaa vankkaa matkailuosaamista ja käytännön kokemusta pitkältä ajalta. Yhtiö toimii Suomesta ja Saksasta käsin, josta verkostomme ulottuu koko Eurooppaan. Palvelujamme ovat erilaiset koulutus- ja asiantuntijapalvelut sekä Keski-Euroopassa toteutetut räätälöidyt vientimarkkinointi- ja kehittämispalvelut. Asiakkaitamme ovat mm. oppilaitokset ja kehitysyhtiöt sekä Suomen, Ruotsin ja Norjan matkailuyritykset, -keskukset ja -alueet.



GRETA TANSKANEN

YRITTÄJÄ, NORDICMARKETING

- Oululaislähtöinen Greta on työskennellyt matkailun ja markkinoinnin parissa 20 vuotta ja toimii yrittäjänä kymmennettä vuotta.
- Ydinosaamista ovat matkailun kokonaisvaltainen kehittäminen, yhteistyö ja verkostojen rakentaminen sekä erilaiset strategia- konseptointi- ja suunnittelutyöt.
- Toimii yrittäjänä NordicMarketing Finland Oy:ssa ja enemmistöomistajana saksalaisessa NordicMarketing
- Ennen yrittäjyyttä työskennellyt erilaisissa matkailu- ja markkinointialan tehtävissä mm. Oulun kaupungilla, saksalaisessa NordicMarketing GmbH:ssa sekä mainostoimisto Pohjolan Myllyssä (nyk. Miller&Lean Oy). Lisäksi toiminut projektipäällikkönä lukuisissa eri matkailualan hankkeissa ja toimeksiannoissa
- Työkokemuksensa myötä hän ymmärtää matkailun organisoitumisen ja alueellisen yhteistyön toimintamallit sekä tuntee käytännön tasolla alueorganisaatiotyön, yhteistyön ja yrittäjyyden haasteet.





1. JOHDANTO – MATKAILUN TOIMIALA- JA MARKKINAKATSAUS



Matkailu on Suomessa kasvava palveluvientiala ja merkittävä työllistäjä

Matkailu on kokoaan suurempi toimiala 1 matkailueuro tuo 61 senttiä muille toimialoille

SUOMEN MATKAILU
PALAUTUU VUONNA

2024

PANDEMIAA
EDELTVÄLLE TASOLLE

(Oxford Economics arvio maalisk. 2022)

29 000

YRITYSTÄ, 2019

- Matkailualat työllistävät myös muiden alojen osaajia.
- Matkailuelinkeinon merkitys korostuu harvaan asutuilla alueilla.
- Matkailualan yritysten liikevaihto oli yli 21,0 mrd. €.

5,3 mrd.€
MATKAILUVIENTI 2019

- Kaksinkertaistunut 2000-luvulla
- Yhtä suuri kuin Suomen kaikki korkean teknologian vienti yhteensä
- **5,4 %** vientituloista
- **17 %** palveluiden vientituloista



- Matkailu on toiseksi suurin palveluviennin ala televiestintä-, tietojenkäsittely- ja tietopalveluiden jälkeen.
- Matkailuviennin kasvu on selvästi muuta palveluvientiä nopeampaa.

MATKAILU TYÖLLISTI 2019

154 000

TYÖNTEKIJÄÄ

- Matkailualoilla työskenteli **5,8 %** koko maan työvoimasta.
- Koko maata suurempi osuus oli: Ahvenanmaa (**21,5 %**), Lappi (**8,7 %**), Uusimaa (**6,3 %**), Pirkanmaa ja Etelä-Karjala (**6 %**)

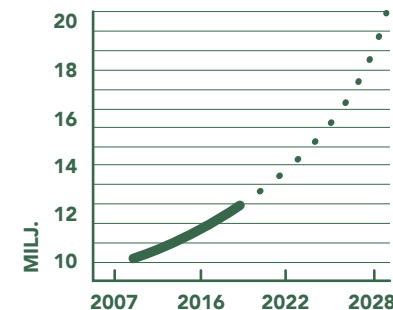
Ravintemistointi **77 300** hlöä

Henkilöliikenne **40 000** hlöä

Kulttuuri, urheilu ja virkistyspalvelut **17 600** hlöä

Majoitustoiminta **16 300** hlöä

Matkatoimistot ja vastaavat **2 900** hlöä



MATKAILUN
KOKONAISKYSYNTÄ 2019
16,3 mrd. €

- Matkailutoimialat muodostavat 2,7 % BKT:sta
- Saman verran kuin maa-, metsä- ja kalatalous
- Puolitoista kertaa enemmän kuin elintarviketeollisuus

KANSAINVÄLISET KONGRESSIT
JÄTTIVÄT SUOMEEN 2016

151,0 milj.€

Kongressivieras kuluttaa keskimäärin **1340 €** vierailua kohden (2016)
136 413 kongressidelegaattia (2019)

MATKAILUN KOKONAIS- KYSYNTÄ ALUEITTAIN

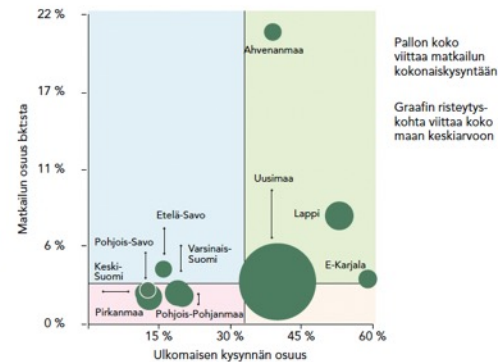
Suomen bkt:sta 2,7 % on matkailun aikaansaamaa vuonna 2019. Näissä maakunnissa osuus on tätä suurempi:

