



Kemijoen saaren kunta

Matkailuohjelma 2022-2030

Kehitysosasto

Matkailu- ja destinaatiokehittäjä Stella Törnroth

Sisällys

1	JOHDANTO – KEMIÖNSAAREN KUNNAN MATKAILUOHJELMA 2022-2030	2
2	TRENDIT.....	3
2.1	Digitalisaatio.....	3
2.2	Arvokeskeisyys ja ympäristötietoisuus	3
2.2.1	Kestävä matkailu.....	3
2.3	Kotimaan matkailu ja muuttuva kysyntä.....	4
2.4	Monipaikkaisuus	5
3	NYKYTILA-ANALYYSI.....	6
3.1.	Majoitus ja matkailijat.....	7
3.2.	SWOT	8
3.3.	Kriittiset menestystekijät – USP.....	9
3.4.	Visit Kemiönsaaren rooli.....	10
3.5.	Kemiönsaaren kunnan asukkaat ja vapaa-ajan asukkaat.....	11
4	VISIO 2030.....	12
5	STRATEGISET TAVOITTEET	13
5.1	Panostamme Kemiönsaaren veto- ja pitovoiman kasvattamiseen.....	13
5.2	Kemiönsaari on ympärivuotinen matkakohde	14
5.3	Yritysten kasvun tukeminen.....	14
5.4	Strateginen markkinointi	14
5.4.1	Viestien ja kohderyhmien kirkastaminen.....	15
5.4.2	Markkinoinnin ja myynnin tehostaminen.....	15
5.4.3	Vaikuttaja- ja suosittelumarkkinointi	15
5.4.4	Asukasmarkkinointi	16
5.5	Matkailun asemaa vahvistetaan politiikassa.....	16
6	INDIKAATTORIT JA MITTARIT	18
6.1.	Vuosittainen toimenpidesuunnitelma.....	19
7	LÄHTEET.....	20
8	LIITTEET	21

Kansikuva: Jill Karlsson

I Johdanto – Kemiönsaaren kunnan matkailuohjelma 2022-2030

Matkailuohjelma on Kemiönsaaren matkailuelinkeinon, elinkeinopolitiikan ja kuntalaisten yhteinen strateginen asiakirja. Matkailu on osa Kemiönsaaren kunnan elinkeinotoimea, jonka päätehtävä on yritystoiminnan edellytysten luominen ja parantaminen. Matkailuelinkeinoa kehitetään yhteistyössä yksityisen ja kolmannen sektorin sekä kunnan asukkaiden kanssa. Tässä asiakirjassa määritellään kunnan rooli matkailuelinkeinon ja monipaikkaisuuden kehittämisessä, ja tuodaan esille toimenpiteitä, joiden avulla kehitetään kestävää ja kilpailukykyistä matkailuelinkeinoa sekä monipaikkaisuutta.

Kemiönsaaren kunnan strategiassa määritetyt arvot: yhteisöllisyys, aktiivinen kumppanuus ja fiksu ote, näkyvät myös matkailuohjelmassa. Matkailuohjelma pohjautuu Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekarttaan 2021–2027, Kemiönsaaren kunnan strategiaan 2022-2025, hanke-työntekijöiden asiantuntijuuteen sekä nykytila-analyysiin. Ohjelman sisältö on käyty läpi, ja sitä ollaan täydennetty yhdessä paikallisen matkailuelinkeinon kanssa keväällä 2022 järjestetyssä työpajassa.

Kemiönsaaren matkailu on pitkälti riippuvainen kotimaisesta matkailukysynnästä, ja Kemiönsaari on valtakunnallisesti mitattuna Suomen kolmanneksitoista suurin mökkikunta. Matkailu on osoittautunut kannattavaksi ja kasvavaksi elinkeinoelämän toiminta-alueeksi Kemiönsaarella, joka luo saaristoon työpaikkoja ja nostaa alueen palvelutasoa. Alueen vuotuinen majoitusmyynti on kolminkertaistunut vuosien 2017-2021 aikana, ja matkailijoiden kulutus oli 19,3 miljoonaa euroa vuonna 2021. On myös huomioitava matkailun kerrannaisvaikutuksia muille toimialoille kuten rakennus-, kuljetus- ja kaupan alaan. Matkailupalveluiden ja monipaikkaisuuden kehittäminen tukee paikallistalouden lisäksi myös paikallisten asukkaiden hyvinvointia ja kunnan yleistä elinvoimaisuutta.

2 Trendit

Matkailualan tulevaisuutta muokkaavat muutosvoimat ja megatrendit ohjaavat vahvasti matkailualan kehittämistä. Digitalisaatio on matkailualan läpileikkaava voima, joka ulottuu kaikkialle.

2.1 Digitalisaatio

Digitalisaation avulla pystytään luomaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia, ja sen avulla voidaan löytää uusia ratkaisuja liiketoiminnan tehostamiseen (Konu, Pesonen & Reijonen, 2020). Paikallisen elinkeinoelämän digitaalisen osaamisen kehittämistä tulee tehdä pitkäjänteisesti, jolla varmistetaan paikallisten yritysten kilpailukyvyyn säilyminen.

