

TURUN MATKAILUN MASTERPLAN 2029



TURKU
BUSINESS
REGION



EXPERIENCE

TURKU



TURKU

SISÄLLYSLUETTELO

| | |
|--|----|
| Johdanto | 3 |
| Taustaa | 4 |
| Visio, missio, arvolupaus | 7 |
| Matkailun strateginen johtaminen | 8 |
| Matkailun huomioiminen | |
| Turun kaupungin päätöksenteossa | 9 |
| Matkailun liiketoimintaedellytysten mahdollistaminen..... | 10 |
| Toimenpidekokonaisuudet | |
| Tunnettuuden lisääminen..... | 11 |
| Elämyksellisyyden kehittäminen..... | 14 |
| Saavutettavuuden lisääminen..... | 15 |
| Läpileikkaavat teemat | |
| Kestävä matkailu | 17 |
| Digitaalisuus | 17 |
| Laatu | 17 |
| Osaaminen ja tutkimus..... | 17 |

JOHDANTO

Turun matkailun MasterPlanin tavoitteena on parantaa matkailun kehittämistyön suunnitelmallisuutta ja pitkäjänteisyyttä. MasterPlaniin on suunniteltu toimenpidekokonaisuuksia, joilla matkailun kasvulle asetetut tavoitteet, matkailutulon ja rekisteröityjen yöpymisten tuplaantuminen, saavutetaan vuoteen 2029 mennessä.

Suunnitelmaa on työstetty yhteistyössä alueen matkailuyritysten ja -toimijoiden kanssa huhtikuusta 2018 syyskuuhun 2019 ja se pohjautuu vahvasti tutkimus- ja tilastotietoihin sekä haastatteluihin. Masterplan toimii jatkossa työkaluna kokonaisuuden hallintaan ja luo perustan seuraavalle vaiheelle, jossa määritellään tarkemmin matkailun kehittämisen toteutusaikataulut ja resurssit. Matkailun kehittämisen tavoitteena on matkailutulon kaksinkertaistaminen sekä matkailun työllisyyden parantaminen.

Matkailu on yksi maailman nopeimmin kasvavista aloista. Se on Suomen tärkeimpiä vientitulon lähteitä ja merkittävä työllistäjä. 2000-luvulla vientiin rinnastettava matkailutulo on kaksinkertaistunut noin 4,6 miljardiin euroon vuodessa. Muihin teollisuudenaloihin verrattuna matkailu on samaa kokoluokkaa kuin metsäteollisuus ja suurempi kuin elintarviketeollisuus.

Huomionarvoista on myös se, että toisin kuin muussa viennissä, matkailutulon arvonlisävero maksetaan Suomeen. Matkailun kansantaloudellinen merkitys on siis huomattava.

Matkailu kasvaa vauhdilla myös Suomessa. Vuonna 2017 rikottiin ennätyksiä niin ulkomaisille kuin kotimaisillekin matkailijoille kirjatuisissa yöpymisissä. Ulkomaisten matkailijoiden määrä on peräti tuplaantunut Suomessa 2000-luvulla ja se jatkoi kasvuaan myös vuonna 2018. Varsinais-Suomen matkailun kasvu on kuitenkin ollut vaatimatonta suhteessa moneen muuhun maakuntaan.

Potentiaalia Turun seudun matkailun kasvuun löytyy kuitenkin monelta suunnalta. Digitalisaation myötä matkakohteille ja matkailuyrityksille on avautunut mahdollisuus tavoittaa suoraan kansainväliset matkailijat ja kilpailla heidän huomiostaan globaaleilla markkinoilla. Samalla kilpailuasetelma muuttunut. Esimerkiksi aasialaisten matkailijoiden huomiota tavoitellaan Euroopan

laajuisesti. Turun seudulla digitaalisuutta on toistaiseksi hyödynnetty vain vähän koko palveluketjun osalta. Pienillä panostuksilla voidaan saada aikaan merkittävää liiketoiminnan kasvua. Myös saariston kestävässä matkailullistamisessa ja tunnettuuden lisäämisessä on yhä edelleen paljon tehtävää.

Kasvun edellytyksiä matkailulle tuo myös Turun seudun positiivinen rakennemuutos, jonka moottoreina ovat osaajia alueelle houkuttelevat alat meriteollisuudesta auto- ja bioteollisuuteen. Suotuisa tilanne on hyödynnettävissä entistä tiiviimmällä poikkialaisella yhteistyöllä, yhteisillä tavoitteilla ja matkailun järjestelmällisellä johtamisella. Vetovastuun osoittaminen on tärkeää, sillä myös Varsinais-Suomen matkailun nykytilaselvityksestä 2017 käy ilmi, että matkailun parissa toimivien tahojen määrä alueella on suuri, eikä kokonaisvaltaisella matkailun kehittämisellä koeta olevan johtajaa.

Lisäämällä tunnettuutta, matkailun elämyksellisyyttä ja alueen fyysistä saavutettavuutta, tavoite rekisteröityjen yöpymisten tuplaamisesta ja matkailutulon kasvusta on mahdollista saavuttaa. Läpileikkaavat teemat, eli kestävä matkailu, digitaalisuus, laatu, sekä tutkimus ja osaaminen, kulkevat tiiviisti tavoitteiden rinnalla.

Saaristo- ja kulttuurikaupunki Turun matkailun kehittämisen ja resursoinnin hetki on nyt.