- Ahvenanmaa (20,8 %)
- Lappi (7,7 %)
- Kainuu (3,9 %)
- Etelä-Savo (3,9 %)
- Etelä-Karjala (3,2 %)
- Uusimaa (3,0 %)



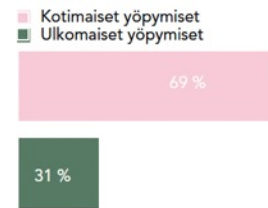
MATKAILUN ALUETALOUDELLINEN MERKITYS

1. Matkailun bkt-osuus merkittävä, kotimainen kysyntä korostuu
2. Bkt-osuus merkittävä, ulkomainen kysyntä korostuu
3. Bkt-osuus vähäinen, kotimainen kysyntä korostuu

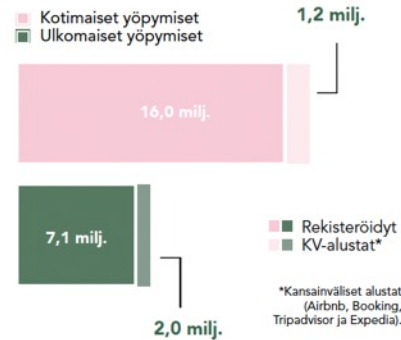


Lähteet: Eurostat, Finavia, LVM, Oxford Economics, Suomen Pankki, TEM, Tilastokeskus, UNWTO, Visit Finland, ja WTTC.
Lue lisää: www.visitfinland.fi > Tutkimukset ja tilastot