Asiakkaiden ostopäätöksiä tutkitaan digitaalisten ostopolkujen vaiheiden tunnistamisella. Matkailijat hakevat tietoa verkosta ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen. Tulevaisuuden matkailua ohjaavat reaaliaikaisuus, alustatalous, tekoäly, virtuaalimatkailu, pelillisuus, suosittelumarkkinointi ja visuaalisuus. Tiedolla johtamisen merkitys korostuu datan ja analytiikan merkityksen kasvaessa. Digitaaliset matkailuliikkumisen palvelut korostuvat yksilömatkailun kasvaessa. Kemiönsaaren kunta pyrkii kartoittamaan digitaalisen matkailuliikkumisen

2.2 Arvokeskeisyys ja ympäristötietoisuus

Yksilölliset räätälöitävät tuotteet ja palvelut korostuvat yksilöllisessä matkailukulutuksessa, jossa vastuullisuus sekä eettiset arvot nousevat globaaleiksi megatrendeiksi. Myös yksilöiden omat arvot ohjaavat tulevaisuuden matkailijan valintoja. Kasvava yksilöllisyys tarkoittaa matkailussa myös ryhmämatkojen suosion laskemista, ja arvokeskeisyys ohjaa erityisesti milleniaalisukupolvea.

Kasvanut tietoisuus ilmastonmuutoksesta ohjaa kuluttajia entistä enemmän ympäristötietoisiin valintoihin. Hiilijalanjäljen pienentäminen ja päästöjen vähentäminen suosivat lähimatkailua. Saaristoon tarvitaan entistä enemmän ympärivuotisia aktiviteetteja ja ohjelmaa, jotta matkailijavirtoja saadaan myös huippusesongin ulkopuolella. Kestävää matkailua voidaan kehittää saaristossa parhaiten pidentämällä matkailijoiden viipymiä, ja sitoutumalla pitkäjänteiseen ympärivuotisen matkailun kehittämiseen.

2.2.1 Kestävä matkailu

Kestävä matkailu huomioi nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset. Kestävässä matkailussa huomioidaan niin matkailijoiden, matkailuyritysten, ympäristön kuin paikallisväestönkin tarpeet. Visit Finland päivitti kevään 2019 aikana kansalliset kestävän matkailun periaatteet, jotka toimivat matkailutoimijoiden yhteisinä periaatteina:

- Yhteistyö
- Ekologinen kestävyys

- Kulttuurinen kestävyys & kulttuuriperintö
- Sosiaalinen kestävyys & hyvinvointi
- Pitkäjänteisyys & paikallisuus
- Laatu & turvallisuus
- Ilmastonmuutos & resurssiviisaus
- Vastuullisuusviestintä
- Taloudellinen kestävyys & kilpailukyky
- Sitoutuminen

2.3 Kotimaan matkailu ja muuttuva kysyntä

Toimintaympäristön epävarmuus ja ympäristötietoisuus ovat vauhdittaneet kotimaan matkailua ja lähimatkailua. Lähimatkailun trendiä tukevat myös kasvava joukko kotimaan matkustajia, jotka arvostavat eteenkin eettisyyttä ja vastuullisuutta. Matkakohteissa koetut elämykset ja nähtävyydet ovat keskeisessä roolissa matkailijoille, jotka hakevat tulevaisuudessa entistä enemmän aitoja elämyksiä, uniikkeja majoitusvaihtoehtoja ja erilaisia teemamatkailutuotteita.

”Kotimaan lomamatkojen kohteen valintaan vaikutti vuonna 2018 kotimaan päivämatkoilla motivaationa eniten kulttuuri ja viihde (37 %), toiseksi eniten vaikuttavat ostokset (29 %) sekä urheilu tai liikunta (23 %). Kotimaanmatkoilla maksullisessa majoituksessa kohteen valitsemisessa motivaationa eniten ovat tasaisesti kulttuuri ja viihde (34 %), urheilu tai liikunta (32 %) sekä (luonto 31 %). Kotimaanmatkoilla ilmaismajoituksessa kohteen valinnan motivaationa on ylivoimaisesti eniten luonto (58 %) ja toiseksi tärkeimpänä hyvinvointi (38 %). (Tilastokeskus 2019b.)

Kolme neljäsosaa matkailijoista varaa kotimaan maksullisen majoituksen sisältäneet matkat internetin kautta. Valmismatkojen suosio kasvaa iän myötä. Ulkomaan vapaa-ajan matkoista, jotka sisälsivät ainakin yhden yöpymisen kohdemaassa, 26 prosenttia oli valmismatkoja vuonna 2018. Kotimaassa vain kolme prosenttia maksullisen majoituksen sisältäneistä matkoista oli valmismatkoja. Eniten valmismatkoja tehdään Lappiin (14 % maksullisen majoituksen sisältäneistä matkoista) ja Uudellemaalle (8 %). (Tilastokeskus 2019b.)”