TAUSTAA

Matkailun MasterPlan pohjautuu pitkälti Turun yliopistolta 2017 tilattuun selvitykseen Varsinais-Suomen matkailun nykytilasta, joka tarjoaa katsauksen matkailualan oleellisimpiin tilastoihin ja tutkimuksiin. Sen mukaan Suomen matkailun selkein vetureina toimivat tällä hetkellä pääkaupunkiseutu kiistattomana ykkösenä ja Lappi kakkosena.

Matkailualueista seuraavina tulevat Pirkanmaa ja Varsinais-Suomi, joita leimaa vahva kotimaanmatkailupainotus. Liikennetilastojen valossa Turku on Suomen kansainvälisen liikenteen toiseksi tärkein solmukohta, mutta Varsinais-Suomi jää kuitenkin Pirkanmaan taakse sekä matkailukysynnän että majoitustilaston yöpymismäärien perusteella. Varsinais-Suomen matkailu painottuu myös vahvasti kesään.

Matkailun merkitys Suomen taloudelle on merkittävä. Vuonna 2017 matkailuun kulutettiin Suomessa 15 miljardia euroa. Summa sisältää suomalaisten ja ulkomaisten matkailijoiden kulutusmenot Suomessa. Matkailun aikaansaama arvonlisäys eli jalostusarvo vuonna 2017 oli 4,6 miljardia euroa, joka on 2,6 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta.

Matkailutilinpidon avainluvut 2018:

VÄLITÖN MATKAILUTULO JA -TYÖLLISYYS VARSINAIS-SUOMESSA 2011-2018

| Muuttuja | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018* |
|------------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Liikevaihto (milj. €) | 1003,7 | 913,6 | 960,5 | 910,9 | 948,3 | 886,1 | 922,8 | 952 |
| Liikevaihdon vuosimuutos (milj. €) | | -90,1 | 46,9 | -49,6 | 37,4 | -62,2 | 36,6 | 29,2 |
| Liikevaihdon vuosimuutos (%) | | -8,97 | 5,13 | -5,16 | 4,10 | -6,56 | 4,13 | 3,17 |
| Henkilöstö (htv) | 5828 | 5462 | 5733 | 5344 | 5397 | 5023 | 4954 | 5096 |
| Henkilöstön vuosimuutos (htv) | | -366 | 271 | -389 | 53 | -374 | -69 | 142 |
| Henkilöstön vuosimuutos (%) | | -6,3 | 5,0 | -6,8 | 1,0 | -6,9 | -1,4 | 2,9 |

Varsinais-Suomessa jokainen matkailun liikevaihtoeuro tuottaa n. 62 snt liikevaihtoa muille aloille.

VÄLITÖN MATKAILUTULO JA -TYÖLLISYYS TURUN SEUTUKUNNASSA 2011-2018

| Muuttuja | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018* |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|----------|----------|----------|
| Liikevaihto (milj. €) | 850,8 | 756,8 | 811,7 | 760,9 | 792,1 | 741,3 | 772,1 | 796,6 |
| Liikevaihdon vuosimuutos (milj. €) | | -94 | 54,9 | -50,8 | 31,2 | -50,8162 | 30,85782 | 24,45115 |
| Liikevaihdon vuosimuutos (%) | | -11,0 | 7,3 | -6,3 | 4,1 | -6,4 | 4,2 | 3,2 |
| Osuus Varsinais-Suomen matkailutulosta (%) | 84,8 | 82,8 | 84,5 | 83,5 | 83,5 | 83,7 | 83,7 | 83,7 |
| Henkilöstö (htv) | 4 645 | 4 328 | 4614 | 4292 | 4335 | 4009 | 4003 | 4118 |
| Henkilöstön muutos (htv) | | -317 | 286 | -322 | 43 | -326 | -5 | 115 |
| Henkilöstön muutos (%) | | -6,8 | 6,6 | -7,0 | 1,0 | -7,5 | -0,1 | 2,9 |
| Osuus Varsinais-Suomen matkailutyöllisyydestä (%) | 79,7 | 79,3 | 80,5 | 80,3 | 80,3 | 79,8 | 80,8 | 80,8 |

*ennakkoarvio

Lähde: ALMAnum -numeerinen matkailumalli - Matkailutulo ja -työllisyys Varsinais-Suomessa sekä Turun seudun seutukunnissa ja kunnissa 2011-2018. Karppinen, Ari ja Vähäsantanen, Saku, kesäkuu 2019.

Matkailukysynnällä tarkoitetaan matkailun ulkomaista ja kotimaista kysyntää yhteensä. Varsinais-Suomen kotimaisesta matkailukysynnästä (753 milj.) lähes 80 % oli vapaa-ajan matkailukysyntää ja reilu viidennes (133 milj.) muodostui korvatuista työmatkoista tai omista mökkimatkoista.