23,1 milj. REKISTERÖITYÄ YÖPYMISTÄ SUOMEN MAJOITUSLIIKKEISSÄ 2019

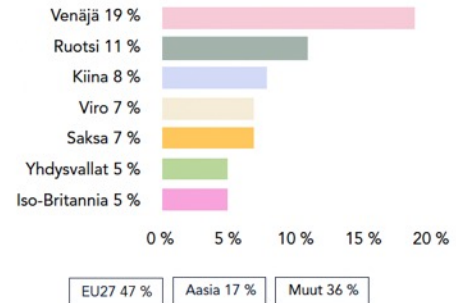


YÖPYMISTEN MÄÄRÄ 2019

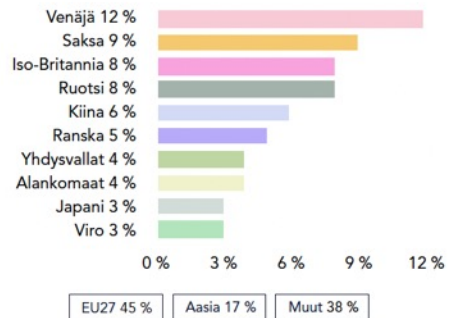


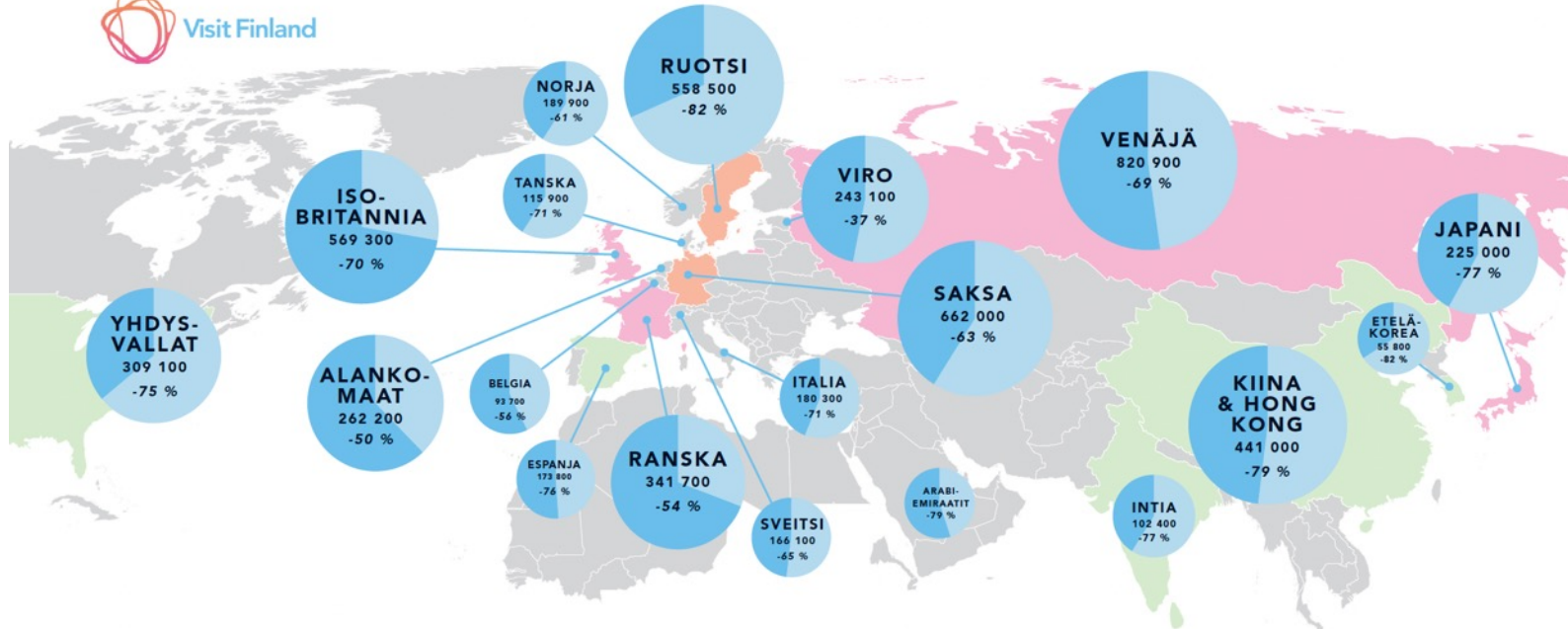
MATKAILUTULON JA REKISTERÖITYJEN YÖPYMISTEN JAKAUTUMINEN 2019

MATKAILUTULON JAKAUTUMINEN



REKISTERÖITYJEN YÖPYMISTEN JAKAUTUMINEN





VISIT FINLANDIN KOHDE- MARKKINAT JA MUUT SUOMEN MATKAILULLE MERKITTÄVÄT MARKKINAT

Ulkomaiset yöpymiset
Suomessa 2019 ja muutos-
prosentti 2019-2020

- YÖPYMISET 2019 KESÄSESONKI
- YÖPYMISET 2019 TALVISESONKI
- AKTIIVISTEN TOIMEN-
PITEIDEN MARKKINAT
- SOPEUTETTUIJEN TOIMEN-
PITEIDEN MARKKINAT
- MYYNINEDISTÄMISEN
TOIMENPITEISIIN KESKIT-
TYVÄT MARKKINAT

Ulkomaaisia yöpymisiä 7,1 miljoonaa (2019).

Ulkomaaisia yöpymisiä 2,3 miljoonaa (2020),

(muutos vuoteen 2019 -68 %).

Matkailuvienti 4,9 mrd € (ennakko 2018).

Kotimaisia yöpymisiä 16 miljoonaa (2019).

Kotimaiset matkailutulot 10,8 mrd. € (ennakko v. 2018).



Matkailun toimiala- ja markkinakatsaus

2023 / 02



Koonnut:
NordicMarketing

KOHDERYHMÄT JA KÄRJET

ELÄMÄNMAKUISIA
ELÄMYKSIÄ

*Iisalmi
ja tienoot*

- IISALMI REGION -

AUTENTTINEN JA OMALEIMAINEN
KOTIMAAN MATKAKOHDE, JOSSA
YHDISTYVÄT MUISTA EROTTUVALLA
TAVALLA LUONTOMATKAILU, KULTTUURI,
UNIIKIT TAPAHTUMAT JA ELÄMÄNMA-
KUISET KOHTAAMISET. AKTIIIVISELLA
YHTEISTYÖLLÄ MYÖS KANSAINVÄLISESTI
VETOVOIMAINEN MATKAKOHDE
VALITUSSA MARKKINASSA.



02 Asiantuntijan kommentti



Uusimman lokakuussa päivitetyn ennusteen mukaan Euroopan matkailun odotetaan palautuvan kriisejä edeltävälle tasolle vuonna 2025. Elpyminen perustuu ennen kaikkea lähimatkailun kehitykseen. Hidastunut talouskasvu ja kiihtyvä inflaatio muodostavat kuitenkin edelleen riskin elpymiselle kuluvan vuoden aikana.

MATKAILUN ENNÄTYSVUOSI 2022 POHJOISMAISSA. VUODEN EDESSÄ KASVUVAUHTI ALKOI HIDASTUA, MUTTA YÖPYMISIÄ TILASTOITIIN EDELLEEN ENEMMÄN KUIN PANDEMIA AIKANA.

Vuosi 2022 oli Pohjoismaiden matkailun kannalta poikkeuksellinen. Tanska, Norja ja Islanti rikkoivat historialliset yöpymisennätykset, kun muut Pohjoismaat saavuttivat lähes pandemiaa edeltävän tason. Kotimaan matkailu näyttää trendaavan voimakkaasti Ruotsissa, Suomessa ja Norjassa, kun taas Tanska ja Islanti onnistuivat houkuttelemaan ulkomaisia matkailijoita takaisin maahan.



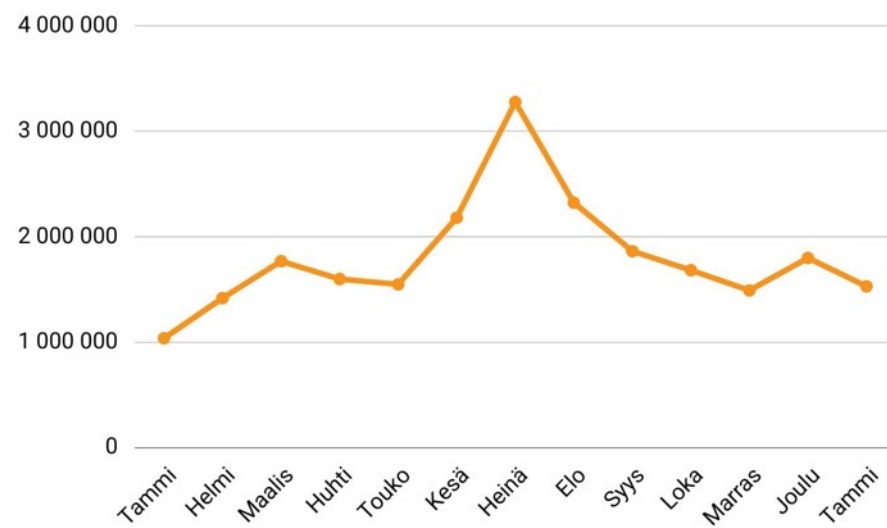


Year 2022

Reg. bed nights	Foreign	Domestic	Total	Change
Sweden	13 964 000	49 140 000	63 104 000	17 %
Denmark*	30 683 000	31 933 000	62 608 000	12 %
Norway	9 813 000	26 314 000	36 127 000	33 %
Finland	4 962 000	16 979 000	21 941 000	25 %
Iceland	6 989 000	1 858 000	8 847 000	77 %

*estimated

	2019				2022*			
	Yöpymiset, lkm	Yöpymisten muutos, lkm	Yöpymisten muutos, %	Viipymisaika, öitä	Yöpymiset, lkm	Yöpymisten muutos, lkm	Yöpymisten muutos, %	Viipymisaika, öitä
KOKO MAA								
Yhteensä	23 095 660	860 576	3,9	1,9	21 933 620	4 444 905	25,4	1,9
Kotimaiset	16 039 663	647 168	4,2	1,8	16 971 254	1 567 905	10,2	1,8
Ulkomaiset	7 055 997	213 408	3,1	2,1	4 962 366	2 877 000	138,0	2,4



KAAVIO 1. YÖPYMISTEN LKM KOKO MAASSA 2022 (ENNAKKOTIETO).
LÄHDE: TILASTOTIETOKANTA RUDOLF

...