Lähde: Työ- ja elinkeinoministeriö (2019). *Selvitys kotimaanmatkailun selvitystarpeista.*

2.4 Monipaikkaisuus

Korona-aika on vahvistanut ja monipuolistanut monipaikkaisuuden käsitettä. Monipaikkaisuus on monipaikkaista arkea ja vapaa-ajan viettoa useassa eri paikassa. Monipaikkaisuus voi liittyä mm. työntekoon, vapaa-ajan viettoon ja opiskeluun. Kaikkein tyypillisimmät monipaikkaisuuden muodot Suomessa ovat vapaa-ajan viettoon ja työhön liittyvä monipaikkaisuus.

Kemiönsaaren kunta on Suomen kolmanneksitoista suurin mökkikunta, jossa vapaa-ajan asuminen vaikuttaa positiivisesti kunnan työllisyyteen ja alueen elinvoimaan. Kunnan tulisi jatkossa selvittää ja mitata vapaa-ajan asukkaiden viipyä ja talousvaikutusta sekä kartoittaa vapaa-ajan asukkaiden tarpeita, kokemuksia ja toiveita. On myös selvitettävä laajemmin, miten monipaikkaisuus vaikuttaa liikennejärjestelmään, jätehuoltoon sekä ympäristöön.

2021 vuoden Mökkibarometrin mukaan etätyöt vapaa-ajan asunnolta käsin on kasvanut voimakkaasti viime vuosina. Etätyötä on tehnyt vuonna 2020 43% työssäkäyvistä, kun vastaava osuus oli 2016 Mökkibarometrissä vain 7%. Mökkibarometrin kyselyn mukaan myös suuri osa vastanneista aikoo parantaa vapaa-ajan asunnon varustetasoa tulevaisuudessa, ja kotitaloudet arvioivat käyttäneensä rahaa keskimäärin 3500€ rakentamiseen ja kunnostamiseen viimeisen 12 kuukauden aikana.

3 Nykytila-analyysi

Matkailuala kuuluu maailman suurimpiin ja nopeimmin kasvaviin elinkeinoihin. Matkailuelinkeino on vakaa ja resilientti toimiala, joka reagoi nopeasti toimintaympäristön muutoksiin. Pandemiaa ja sota edeltävien ennusteiden mukaan matkailijoiden määrä kaksinkertaistuu tulevilla vuosikymmenellä, ja UNWTO:n (World Tourism Organization) mukaan vuotuinen kasvuvauhti olisi 4-8 %. WTO:n ennusteen mukaan kansainvälinen matkustaminen elpyy asteittain 2020-2021 vuosien merkittävän pudotuksen jälkeen.

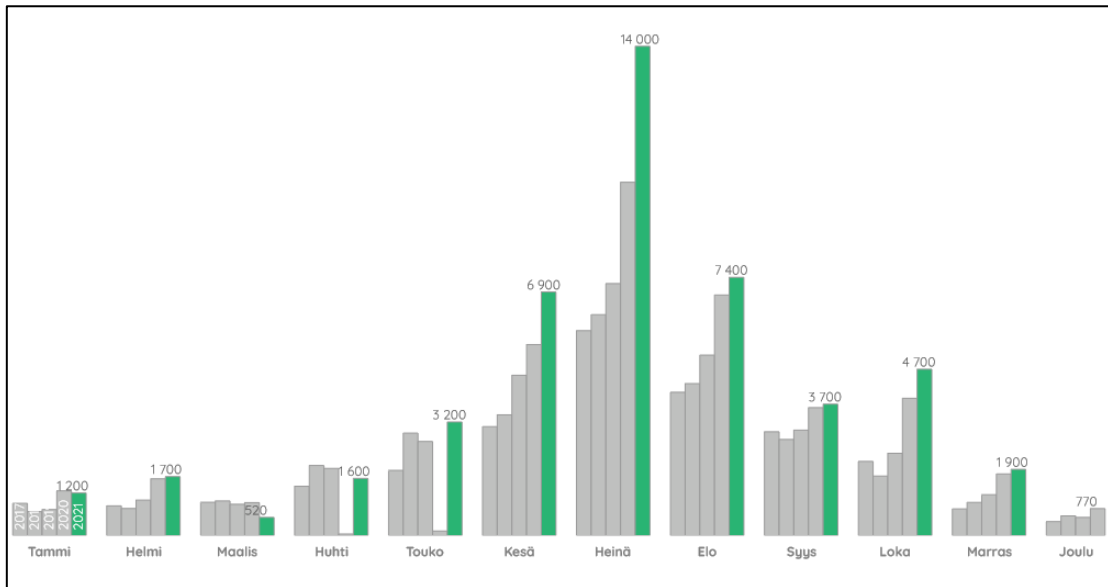
Matkailun elpymisen ennustetaan olevan nopeampaa niissä kohteissa, joissa matkailun pääpaino on vahvasti kotimaanmatkailussa. ETC:n (European Travel Commission) mukaan Euroopan matkailunäkymät ovat positiiviset. Vahvan kotimaanmatkailun ja Euroopan sisäisen matkailun ansiosta kokonaismatkustuskysynnän ennustetaan olevan 20 prosenttia alle pandemiaa edeltävän tason vuonna 2022. Kotimaan matkailun odotetaan ylittävän pandemiaa edeltävät matkustusennätykset jo vuonna 2022.