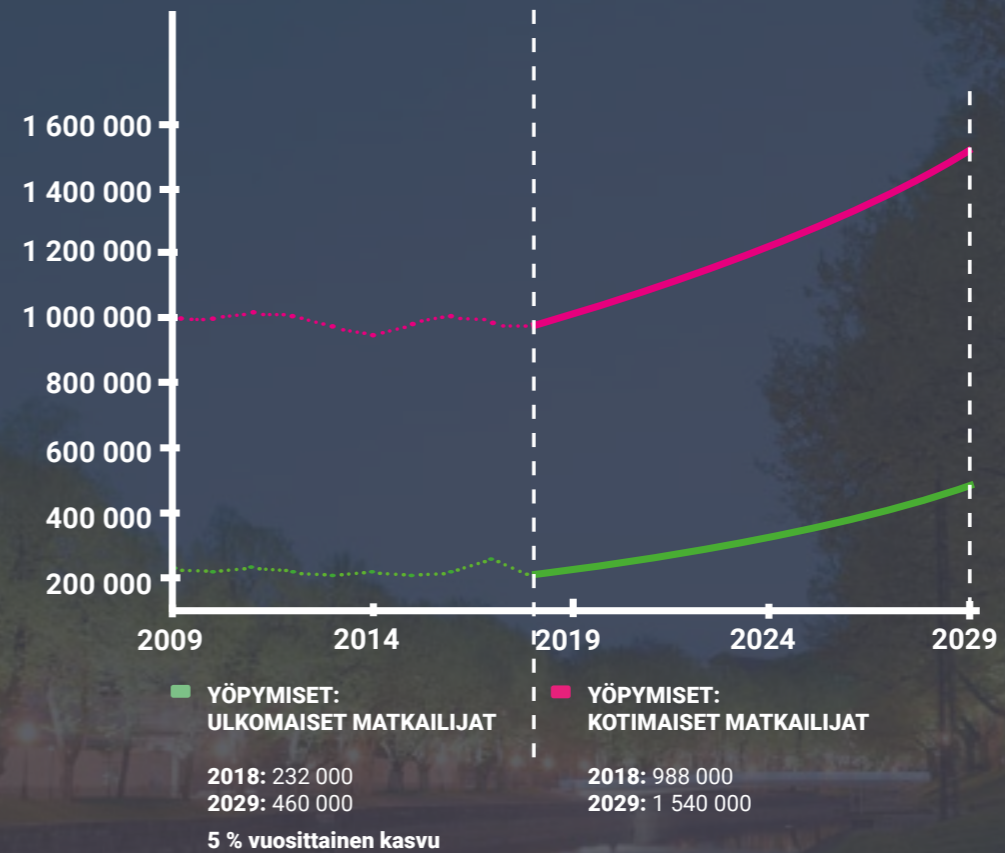
Matkailutilinpidon avainluvut näyttävät, että Varsinais-Suomen ja Turun välitön matkailutulo ja työllisyys eivät ole kasvaneet vuodesta 2011. Tavoitteena on tuplata matkailutulo vuoteen 2029 mennessä.

Varsinais-Suomen majoituskysyntä

Majoitustilaston mukaan Varsinais-Suomen majoitusliikkeisiin saapui vuonna 2017 yhteensä 740 000 matkailijaa, joista lähes 70 % kirjattiin Turun majoitusliikkeissä. Saapuneiden määrä kasvoi edellisvuoteen nähden 2,6 %. Yöpymisiä Varsinais-Suomen majoitusliikkeissä tilastoitiin yhteensä 1 277 000, joista 80 % kirjattiin kotimaisille ja 20 % ulkomaisille matkailijoille. Varsinais-Suomen majoitusliikkeiden yöpymisistä 78 % tilastoitiin hotelleissa.

TURUN TAVOITE 2029:

2 miljoonaa yöpymistä maakunnassa. Matkailutulo tuplaantuu.



Suomessa:



Matkailuviennin arvo (2017)
4,6 mrd €



Matkailu työllisti
140 200
työntekijää vuonna 2017



6,8 miljoonaa
Rekisteröityä ulkomaista
yöpymistä 2018



15 mrd €
Matkailun kokonaiskysyntä 2017
(kotimainen ja ulkomainen)

Lähde: Business Finland, Matkailu vientialana imfograafi, 2018



VISIO, MISSIO JA ARVOLUPAUS

VISIO

Vuonna 2029 saaristo- ja kulttuuri-kaupunki Turku on Pohjois-Euroopan kiinnostavin, elämyksellinen ja kestävin kaupunki vierailija 365 päivää vuodessa.

MISSIO

Turku asukkaineen, toimijoineen ja yrityksineen tarjoaa kiinnostavia elämyksiä ja kokemuksia ainutlaatuisessa kulttuuri- ja saaristokaupungissa.

Turku on paikka, jossa halutaan asua, opiskella, yrittää, tehdä töitä ja lomailla.

ARVOLUPAUS

Turku panostaa kestäväan kasvuun ja kannustaa vastuulliseen matkailuun.

Vuoteen 2029 mennessä:

Yöpymisten määrä maakunnassa kasvaa 2 miljoonaan
(2018: 1,22 milj. vrk).

Matkailutulo maakunnassa kaksinkertaistuu 2,9 miljardiin euroon
(2014: 1,45 mrd. €).

Lento-, laiva ja junayhteydet Turkuun tarjoavat sekä kotimaisille että ulkomaisille matkailijoille helposti saavutettavan ja kestäväan matkakohteen vapaa-ajan lomailuun ja työmatkailuun.

Joukkoliikenteen käyttäminen on helppoa ja sujuvaa matkailijalle. Turku hallitsee matkanjärjestäjämynnin ja tavoittaa matkailijan toimivilla digikanavillaan online-myyntissä ja -markkinoinnissa.

Matkailun kehittämisessä työskennellään verkostossa, jonka toimijat tarjoavat asiakkaalle laadukkaita ja ainutlaatuisia elämyksiä kestäväan kehityksen periaatteet huomioiden.

Suunnittelussa ja operatiivisissa toiminnoissa hyödynnetään tilastointia ja tutkimusta.

MATKAILUN STRATEGINEN JOHTAMINEN

MasterPlanin selvitystyön aikana on tunnistettu, että matkailun tarpeet tulee ottaa huomioon Turun kaupungin päätöksenteossa laajasti. Matkailun vastuut ja roolit tulee määritellä selkeästi. Matkailu on osa kaupunkibrändiä ja ilmentää sen parhaita elämyksiä.