...

02 Asiantuntijan kommentti



Vuoden 2023 fokusmarkkinat ovat Saksa, Ruotsi ja Iso-Britannia. Näissä maissa nähdään selkeästi matkustuksen palautuvan nopeimmin. Saksalaiset matkustavat Suomeen ympäri vuoden ja saapuminen on mahdollista monin eri tavoin. Ruotsalaisten kestäväää ajattelua tukee matkustaminen lähelle. Isossa-Britanniassa talvi on tärkein sesonki ja tuleva talvikauden varaustilanne näyttää lupaavalta.

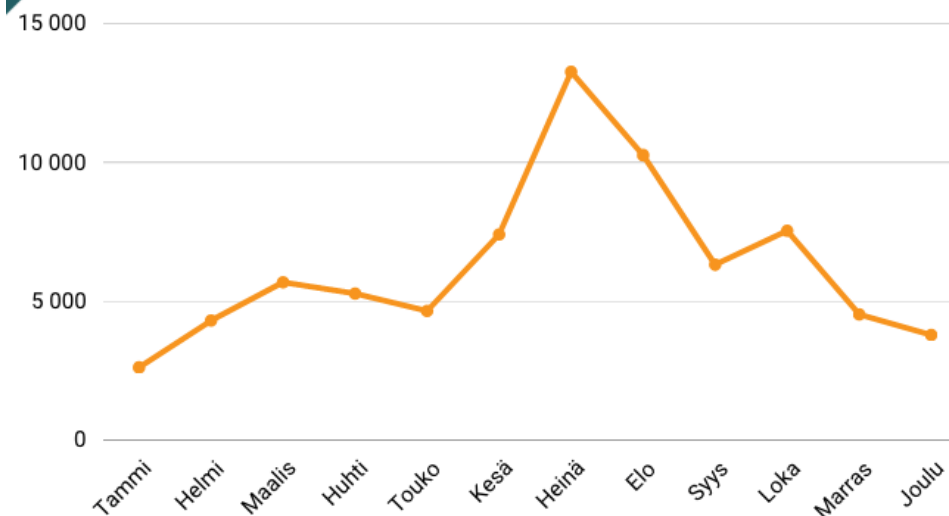
VUODEN 2022 MAJOITUSTILASTOJEN VALOSSA SAKSALAISET MATKAILIJAT OVAT SUOMEN TÄRKEIN KV-MATKAILIJARYHMÄ.

Aktiiviset markkinat ovat Euroopassa Ranska, Espanja ja Italia (PR-toimisto) sekä kaukomarkkinoista USA.

Tuetuilla markkinat ovat Benelux, Sveitsi, Itävalta, Etelä-Korea, UAE ja Kaakkois-Aasia.