Työ- ja elinkeinoministeriön tekemän 2019 matkailutilinpidon mukaan matkailun kokonaiskysyntä oli vuonna 2019 yli 16 miljardia euroa, ja kansainvälisten matkailijoiden Suomeen jättämät tulot olivat noin 5,3 miljardia euroa. Visit Finlandin Rudolf-tilastopalvelun mukaan Varsinais-Suomen osuus kaikista 23,1 miljoonasta yöpymisestä Suomessa oli 6% vuonna 2019, ja ulkomaisista 7,1 miljoonasta yöpymisestä Suomessa 2019 oli 4%.

Pandemian negatiivinen vaikutus näkyy erityisesti matkailu- ja ravintola-aloilla, jotka kärsivät koronarajoituksista ja akuutista työvoimapulasta. Toimintaympäristön epävarmuudet ovat osoittaneet miten riippuvaisia ravintola- ja teollisuudenalat ovat toisistaan. On aiempaa tärkeämpää tehdä alat ja rajat ylittävää yhteistyötä sekä vahvistaa uusia ja olemassa olevia verkostoja.

Kemiönsaaren nykytilannetta kartoitetaan majoituksen, matkailijoiden, SWOT-analyysin sekä kriittisten menestystekijöiden avulla.

3.1. Majoitus ja matkailijat



Kuva 1. Kemiönsaaren rekisteröidyt yöpymiset tammi-marraskuu 2021 (Visitory-matkailutilasto)

Rekisteröidyt yöpymisen lisääntyivät 31 prosentilla 2021 tammi-marraskuun aikana aiempaan vuoteen verraten. Rekisteröidyt majoitustilastot sisältävät rekisteröityjen majoitusliikkeiden, eli hotellien, motellien, matkustajakotien, retkeilymajojen, lomakyläiden ja leirintäalueiden tilastot. Liikkeet, joissa on alle 20 vuodepaikkaa tai sähköliitäntä-pisteellä varustettua matkailuvaunupaikkaa, eivät kuulu tilastoinnin piiriin. (Liite 1. Visitory-matkailutilasto)

Kemiönsaaren yöpyvistä matkailijoista 80-90% ovat 2015-2021 vuosien aikana kotimaan matkailijoita Visitory-matkailutilaston mukaan. 2021 matkailutilaston mukaan kotimaiset matkailijat yöpyivät rekisteröidyssä majoitusliikkeessä keskimäärin 1,7 yötä ja ulkomaiset matkailijat 2,7 yötä.



Kuva 2. Kemiönsaari: matkailu pähkinänkuoressa. Rekisteröidyt majoitusliikkeet. Kaikki muutokset ovat suhteessa samaan ajankohtaan vuotta aiemmin. Tammi-marraskuu 2021 (Visitory-matkailutilasto)

3.2. SWOT

Kemiönsaaren vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia on kartoitettu matkailun kehittämishankkeiden aikana, ja täydennetty yhdessä paikallisten matkailuelinkeinon toimijoiden kanssa yhteisessä työpajassa Kasnäsissä huhtikuussa 2022.

sisäiset tekijät	S (Vahvuudet) <ul style="list-style-type: none"> • Turvallisuus • Sijainti (Etelä-Suomen suurkaupunkeihin nähden) • Vahvat statukset (kansallispuisto & biosfäärialue (UNESCO)). • Kulttuurihistoria • Luonnon monimuotoisuus • Pohjolan korkein majakka • Ainutlaatuiset tapahtumat • Vuodenajat • Rannikkoreitti • Saaristolaiskulttuuri • Autenttiset majoituskohteet • Lähiruoka • Meriliikenne • Paikallinen osaaminen 	W (Heikkoudet) <ul style="list-style-type: none"> • Saavutettavuus (julkinen liikenne) • Esteettömyys • Majoituksen taso • Vieraanvaraisuus • Panostukset huippusesonkiin • Pitkät välimatkat / pirstaloituneet palvelut • Vähäiset aktiviteetit • Digitaalinen ostettavuus • Elämäntapayrittäjyys • Vähäiset elämykselliset palvelut • Palvelujen paketointi • Sääriippuvuus • Pienet majoituskohteet, joita ei tilastoida • Kevyteen liikenteen väylät
	O (Mahdollisuudet) <ul style="list-style-type: none"> • Ympärivuotisuus • Juhlapyhien hyödyntäminen / lisämyynti • Alueen yhteinen tapahtumakalenteri • Live like a local -konsepti • Workation • Monipaikkaisuus • Yhteistyö 3. sektorin kanssa • Elämispalvelut / luonto • Kotieläintila / agroturismi • Seniorimatkailu / -palvelut • Sääilmiöiden hyödyntäminen • Saariston flora ja fauna • Ulkomaiset matkailijat uudessa normaalissa • Sähkökulkuneuvot matkaketuissa • Hyödyntämätön potentiaali 	T (Uhat) <ul style="list-style-type: none"> • Työvoiman saatavuus • Alueiden kasvava kilpailu matkailijoista • Pienet resurssit • Toimintaympäristön epävarmuus; sota, pandemiat, liikkumisrajoitukset • Byrokratian lisääntyminen • Ilmastonmuutos • Ympäristökatastrofit • Väestön ikääntyneisyys • Pääkaupunkiseudun saaristomatkailu • Kehitetään liikaa uutta, eikä ylläpidetä vanhaa
ulkoiset tekijät		