Tuloksellinen matkailutoiminnan kehittäminen vaatii asiakasymmärrystä ja matkailijoiden matkustusmotiiveihin ja tarpeisiin perehtymistä. Ajantasainen tutkimustieto ja sen hyödyntäminen nostetaan osaksi matkailun kehittämistä. Matkailun toimintaedellytysten parantaminen vaatii Turun matkailun palveluekosysteemin kehittämistä. Kehittämisehdotukset ovat linjassa Visit Finlandin suositusten kanssa (selvitys Suomen matkailuorganisaatioiden toimintamalleista).

Selvitysten mukaan alueellisia, julkisia matkailutoimijoita on monia, mutta matkailun kokonaisvaltainen johtaminen puuttuu alueelta. Matkailua tulee johtaa ja koordinoida

alueellisesti. Lisäksi on luotava tiivis matkailutoimijoiden verkosto alueellisesti ja kansallisesti. Kaupunkibrändi ja alueen vetovoimatekijät ovat viestinnän kärkenä ja ajan hermolla.

Mittari:

1. Strategiset tavoitteet määritelty
2. Kehittämissuunnitelma otettu käyttöön
3. Matkailutulo ja -työllisyys
4. Yritysten matkailuliiketoiminnan (liikevaihtojen) kasvu
5. Muodostuneet verkostot ja uusien alueellisessa verkkokaupassa myynnissä olevien tuotteiden lukumäärä

Vastuutaho:

Turun kaupunki / Turku Science Park Oy

Kehittämistoimenpiteet:

- Turun kaupunki tekee päätöksen matkailun palvelukokonaisuudesta ja organisoitumisesta.
- Matkailun alueorganisaatiossa toteutetaan Destination Management -mallia, joka tarkoittaa matkailun kokonaisvaltaista johtamista alueellisesti.
- Otetaan tiedolla johtaminen painopisteeksi matkailun kehittämisessä.
- Toteutetaan matkailutyön seuranta ja perustetaan strategiaryhmä tiedonkulun varmistamiseksi perustetaan strategiaryhmä: edustajat kaupunkikehitysryhmästä / Visit Turusta, Turku Science Parkista, yrityksistä, Turun yliopistosta ja AMK:ista.
- Muodostetaan saaristomatkailevan Advisory Board.
- Laaditaan strategia saariston suuralue-yhteistyöhön ja yhteistyöhön VisitFinlandin kanssa.
- Osallistetaan asukkaat matkailun suunnitteluun.
- Laaditaan kehittämissuunnitelma matkailuun liittyvälle alusta- ja jakamistaloudelle (esim. Airbnb) kaupungissa.
- Perustetaan työryhmä matkailuinfra suunnitteluun (matkailureittien ja palveluiden tarve, opasteet, yleiset wc:t, siisteys, kaupunkitilojen viihtyisyys).
- Edistetään tapahtumien ympärivuotisuutta
- Varmistetaan matkailualan osaajien saatavuus ja näin turvataan sesongin pidentäminen.
- Vaikutetaan kansalliseen lentoliikennestrategiaan.
- Vaikutetaan junaliikenteen kehittämiseen.
- Vaikutetaan laiva-, yhteysalus ja lossiliikenteen kehittämiseen matkailun näkökulmasta.
- Varmistetaan palveluiden saatavuus ja logistiikan sujuvuus tapahtumien aikana; ravintoloiden ja palveluiden aukiolon koordinointi myös hiljaisemmilla sesongeilla tärkeimmillä matkailukohteilla.
- Muodostetaan yritysverkostoja; tarkoituksena lisätä vuorovaikutusta, yhteistyötä, oppimista ja tiedonjakoa matkailuyrittäjien välillä ja kehittyä myynnissä, markkinoinnissa, asiakaskokemuksen tuottamisessa, tuotteistuksessa ja vastuullisuudessa.

Matkailun huomioiminen Turun kaupungin päätöksenteossa

Matkailun tarpeita tulee huomioida Turun kaupungin päätöksenteossa laajasti.

Mittari:

1. Strategiset tavoitteet maankäytölle matkailun näkökulmasta määritelty
2. Uusi toimintatapa kaavoitusprosessissa otettu käyttöön
3. Uusi toimintatapa matkailuun soveltuvien alueiden valmistelussa on otettu käyttöön
4. Uusien, matkailuun soveltuvien alueiden lukumäärä
5. Matkailuun allokoitujen tonttien ja matkailukäyttöön myydyt/ vuokratut kiinteistöt

Vastuutaho:

Turun kaupunki

Kehittämistoimenpiteet:

- Otetaan matkailun kehittäjät osallisiksi kaupungin eri työryhmiin, jossa he tuovat omaa asiantuntemustaan kaupungin päätöksentekoon matkailun liiketoiminta-edellytysten mahdollistamiseksi.
- Kaavoitetaan matkailuun soveltuvia alueita ja valmistellaan niitä hotellikäytön osalta.
- Kehitetään elämyksellisiä majoituskohteita. Hotelli-kiinteistöt kehitettäviltä matkailualueilta, esim: Linnanniemi, Matkakeskus, Heikkilän kasarmi, Tiedepuisto, Vanha kaupunki.
- Järjestetään vuosittain kaupunkisuunnittelun foorumi matkailunäkökulmasta, jossa valmistellaan matkailuun soveltuvia alueita palveluiden ja kaupunkisuunnittelun näkökulmat huomioiden.
- Luodaan keskeisille maankäytön alueille toimintatapa, jolla alueet muuttuvat veto-voimaisiksi ja tarjoavat elämyksellisen toimintaympäristön.
- Tarkastellaan kaavoitusprosessissa matkailun edellytykset kaikilla valmisteluun tulevilla alueilla.
- Turku Science Park Oy kehittää matkailuliiketoimintaa, tavoittelee matkailuyritysten liikevaihdon kasvua ja vastaa matkailun invest in-toiminnasta.