Ylä-Savon matkailuvuosi 22 tilastojen valossa

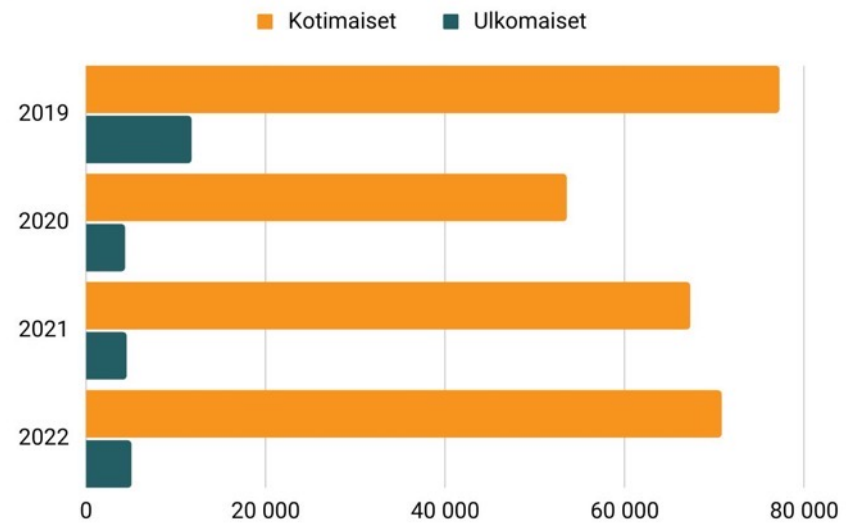


KAAVIO 1. YÖPYMISTEN LKM YLÄ-SAVOSSA 2022 (ENNAKKOTIETO).
LÄHDE: TILASTOTIETOKANTA RUDOLF

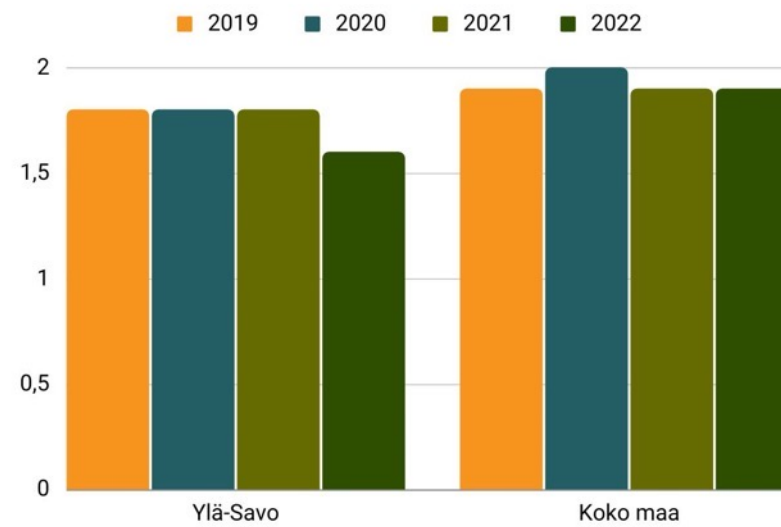
Ylä-Savossa kirjattiin vuonna 2022 (ennakkotieto) 77 798 yöpymistä (+8,4%), joista kotimaisia oli 72 743 ja ulkomaalaisia 5055 yöpymistä. Kotimaisten rekisteröidyt yöpymiset lisääntyivät 8,2% ja ulkomaalaiset puolestaan 11,7%. Viipymä kotimaisten osalta oli 1,6 vrk, kun taas ulkomaisten osalta viipymä oli 2,5 vrk.

2022:	2019:
• 77 798	• 88 935
• 72 743	• 77 188
• 5055	• 11 747
• 8,4%	• 15,6%
• 1,6 vrk	• 1,8 vrk

Ylä-Savon matkailu on hyvin kotimaapainoitteista. Ulkomailta suuntautuva matkailu tulee pääosin Euroopasta ja suurimpana yksittäisenä ulkomaisena matkailijaryhmänä on DACH-markkinan matkailijat. Seudun matkailu painottuu hyvin vahvasti kesäkuukausiin.



**KAAVIO 3. YÖPYMISTEN LUKUMÄÄRÄ YLÄ-SAVOSSA JAETTUNA
KOTIMAISET-ULKOMAISET MATKAILIJOIHIN 2019-2022.
LÄHDE: TILASTOTIETOKANTA RUDOLF**



KAAVIO 4. VIIPYMÄN PITUUS YLÄ-SAVOSSA VERRATTUNA KOKO SUOMEN TILANTEeseen 2019-2022.
LÄHDE: TILASTOTIETOKANTA RUDOLF



KASVU – KANSAINVÄLISILTÄ MARKKINOILTA?



Hei Greta,

Pohjois-Savoon syntyy maakunnallinen matkailunedistämisorganisaatio. Historiallinen edistysaskel maakunnan matkailun järjestäytymisessä otettiin tiistaina 21.2. Kuopiossa pidetyssä yhtiön osakaskokouksessa, jossa kaikki Pohjois-Savon kunnat ja yhtiön osakkaaksi ilmoittautuneet yritykset hyväksyivät yhtiön rahoitusraamin ja osakassopimuksen.

”Tämä on pitkän valmistelun tulos. Pohjois-Savon matkailu on viime vuosina jäänyt jälkeen muista maakunnista, joten hienoa, että saimme voimamme yhdistettyä asian taakse. Jatkossa matkailua kehitetään koordinoitummin koko maakunnan tasolla”, iloitsee valmistelutyöstä vastanneen Kehitysyhtiö SavoGrown toimitusjohtaja Olli Tiainen.

Tehtävänä viedä Pohjois-Savo maailmalle

Nyt perustettavan yhtiön tehtävänä on Pohjois-Savon kansainvälisen matkailun kasvattaminen. Yhtiö koordinoi alueen matkailutoimijoiden yhteistyötä; alueen yhteistä, kansainvälistä matkailumarkkinointia ja toimialan kehittämistä sekä edustaa alueen matkailutoimijoita sovituisissa alueellisissa, kansallisissa ja kansainvälisissä verkostoissa, kuten Visit Finland ja Lakeland -yhteistyössä. Lisäksi yhtiö tuottaa markkinatietoa ja seuraa matkailun kehittymistä sekä toteuttaa matkanjärjestäjäyhteistyötä.

”Pohjois-Savon Matkailu Oy on pienen yrityksen väylä maailmalle. Erityisesti matkanjärjestäjäyhteistyö ja näkyvyys kv-markkinoilla nähdään tärkeänä. Jatkuvuuden merkitystä ei voi myöskään liikaa korostaa”, toteaa hotellinjohtaja Miia Nevalainen iisalmelaisesta Hotel Golden Domesta.

Omistajina kunnat ja yritykset yhdessä

Kunnat omistavat Pohjois-Savon Matkailu Oy:stä perustamisvaiheessa n. 75 % ja alueen yritykset n. 25 %. Myös rahoitus jakautuu samassa