3.3. Kriittiset menestystekijät – USP

Visit Finlandin USP:t Rannikko-saaristo alueella



Kemiönsaaren USP:t

Kemiönsaaren matkailun kriittisiä menestystekijöitä on kartoitettu aiemmissa matkailun kehittämishankkeissa, sekä täydennetty yhdessä paikallisten matkailuelinkeinon toimijoiden kanssa yhteisessä työpajassa Kasnäissä huhtikuussa 2022. USP:t asetettiin tärkeysjärjestykseen paikallisten toimijoiden äänestyksen perusteella, ja mukaan saatiin myös uusi menestystekijä.

1. Bengtskär
2. Saaristolaiskulttuuri ja -kylät, kuten Taalintehdas, Kärra-Dragsfjärd, Västanfjärd, Rosala & Hiittinen, Högsåra, Kemiö
3. Saaristomeren kansallispuisto ja Saaristomeren Biosfäärialue (UNESCO) - Örö
4. Kulttuurihistoria, kuten Sagalund ja Söderlångvikin kartano
5. Ainutlaatuiset aktiviteetit, kuten Rosalan Viikinkikeskus, Bjärkas Golf, Kasnäsin saaristokylpylä
6. Kemiönsaaren vierasvenesatamat ja veneily
7. Rannikkoreitti



3.4. Visit Kemiönsaaren rooli

Miten Kemiönsaaren kunta edistää matkailun kestäväää kasvua ja monipaikkaisuutta?

- **Edistää veto- ja pitovoimaa** kehittämis- ja markkinointitoimenpiteiden avulla
- **Tekee yhteistyötä ja luo edellytyksiä** kolmannelle ja ensimmäiselle sektorille edistämällä työllisyyttä sekä kasvattaen liikevaihtoa ja verotuloja
- Johtaa ja kehittää kestäväää, digitaalista ja ympärivuotista matkailua sekä monipaikkaisuutta
- **Koordinoi sisäistä ja ulkoista viestintää**
- **Kehittää ja ylläpitää paikallisia**, alueellisia ja kansainvälisiä verkostoja
- Johtaa ja kehittää hankkeita ja hankerahoitusta, joka tukee kunnan strategiaa ja matkailuohjelman tavoitteita.

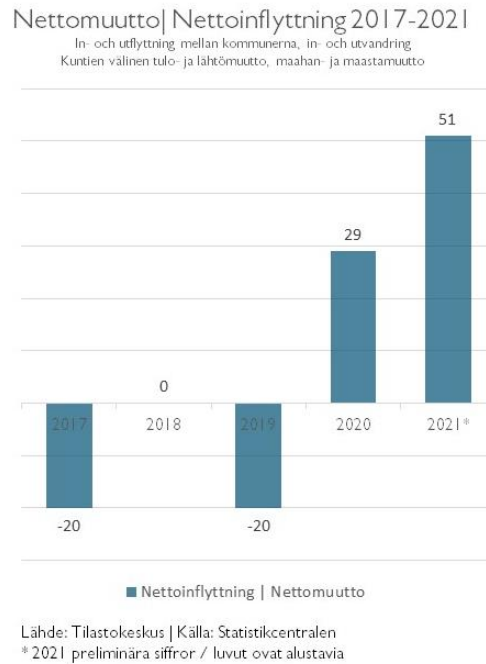
Visit Kemiönsaari on Kemiönsaaren kunnan alueorganisaatio eli DMO (Destination Management Organisation), joka kehittää ja markkinoi Kemiönsaarta destinaationa. Yhteistyökumppaneiden kanssa luodaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja uutta osaamista, joka johtaa matkailijoiden laadukkaampaan kokemukseen sekä pidemmällä aikavälillä väestönkasvuun.

Visit Kemiönsaaren roolia, tai tarkemmin kunnan roolia matkailun kehittämisessä avattiin keskustelussa Kasnäsin työpajassa keväällä 2022. Matkailuelinkeinon toimijoiden mukaan kunnan tärkein rooli matkailun kehittämisessä on yhteistyöhön innoittaminen ja koordinointi sekä paikallisen verkoston ylläpitäminen ja kehittäminen.