Matkailun liiketoiminta- edellytysten mahdollistaminen

Turun kaupungin palveluiden tulee olla yrityksille helposti saavutettavia, joustavia ja nopeita. Yritysten liiketoimintaa mahdollistetaan matkailulle tärkeillä alueilla ja liiketoimintaa kehitetään asiakaslähtöisesti. Matkailulle tärkeitä sijainteja ovat muun muassa satama, jokiranta, tiedepuisto ja saaristo. Liiketoimintaedellytysten kehittymistä mitataan matkailijoille syntyneinä uusina palveluina.

Tiedolla johtaminen on noussut tärkeäksi menestystekijäksi matkailussa. Ajankohtaisen tutkimustiedon jakaminen ja jalostaminen yritysten liiketoiminnan kehittämiseen on nostettava keskiöön Turun matkailun kehittämisessä.

Vastuutaho:

Turun kaupunki / Turku Science Park Oy

Investointien houkuttelu alueelle

Matkailun kehittämisessä suorien investointien ja uusien yritysten houkuttelu alueelle on tärkeässä roolissa.

Kansallisella tasolla invest in toimintaa tehdään yhteistyössä Business Finlandin kanssa.

Kehittämistoimenpiteet:

- Luodaan yritysverkostoja lisäämään vuorovaikutusta, yhteistyötä, oppimista ja tiedonjakoa eri matkailuyrittäjien ja julkisen sektorin välillä.
- Tasataan sesonkeja kehittämällä uusia tuotteita ja tapahtumia kaupunkilähtöisesti hiljaisille sesongeille.
- Perustetaan työryhmä kehittämään Turun kaupungin palveluita matkailuyrityksille.
- Kehitetään uutta dataa hyödyntävä toimintamalli ja otetaan käyttöön digitaaliset työkalut tiedolla johtamisen tueksi.

Mittari:

Investointien ja uusien yritysten määrä alueelle

Vastuutaho:

Turku Science Park Oy

Kehittämistoimenpiteet:

- Haetaan aktiivisesti ulkomaisia ja kotimaisia suoria investointeja matkailukohteisiin:
 - hotellit ja muut majoitusliikkeet, ravitsemusliikkeet, muut matkailukohteet
- Haetaan kansainvälisiä hotelli- ja elämysoperaattoreita.
- Edesautetaan yritysten omia investointeja.
- Haetaan alueellista myyntiä hoitavia incoming-toimistoja.
- Julkiset investoinnit:
 - infra ja saavutettavuus: liikenne, opastus, tilat yritystoimintaan, reitistöt jne.
 - tukipalvelut ja rahoitus seudun yrityksille
 - matkailuhankkeiden edistäminen kaavoituksella ja kaupungin kärkihankkeet huomioiden

TOIMENPIDE- KOKONAISUUDET

Turun matkailun MasterPlanin tavoitteena on tuplata rekisteröityjen yöpymisten määrä kahteen miljoonaan, lisätä työllisyyttä ja tuplata matkailutulo Turussa ja Varsinais-Suomessa. Nämä tavoitteet on mahdollista saavuttaa lisäämällä Turun tunnettua, elämyksellisyyttä ja saavutettavuutta.

TUNNETTUUDEN LISÄÄMINEN

Matkailun kasvun yksi edellytys on alueen tunnettuus. Matkailun alueellisessa kehitystyössä korostuu brändityöskentely eli alueen tavoitemielikuvan määrittely ja sen määrätietoinen rakentaminen. Masterplanissa on myös asetettu tavoite nostaa Varsinais-Suomi kolmen suosituimman matkailumaakunnan joukkoon Suomessa. 19 maakunnasta Varsinais-Suomi oli vuonna 2018 sijalla 5.

Vuonna 2029 Turun seutu saaristoinen muodostaa kansallisesti merkittävän matkailukeskittymän, jossa toimintaa kehitetään verkostomaisesti laajassa yhteistyössä. Turku on kotimaan ykköslomakohde ja elämyksellinen saaristokohde kansainväliselle matkailijalle.

Turun saariston brändin rakentaminen saavutetaan huolellisella brändityön valmistelulla, tavoitemielikuvan määrittelyllä, brändifilosofian ja toteuttamissuunnitelman tuottamisella ja julkistamisella, sekä sisältöstrategialla.

Tavoitemielikuvan pohjaksi tarvitaan tutkimusta siitä, mitä mielikuvia Turku herättää. Visit Turku on teettänyt tutkimuksen suomalaisella kohderyhmällä, mutta ulkomaalaisista kohderyhmistä tarvitaan enemmän tietoa. Työn tavoitteet fokusoidaan kansainvälisiin asiakkaisiin. Saariston brändiä voivat käyttää Varsinais-Suomen alueen matkailun alueorganisaatiot, kunnat tai yritykset ottamalla käyttöön aluebrändin elementtejä ja tunnuk-sia. Toimijoille mahdollistetaan myös rajapintayhteistyö aluebrändin ja sen myyntialustan kanssa.

Kehittämistoimenpiteet:

- Kaupunki aloittaa systemaattisen brändityöskentelyn vahvan ja kansainvälisen saaristobrändin luomiseksi.
- Sitoutetaan laaja yhteistyöverkosto mukaan brändityöhön.