2. MATKAILUN ALUEKEHITTÄMINEN

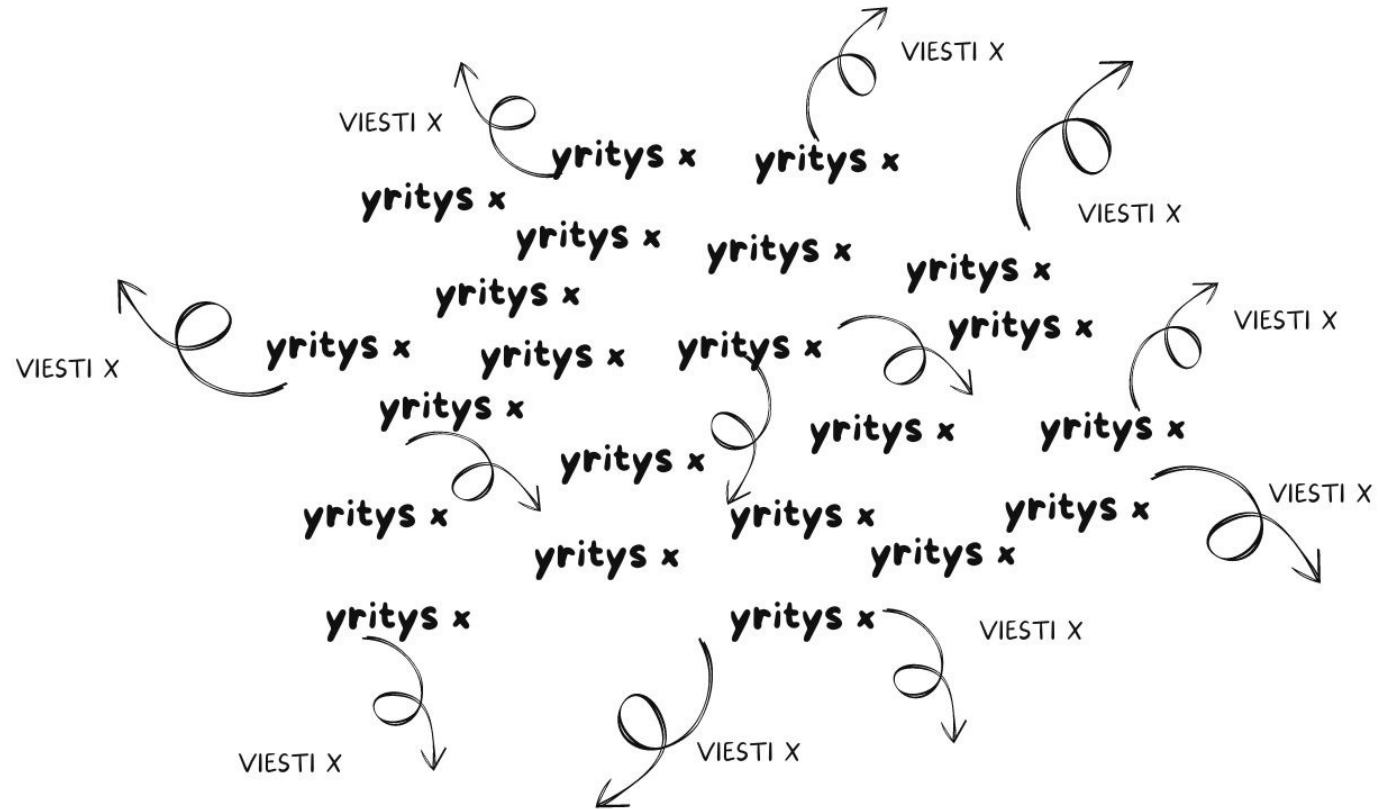




3. MATKAILUN YHTEISMARKKINOINTI JA VERKOSTOT

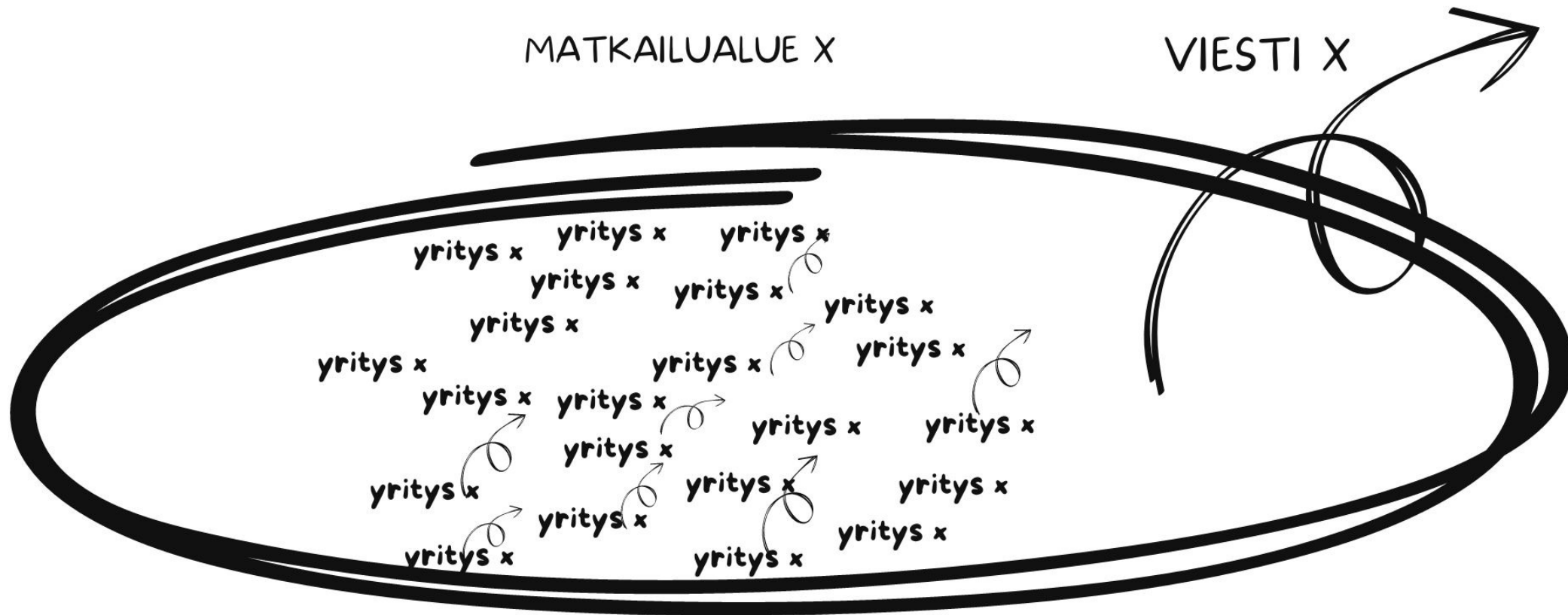


MATKAILUALUE X

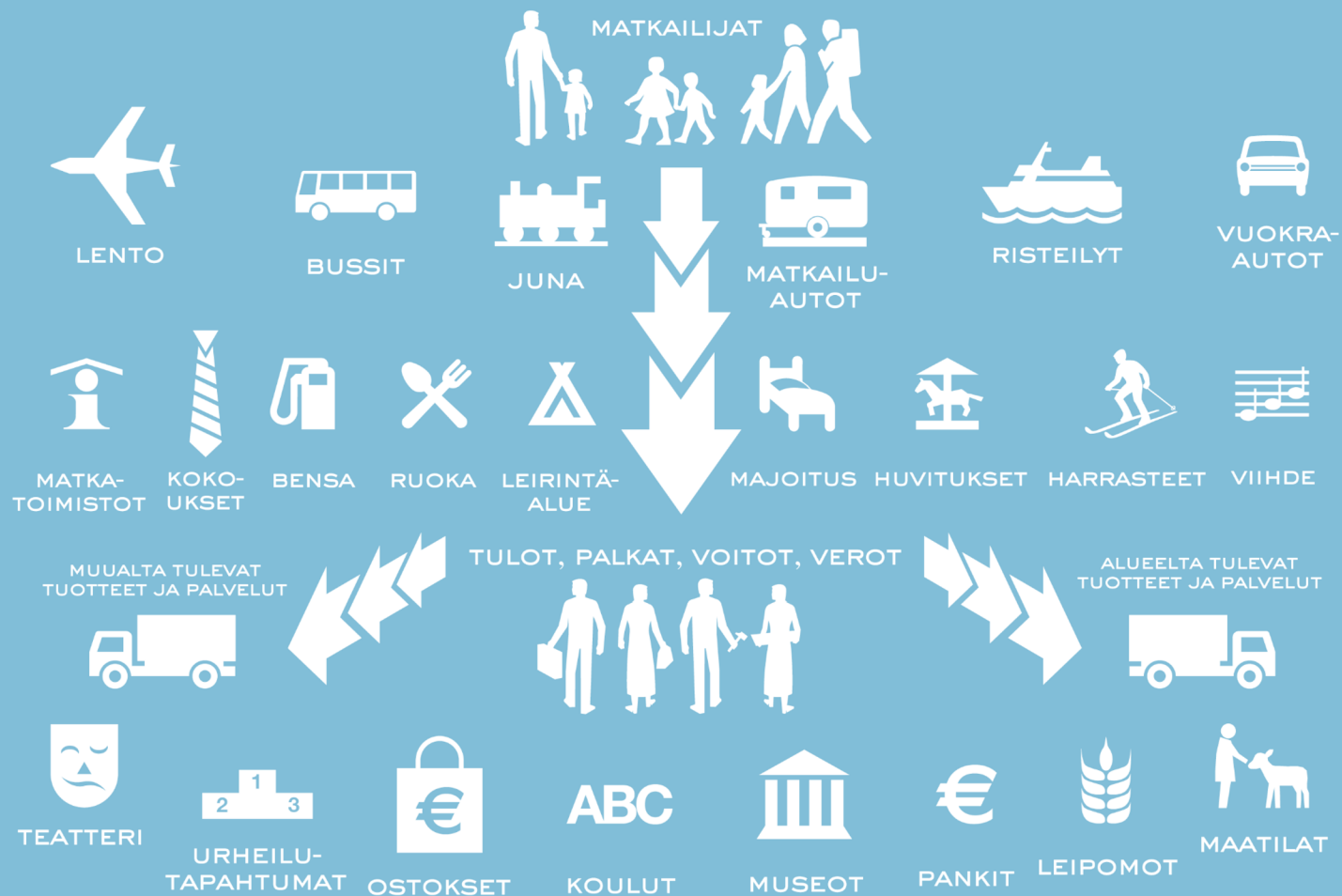


MATKAILUALUE X

VIESTI X



YHTEISMARKKINOINNIN VOIMA



YHTEISMARKKINOINNIN HYÖDYT

Joukkueajattelu

Yhteinen suunta

Syöttöpeliä

Brändihyöty

Resurssit

Laatutaso

YHTEINEN TAVOITE !