Kemiönsaaren kunnan entinen matkailuosasto on myös aiempina vuosina vastannut alueen matkailuneuvonnasta. Henkilöstöressurssien pienentämisestä johtuen kunnan tulee kehittää uutta yritys- tai yhdistysvetoista matkailuneuvontaa, jota kunta ja matkailuelinkeino ylläpitää yhteistyössä. Moni matkailija tekee nyt ja tulevaisuudessa varauksia itsepalvelun kautta, ja monet ovat tottuneita myös hakemaan tietoa itsenäisesti internetsivuilta. Kemiönsaaren kunnan matkailuneuvonnan oma puhelinvaihe poistettiin kunnan puhelinvaiheudistuksen yhteydessä, ja henkilöstöressurssien pienentyessä. Visit Kemiönsaaren internetsivuilla on käytössä chat-palvelu, jonka kautta palvellaan matkailijoita. Visit Kemiönsaari vastaa myös sosiaalisen median kanavien kautta tuleviin yksityisviesteihin.

Kemiönsaaren kunta kehittää alueen digitaalista matkailuliikkumista ja -informaatiota sekä palvelupisteitä Taalintehtaan ja Kasnäsin satamissa, Central Balticin rahoittaman Arc Gate - Innovative Service Points for Maritime Tourists -hankkeen avulla. Hankkeen aikana molempiin satamiin asennetaan digitaaliset kolmikieliset info-taulut, joista matkailijat saavat tärkeää matkailuinformaatiota, kuten vesi- ja linja-autoliikenteen aikataulut sekä tietoa alueen palveluista. Digitaalisten palveluratkaisujen hyötynä on joustavuus eli tiedon saavutettavuus vuorokauden ympäri sekä ajalliset ja taloudelliset säästöt. Toisaalta digitaalinen matkailuinformaatio ei korvaa henkilökohtaista asiakaspalvelua. Matkailuneuvonnan tarvetta tulee selvittää tutkimalla matkailijoiden asiakaskokemuksia palautteen tai kyselyn avulla.

3.5. Kemiönsaaren kunnan asukkaat ja vapaa-ajan asukkaat



Kemiönsaaren kunta on tehnyt pitkäjäteistä työtä uusien asukkaiden houkuttelemiseksi, ja panostanut kunnan imagoon sekä mielikuva- ja matkailumarkkinointiin. Kaupungistuminen ja paikallisten kokeneiden kilpailu uusista asukkaista asettaa haasteita pienille kunnille. Pitkäjäteistä kehittämistyötä ja fiksua markkinointitoimenpiteitä tulee tehdä jatkossakin, jotta potentiaaliset asukkaat saadaan houkutelua Kemiönsaarelle.

Kemiönsaaren kunnassa tulee huomioida aiempaa monipuolisemmin myös vapaa-ajan asumisen tuomat mahdollisuudet, ja kunnan tulisi selvittää laajemmin vapaa-ajan asumisen vaikutuksia paikalliseen elinkeinoelämään. Tilastokeskuksen 2019 tilaston mukaan Kemiönsaaren kunnassa on yhteensä 4865 kesämökkiä, joista 4223 on ulkopaikkakuntalaisten omistuksissa. Tilastokeskuksen mukaan Kemiönsaari oli vuonna 2020 Suomen kolmanneksitoista suurin mökkikunta.

Vapaa-ajan asukkaat ovat viettäneet entistä enemmän aikaa mökeillä pandemian aikana, ja mökkibarometrin tekemän kyselytutkimuksen mukaan etätöitä on tehnyt 43% niistä työssäkäyvistä, joilla on etätömahdollisuus. Yli puolet mökin omistajista suunnitteli parantavansa mökkien varustelutasoa tulevina vuosina.

Mökeillä viivytettiin valtakunnallisella tasolla mitattuna vuonna 2020 keskimäärin 103 päivää, mikä on yli kaksikymmentä päivää enemmän kuin vuoden 2016 Mökkibarometrissa.

4 Visio 2030

”Kemiönsaari on houkutteleva matkakohde ja asuinpaikka, joka tunnetaan sen kulttuurihistoriasta, kansallispuistosta ja vieraanvaraisuudesta. Kemiönsaaren matkailua ja monipaikkaisuutta kehitetään vastuullisesti yhdessä matkailuelinkeinon, kuntalaisten ja mökkikuntalaisten kanssa.”

5 Strategiset tavoitteet

Kemiönsaaren kunnan matkailua kehitetään viiden strategisen tavoitteen avulla, joilla saavutetaan matkailun visio. Strategiset tavoitteet esiteltiin matkailuelinkeinon työpajassa, jossa matkailuelinkeinon toimijat saivat asettaa strategiset tavoitteet tärkeysjärjestykseen.