Vastuutaho:

Turun kaupunki

Markkinointi- ja suositteluviestintä

Tärkeänä osana saariston brändin rakentamista on toimiva markkinointi- ja suositteluviestintä. Matkailumarkkinointia lähdetään toteuttamaan asiakkaan matkustusmotiivin perusteella, ja kansainvälistä matkailumarkkinointia tehdään yritysten kanssa laajassa yhteistyöverkostossa. Painopiste on päämarkkina-alueilla, joilla tarjotaan tietoa myös asiakkaiden omalla äidinkielellä.

Kehittämistoimenpiteet:

- Laaditaan alueelle markkinointi- ja digi-strategia. Digitaalisuus on yksi kantavia teemoja matkailun kehityksessä.
- Palvellaan kohderyhmiä niiden käyttämissä digitaalisissa kanavissa, joiden kautta löytyy myös suora linkki matkailutuotteiden ostamiseen.
- Varmistetaan toimiva VisitFinland-markkinointiyhteistyö ja muu saariston suuralueyhteistyö.
- Otetaan käyttöön opastamiseen ja suositteluviestintään räätälöity, interaktiivinen sovellus.
- Hyödynnetään suosittelumarkkinoinnin kanavia ja kansainvälisiä alustoja asiakkaiden tiedonhaussa.
- Lisätään näkyvyyttä muun muassa Turku-kuvauspaikoilla ikonisimmissa kohteissa sekä alueen yhteisten hashtagien määrittelyllä ja tehokkaalla hyödyntämisellä.
- Osallistetaan asukkaita matkailumarkkinointiin, esim. asukkaat jakavat markkinointimateriaaleja, yhteisillä hashtagilla.
- Teetetään vuosittainen matkailijatutkimus ja säännöllisesti matkailutulo- ja työllisyystutkimukset.
- Kehitetään alueellinen digitaalinen myyntikanava.

Kohderyhmävalinnat perustuvat ajankohtaiseen tutkimustietoon ja dataan:

- Hyödynnetään alueorganisaation verkkosivuliikenteestä ja kampanjoista saatavaa tietoa
- Päivitetään kohderyhmiä jatkuvasti ajankoh-taisen tiedon perusteella

Kohderyhmien valinta tehdään paikallisiin erityispiirteisiin pohjautuen ja tuottopotentiaalin perusteella. Vapaa-ajan matkustuksen lisäksi panostusta pitäisi lisätä erityisesti kongressi- ja corporate meetings -kohderyhmään.

Tavoitteena on lisätä sesongin ulkopuolisen ajan rekisteröityjen yöpymisten määrää.

Matkailun kehittämistä tulee johtaa ajankohtaisella tutkimustiedolla. Tarkempien Turkuun tulevien matkailijoiden motiivien ja kohderyhmien määrittelymekanismien säännöllisiä matkailijatutkimuksia.

Matkailijatutkimuksen pohjalta saadaan selville matkailijoita kiinnostavat sisällöt, kohderyhmät, kanavat sekä aikataulut ja matkailijan päätöksentekomekanismien ymmärtäminen. Lisäksi matkailutuloa ja -työllisyyttä täytyy tutkia säännöllisesti.

Vastuutaho:

Turun kaupunki / Visit Turku

Tunnettuuden lisääminen - mittari:

1. Imagon ja tunnettuuden kehittyminen: miten yleisö on tavoitettu, kuka muistaa Turun alueen matkailukohteena, ja miten brändiin sitoudutaan
2. Saariston näkyvyys digitaalisissa myynti- ja markkinointikanavissa
3. Näkyvyys kansainvälisessä mediassa
4. Matkailijamäärien ja rekisteröityjen yöpymisten kasvu

Myynti

Matkailun kehityksen edellytyksenä on uusien incoming-toimistojen ja jakelukanavien sitouttaminen alueelle, ja yritysten jakelukanavaosaamisen kehittäminen.

Rajapintoja tulee avata matkailun kansainvälisiin kauppa-paikkoihin ja hyödyntää eri toimijoiden ja alueiden välillä. Matkailun liiketoimintaekosysteemiä rakennetaan yritysten välisellä yhteistyöllä ja digitaalisella ristiinmyynnillä. Digitaalisia myyntityökaluja tulee hyödyntää enemmän matkailumarkkinoinnissa ja tuotteiden ostettavuutta verkossa lisätään.

Digitaalisen myyntialustan kautta alueen vetovoimaisimpien elämysten ja retkien esilletuominen

- Yrityksille kriteerinä näkyvyydelle VisitFinlandin kansainvälistymiskriteerit ja sähköinen myyntikanava
- Hyödynnetään kansallinen tietovarastoarkkitehtuuri (valmisteilla)
- Google-markkinointi
 - Google MyBusiness -tilin hyödyntäminen
- Hakukoneoptimointi
- Some-sisältömarkkinointi ja myynti sekä markkinointikampanjat some-kanavissa
- Sähköpostisuoramarkkinointi (ammattilaisille)
- Statistiikka- ja analytiikkapalvelujen hyödyntäminen markkinoinnin ja myynnin seurannassa sekä markkinoinnin kohdentamisessa
- Videopalveluiden hyödyntäminen (mm. YouTube)
- Myynti kotimaisissa ja kansainvälisissä jakelukanavissa ja eri liikennepalvelutoimijoiden hyödyntäminen matkapalveluiden myynnissä
- Digitaalinen löydettävyyden verkkosivuilla kuntoon
- Alueen sivustojen ristiinlinkitys
- Tuodaan keskustan alueelle toimiva WiFi-yhteys ja mahdollisesta asiakkaalle retken varaaminen paikan päällä
- Aktiviteettimyynti paikan päällä oleville delegaateille

Tapahtumakalenterin kehittäminen

- Kehitetään kaupungin omien tuotteiden online-myyntiä muun muassa pääsylippujen osalta.