YHTEISMARKKINOINNIN HAASTEET

Raha muuhun kuin sovittuihin toimenpiteisiin

Julkishallinto vs. elinkeinoelämä

Liiallinen demokratia / kärkituotteet

Roolit

Pienet vs. suuret

Sisäinen tiedotus

Välistävedot

Strategiasta / ydinviesteistä kiinnipitäminen

ONNISTUNEEN YHTEISTYÖN EDELLYTYKSET

Selkeä strategia ja johtaminen

Sitouttaminen ja sitoutuminen

Resurssit ja rahoitus

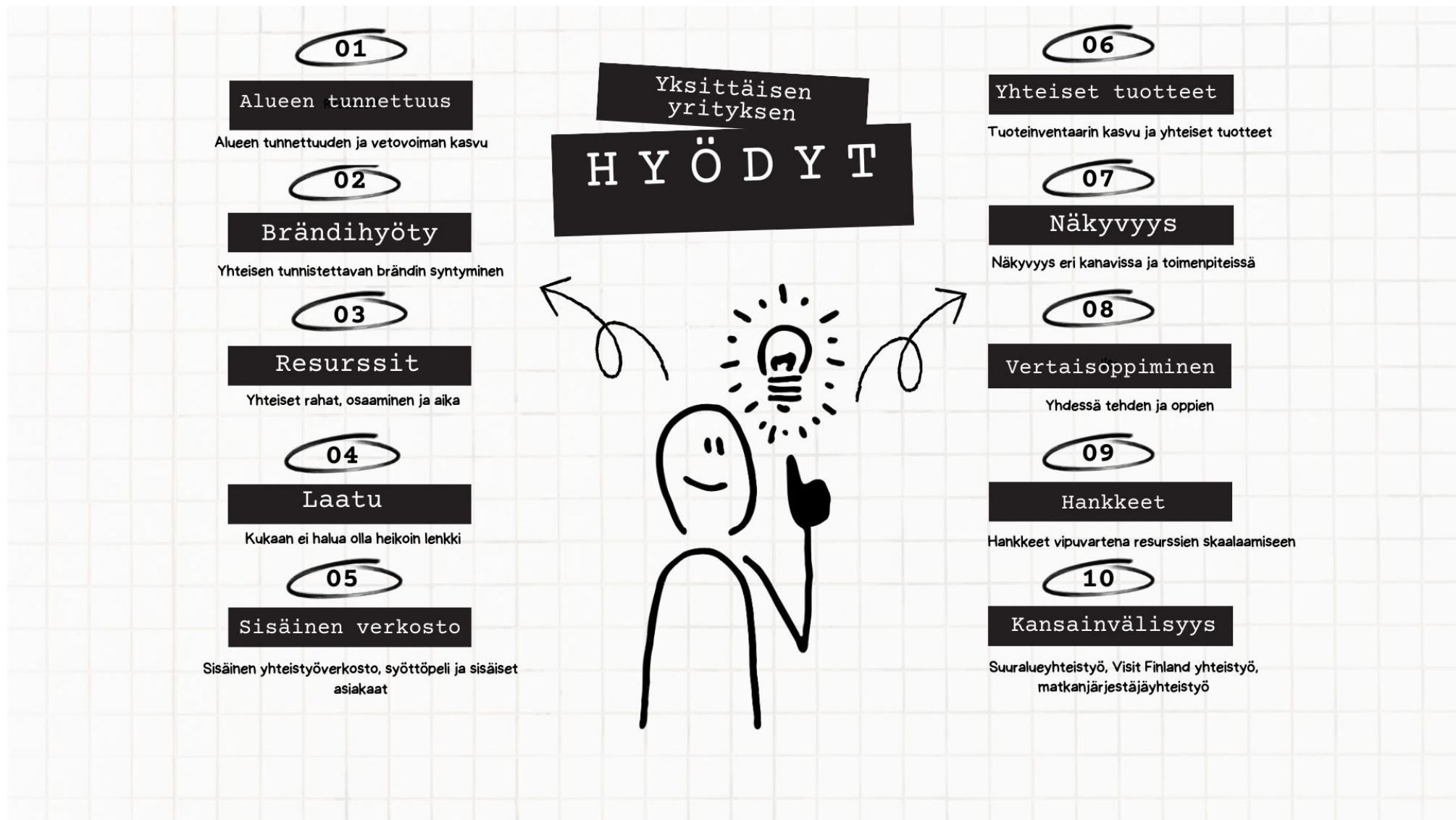
Julkisen ja yksityisen sektorin saumaton yhteistyö

Aktiivinen verkosto

Tiedottaminen ja viestintä

Realistiset odotukset

Muuta?



5. VERKOSTOISTA VOIMAA



MIKSI KANNATTAA VERKOSTOITUA?

1.UUSI LIIKETOIMINTA- JA TUOTTO

Myyntiyhteistyö

Myyntiliidit

Suosittelut ja
verkostovinkit

2.TUOTE- JA PALVELUTARJOOMA

Omien palveluiden
kehittäminen osana
palveluketjua

Oman tarjonnan
täydentäminen

Innovointi ja uudet
ideat

3.ASIANTUNTIJUUS JA LAATU SEKÄ ASIAKASPALVELU

Oman osaamisen
täydentäminen

Laadun
parantuminen

Verkosto myös
asiakkaan
hyödyksi

4.KUSTANNUS- TEHOKKUUS

Ostopalvelut

Ulkopuoliset
resurssit

Ajan käytön
hallinta

5.BRÄNDIARVO

Yritys- ja
henkilökohtainen
brändi

Kiinnostavuus

Näkyvyys



Menesty verkostoissa – 10 vinkkiä

-
1. Ajattele verkostoa alustana oman bisneksen kehittämiseksi – ole suunnitelmallinen!
 2. Ole aidosti ja aktiivisesti mukana – niin saat enemmän!
 3. Ole itse se henkilö, jonka kanssa haluaisit verkostoitua – sitä saat mitä tilaat?
 4. Ole luottamuksen arvoinen – tee se, minkä lupaat!
 5. Muista, että kaikki eivät tunne kaikkia, edes omalla alueellasi – älä oletta mitään!
 6. Hyväksy erilaisuus, sillä tarvitset ympärillesi erilaista osaamista ja tapoja toimia – yhdessä parempia!
 7. Muista tasapainoinen hyötysuhde – saadakseen on annettava!
 8. Varaa riittävästi aikaa verkoston rakentamiselle ja ylläpitämiselle – johda ja hoivaa verkostoa!
 9. Sitoudu verkoston toimintaa ja sitoutua käytökselläsi muutkin – ole esimerkillinen!
 10. Tartu tilaisuuksiin!

5. YHTEENVETO



ALUE- ORGANISAATION ROOLI

Houkutella matkailijoita alueelle ja tukea matkailuyritysten liiketoiminnan kehittämistä eri osa-alueilla, erilaisin toimenpitein.

Pitkäjänteisellä ja systemaattisella kehittämistyöllä esim. tuotteistamis- ja laadunparantamistyöllä yritykset saavuttavat paremman asiakaskokemuksen eli tyytyväiset asiakkaat, paremman kannattavuuden ja alue kilpailukykyisemmän palvelutarjonnan.



ELÄMYS MYY – EI DESTINAATIO!



KIITOS JA VERKOSTOIDUTAAN!

LINKEDIN: [GRETA TANSKANEN](#)
GRETA.TANSKANEN@NORDICMARKETING.FI
+358 40 162 44 66