5.1 Panostamme Kemiönsaaren veto- ja pitovoiman kasvattamiseen

Kemiönsaaren vetovoimaa parannetaan hyödyntämällä sen vahvuustekijöitä, joita ovat Kemiönsaaren kunnan strategian mukaan, Kemiönsaaren suotuisa sijainti Etelä-Suomen suurkaupunkeihin nähden, monipuolinen kulttuurihistoria, elinvoimainen saaristo, hyvät palvelut ja yhteisöllisyys.

Matkailualan kehittäminen ja matkailualan palvelut vaikuttavat myös suoraan kunnan elinvoimaan. Matkailualan palveluita käyttävät niin matkailijat, kuntalaiset kuin vapaa-ajan asukkaatkin. Monet vapaa-ajan aktiviteetit, kuten ulkoilu- ja elämysreitit sekä kulttuuripalvelut vaikuttavat kunnan veto- ja pitovoimaan. Veto- ja pitovoimaa kasvatetaan panostamalla erityisesti seuraaviin matkailua ja monipaikkaisuutta tukeviin teemoihin:

1. Kulttuurimatkailu (kulttuurielämysten ja -tuotteiden kehittäminen)
2. Luontomatkailu (luontomatkailun ja -elämysten kehittäminen)
3. Workation, suom. työn ja lomailun yhdistäminen (monipaikkaisen työskentelyn ja vapaa-ajan vieton potentiaalin hyödyntäminen ja kehittäminen)

*Kemiönsaaren kunnan visio: ”**Kemiönsaari – merellistä elinvoimaa***

Vuonna 2030 Kemiönsaari on houkutteleva ja terveyttä edistävä asuinkunta, jonka vastaanottava yhteisöllisyys on syvästi juurtunut seudun historiaan ja joka tarjoaa nykyaikaisia, ekologisesti kestäviä arjen ratkaisuja. Hyödynnämme täysimääräisesti sijaintiamme, jolle on luonteenomaista elävä saaristo, rauhoittava luonto ja vehreä maaseutu.

Elinvoimaiset kylämme tarjoavat runsaasti tekemistä kaikenikäisille. Ainutlaatuiset käyntikohteemme houkuttelevat kävijöitä ympäri vuoden niin läheltä kuin kaukaa. Merellisyyden on vahvasti läsnä koko kunnassa aina elinkeinoelämästä ja asumisesta opetukseen. Kemiönsaari tarjoaa mahdollisuuksia kaikille, jotka haluavat luoda, nauttia, kokea ja kehittyä turvallisessa ympäristössä.”

5.2 Kemiönsaari on ympärivuotinen matkakohde

Lisääntyvät matkailijamäärät vaativat myös enemmän majoituskapasiteettia, ja tarve korostuu erityisesti huippusesonkina. Matkailijavirtoja tulee tietoisesti ohjata muille sesongeille, ja kunnan tulee sitoutua pitkäjänteiseen ympärivuotisen matkailun kehittämiseen. Ympärivuotisten palvelujen kehittäminen ja tapahtumien suunnittelu huippusesongin ulkopuolelle lisää kunnan veto- ja pitovoimaa sekä tuottaa aktiviteetteja ja palveluja myös asukkaille ja vapaa-ajan asukkaille. Paikallisia toimijoita innostetaan tuotteistamaan ja suunnittelemaan palveluita erityisesti huhti-kesäkuulle sekä elo-lokakuulle. Kotimaista ja kansainvälistä markkinointia kohdennetaan tietoisesti sellaisille asiakasryhmille, jotka matkustavat huippusesongin ulkopuolella. Ympärivuotiseen matkailuun panostaminen on tärkeää niin matkailun kestävän kasvun kuin monipaikkaisuuden kehittämisenkin näkökulmista.

5.3 Yritysten kasvun tukeminen

Matkailuyritysten kehitystarpeita ja kasvuhalukkuutta kartoitetaan aktiivisesti kyselyiden, haastattelujen, yritysvierailujen ja keskustelutilaisuuksien avulla. Pääosa Kemiönsaaren yrityksistä on mikroyrityksiä, ja aikaisempien hankkeiden avulla on pystytty tunnistamaan mikroyritysten ajankohtaisia kehitystarpeita ja kasvun esteitä. Kehittämisen- ja koulutustarpeita selvitettiin muun muassa syksyllä 2021 tehdyssä kyselyssä, josta nousi esille viestinnän ja ympärivuotisten tuotteiden lisäksi elämysten tuotteistaminen ja digitaalisten palveluiden käyttöönottokoulutukset sekä työvoimapula, joihin toivotaan panostuksia.

Kunta vastaa myös yrityksille suunnatun kehittämis-, investointi- ja innovaatorahoituksen tiedottamisesta. Visit Kemiönsaaren ja matkailuyritysten sidosryhmäverkosto tulisi kartoittaa, ja sen pohjalta kehittää paikallista sidosryhmälähtöistä toimintamallia, jolla voitaisiin tukea erityisesti mikroyritysten liiketoiminnan kehittämistä, ja vahvistaa paikallisen matkailu- ja ravintola-alan oppilaitosyhteistyötä.