ELÄMYKSELLISYYDEN KEHITTÄMINEN

Turun elämystarjonta on ympärivuotista, monipuolista, rohkeaa, merellistä ja kestävää. Saaristo on kiinteä osa kaupungin matkailutarjontaa, ja elämykset ovat helposti ostettavissa.

Elämyksellisyuden kehittäminen vaatii pitkäjänteistä yrityskehittämistä. Tavoitteena on luoda alueelle houkuttelevia, laadukkaita ja kärkeemojen mukaisia tuotteita sekä saavuttaa uusia, kansainvälisiä asiakasryhmiä.

Tuotekehitys

Turkuun kehitetään kohderyhmäkohtaisesti uusia tuotteita ja viestinnällisiä kokonaisuuksia. Uusia tuotteita kehitetään muun muassa seuraavien teemojen ympärille:

- Saaristo (sightseeing, teemoitetut vesibussiristeilyt, pidemmät risteilyt)
- Tiedematkailu/ koulutusmatkailu
- Vanha kaupunki
- Perhematkailu
- Corporate meetings
- Hyvinvointimatkailu
- Kaupungin kulttuuri- ja museokohteet ml. kirkot
- Kansainväliset risteilyasiakkaat
- Luontomatkailu
- Eri vuodenaajat

Otetaan liikenteen palveluntarjoajat, kuten VR, huomioon tuotekehityksessä.

Mittari:

1. Uusien, elämyksellisten tuotteiden ja palveluiden määrä
2. Tuotteistettujen matkailureittien määrä
3. Ympäri vuotisten tuotteiden ja palveluiden määrä

Vastuutaho:

Visit Turku / Turku Science Park Oy

Kehittämistoimenpiteet:

- Määritellään kohderyhmätietoon perustuen alueen tärkeimmät matkailureitit, joille luodaan uusia palveluita yritysten kanssa ja joiden sisällöt toimivat markkinoinnin kärkinä.
- Luodaan terveys- ja hyvinvointimatkailun kehittämissuunnitelma.
- Kootaan alueen tuotteet esimerkiksi matkanjärjestäjäesitteeseen ja viikko-ohjelmaan.
- Kehitetään elämysliiketoimintaa kokonaisuutena (av-ala, peliteollisuus, matkailu).
- Muodostetaan yhteistyö elämysliiketoiminnan kokonaisuuden kehittämiseksi: innovaatiot, palvelu ja osaaminen kulttuuri-, av- ja matkailualalla.
- Tehdään luontomatkailusuunnitelma saaristoon.
- Aurajokirannan kehittäminen edelleen matkailukäyttöön, merellisten aktiviteettien tarjonnan lisääminen.
- Turun kaupungin omistamien saaristokohteiden kehittäminen vetovoimaisiksi matkailukohteiksi.
- Sataman yhdistäminen sisällöllisesti keskustaan opastamisen, tarinan ja reitityksen avulla.

SAAVUTETTAVUUDEN LISÄÄMINEN

Turkuun on helpot ja kohtuuhintaiset liikenneyhteydet eri liikennevälinein koti- ja ulkomailta. Turussa matkailijan on vaivatonta liikkua eri kohteiden välillä joukkoliikennevälinein ja palvelut ovat helposti löydettävissä.

Saaristo on kiinteä osa kaupungin matkailutarjontaa. Turun saaristomatkailu on nivoutunut kansalliseen saaristomatkailumarkkinointiin, ja yhteisistä kampanjoista saadaan uusia kohderyhmiä. Saaristoliikenne palvelee matkailijoita ja matkailuyrittäjiä.

Turun lentokenttä on yksi Suomen vilkkaimmista lentokentistä niin matkustaja- kuin rahtiliikenteenkin osalta. Lentoliikenteen kehittämiseksi aluelle tulisi laatia lentoliikennestrategia. Proaktiivista invest in -työtä on tehtävä uusien suorien lentoyhteyksien muodostamiseksi Euroopan ykkös- ja kakkoskaupungeista.

Mittari:

1. Uusien kaukoliikennereittien määrä Turkuun
2. Uusien digitaalisten matkaketjujen määrä
3. Saariston saavutettavuuden lisääminen
4. Uusien lentoreittien määrä

Vastuutaho:

Turun kaupunki / Turku Science Park Oy

Kehittämistoimenpiteet:

- Rakennetaan matkaketjut tärkeimpiin matkailukohteisiin digitaaliseen muotoon, jotta kärkeimatko kohteet ovat helposti saavutettavissa liikenteen solmukohtista.
- Kehitetään joukkoliikennettä Turun ulkopuolelta keskeisiin matkailukohteisiin Turussa.
- Kehitetään saaristoliikennettä uusilla jakamistalouden toimintamalleilla.
- Kehitetään vahvat saariston matkailija-liikenteen solmukohtat.
- Laaditaan alueen lentoliikennestrategia.
- Kehitetään kaukoliikenteen liikenneyhteyksiä Turun lentoasemalle.
- Kehitetään laivaliikenteen reittejä matkailuteollisuuden näkökulmasta.
- Tehdään opastussuunnitelma matkailukohteille.
- Palvelaan matkailijoita satamassa, lentoasemalla ja matkakeskuksessa.
- Selvitetään tekoälyn hyödyntämistä asiakaspalvelussa niin paikan päällä kuin online-neuvonnassakin.
- Tehdään proaktiivista invest in -toimintaa uusien suorien lentoyhteyksien muodostamiseksi Euroopan ykkös- ja kakkoskaupungeista.



Vuonna 2029 saaristo- ja kulttuuripääkaupunki Turku on Pohjois-Euroopan kiinnostavin, elämyksellisin ja kestävin kaupunki vierailta 365 päivää vuodessa



MITTARIT - ROOLIT JA VASTUUT - EDUNVALVONTA

LÄPILEIKKAAVAT TEEMAT

Kestävä matkailu

Kestävyyden kannalta matkailu on toimiala, jossa on välttämätöntä huomioida kestävyyden kaikki näkökulmat. Kestävien arvojen vaikutus matkailijoiden ostopäätöksiin kasvaa koko ajan, ja kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen tuleekin jatkossa tuomaan matkailuyrityksille selvää kilpailuetua. Myös erilaisten tehokkaiden energiaratkaisujen avulla on mahdollista säästää kustannuksia ja sitä kautta lisätä toiminnan kannattavuutta.

Kestävä matkailu on yksi tärkeimpiä OECD:n mainitsemia matkailun megatrendejä, ja siihen kiinnitetään huomiota myös Turun matkailun kehittämisessä. Kestävyys otetaan huomioon kaikissa matkailun kehittämistoimissa. Tämä tarkoittaa ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen kestävyyden huomioimista.

Turun kaupungin tavoite hiilineutraaliudesta vuoteen 2029 mennessä tukee kestävän matkailun kehittämistä. Alueelle laaditaan kestävän matkailun kehittämissuunnitelma, johon määritellään tavoitteet, kriteerit ja mittarit kestävälle matkailulle alueella.

Kestävä matkailu huomioidaan esimerkiksi keräämällä matkailijoilta rahaa ilmastotoimiin ja luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseen. Kestävän matkailun edistämisen tavoitteena on Sustainable Travel Finland-sertifioinnin saaminen mahdollisimman monelle alueen yritykselle.

Digitaalisuus

Digitalisaatio tuo matkailuun paljon mahdollisuuksia. Yritysten on entistä helpompi saada palvelunsa kansainvälisesti näkyväksi kohtuullisen helpoilla teknisillä ratkaisuilla. Toisaalta kilpailu kansainvälisistä asiakkaista kasvaa koko ajan, jolloin näkyvyyteen on panostettava merkittävästi nykyistä enemmän. Myös yritysten sisäiseen tuotantoprosessiin ja tuotannonohjaukseen eri toimintojen välillä digitalisaatio voi tuoda merkittäviä parannuksia.

Digitalisaation tuoma murros huomioidaan asiakaspalvelussa ja tuotteistamisessa. Digitaalisuutta hyödynnetään koko palveluketjun kehittämisessä. Asiakaspolku matkakohteeseen kulkee yhä useammin verkon tiedonetsintäprosessin kautta. Datan ja rajapintojen hyödyntäminen on tärkeä osa kaikkea palvelun kehittämistä.

Laatu

Laatu on merkittävä kilpailutekijä yrityksille ja alueelle. Matkailualue on yhtä vahva, kuin sen heikoin toimija. Tämän vuoksi laadun kehittämistä tulee tehdä matkailualueella laajasti ja tarjota yrityksille työkaluja laadun kehittämiseen.

Laatua tulee arvioida säännöllisesti sekä alueorganisaatiossa että yrityksissä seuraavasti:

- Asiakasodotukset ja -tyytyväisyys
- Asiakaspalvelun laadun ja prosessien laadun osa-alueet
- Henkilöstötyytyväisyys
- Tuotekehitys
- Markkinointi
- Sidosryhmäyhteistyö
- Oman organisaation toiminta

Osaaminen ja tutkimus

Turun matkailun kehittämisen tulee perustua tulevaisuudessa tiedolla johtamiseen. Tavoitteena on kehittää matkailun määrällistä ja laadullista tutkimusta, datan kokoamista sekä matkailun vaikutusten mittaamista ja seuranta. Alueella tulisi säännöllisesti toteuttaa muun muassa matkailijatutkimus. Tämän lisäksi tulisi määrittellä muut MasterPlanin toimenpiteitä sekä läpileikkaavia teemoja tukevat tutkimustarpeet. Tavoitteena on, että tutkimustietoa ja dataa hyödynnetään sekä Turun matkailun että matkailuyritysten liiketoiminnan kehittämisessä.

Yhteistyö alueellisten kehittäjäorganisaatioiden, yritysten ja korkeakoulujen välillä on oleellista. Tavoitteena on lisätä vuorovaikutusta, oppimista ja tiedonjakoa sekä organisaatioiden että matkailuyrittäjien välillä.

Alueella on huolehdittava sekä yritysten osaamisesta että osaavan työvoiman saatavuudesta. Matkailualalla, erityisesti ravitsemisalalla, haasteet osaavan työvoiman löytämisessä ovat nousseet yhä useamman matkailuyrityksen kasvun esteeksi. Uusien, erityisesti kansainvälisten kohderyhmien tavoittamiseksi tarvitaan myös monialaisen osaamisen vahvistamista, esimerkiksi hyvinvointi-, IT-, kulttuuri- ja kieliosaamisen yhdistämistä perinteiseen matkailu- ja liiketoimintaosaamiseen. Työvoiman saatavuutta on lähdettävä työstämään yhdessä alueen korkeakoulujen, oppilaitosten ja muiden tahojen kanssa.

MATKAILUN MASTERPLAN 2029

LISÄTIETOJA:

Teija Raninen

Johtaja, Experience Industries

+358 50 559 0549

teija.raninen@turkubusinessregion.com