Kemiönsaaren kunta kehittää ja parantaa myös avoimen matkailudatan keruuta matkailu- ja liiketoiminnan kehittämisen ja mittaamisen tueksi, jonka avulla voidaan myös parantaa paikallisten yrittäjien tiedolla johtamista.

5.4 Strateginen markkinointi

Visit Kemiönsaari vastaa alueen strategisesta markkinoinnista, jonka avulla kehitetään ja luodaan uusia markkinointikeinoja, parannetaan tehokkuutta ja tunnistetaan markkinoinnin kehityskohteet. Visit Kemiönsaari vastaa myös alueen brändin kehittämisestä ja sen vahvistamisesta pääasiallisesti kotimaisilla, ja toissijaisesti kansainvälisillä markkinoilla.

Markkinointitoimenpiteet suunnitellaan vuosittain, ja kumppaniyritykset pyritään osallistamaan suunnitteluprosessiin. Visit Kemiönsaaren ja kumppaniyritysten vuoropuhelua vahvistetaan keskustelutilaisuuksissa, yrityskäyntien avulla ja Visit Kemiönsaaren uudella kumppanialustalla. Suunnitelmia

tehdään myös huomioiden muiden kumppaneiden linjaukset, kuten Varsinais-Suomen tiekarttatyön johtoryhmä, Visit Finland ja Business Finland.

5.4.1 Viestien ja kohderyhmien kirkastaminen

Visit Kemiönsaari kirkastaa markkinointiviestejä ja kohderyhmiä olevan brändin uudistamisella. Myös kumppaniyrityksiä innostetaan mukaan markkinointitoimenpiteisiin.

Saariston ja Kemiönsaaren näkyvyyttä kasvatetaan ja vahvistetaan valituilla kohdemarkkinoilla, joita ovat 1. kotimaan matkailijat ja vapaa-ajan asukkaat 2. ruotsalaiset matkailijat 3. saksalaiset matkailijat. Kansainvälinen kohderyhmämarkkinointi toteutetaan pääasiallisesti yhteistyössä muiden Saaristoalueiden, Visit Finlandin ja muiden valikoitujen kumppaniyritysten kanssa.

Kotimaan markkinointitoimenpiteitä toteutetaan myös yhteistyössä kumppaniyritysten kanssa. Visit Kemiönsaari koordinoi yhteistyötä ja varmistaa Kemiönsaaren brändin näkyvyyden ja viestien leviämisen omalla sivustollaan ja sosiaalisen median kanavissa. Tarvittaessa hyödynnetään myös muita toimenpiteitä tai kanavia viestin leviämisessä, valittujen kohderyhmien mukaan. Kumppaniyrityksien rooli korostuu erityisesti kotimaan markkinoinnissa, jossa markkinointiviestiä jaetaan omille kohderyhmille. Kohderyhmät ja asiakasprofiilit on määritelty tarkemmin liitteessä 2.

5.4.2 Markkinoinnin ja myynnin tehostaminen

Visit Kemiönsaaren ja matkapalveluita myyvien yritysten välistä yhteistyötä lisätään, jotta alueelle saataisiin entistäkin tehokkaampia myyntialustoja, joiden kautta matkailijat löytävät alueen houkuttelevia tuotteita ja palveluita. Kanavat ja toimenpiteet valitaan yhdessä kumppaniyritysten kanssa markkinointisuunnitelmien mukaan. Visit Kemiönsaari sitoutuu tekemään pitkäjänteistä kehittämissyötä myyntikanavien ja tuotteistamisen edistämiseksi.

Markkinointia tehostetaan myös kehittämällä niche-matkailun markkinointia, jonka tueksi tarvitaan parempaa ymmärrystä kohderyhmätavoittavista kanavista, sekä kohderyhmien ostokäyttäytymisen ymmärrystä. Kartoitetaan yritysten kiinnostusta MICE-matkailun (Meeting, Incentive Travel, Conferences and Exhibitions) kehittämisestä, ja innostetaan paikalliset kokous-, konferenssi-, tyky- ja etätyöpalveluita tarjoavat yritykset mukaan Visit Kemiönsaaren kumppanisivustolle. MICE-matkailu tukee myös ympärivuotista matkailua, yritysmatkojen kysynnän sijoittuessa useimmiten huippusesongin ulkopuolelle.

5.4.3 Vaikuttaja- ja suosittelumarkkinointi

Kemiönsaaren kunta pyrkii hankerahoituksen ja hankkeiden avulla kouluttamaan ja innostamaan kumppaniyrityksiä käyttämään digitaalisia suora-, jälleenmyynti- ja suosittelukanavia. Alueen yrityksiä ja palveluntarjoajia innostetaan mukaan eri suosittelumarkkinointikanaville, kuten TripAdvisor, Airbnb ja Vrbo-aluustoille. Matkailijat hakevat entistä enemmän tietoa ennen matkaa, ja haluavat lukea ja

kuulla aitoja matkailukokemuksia matkakohteista. Tripadvisorin teettämän tutkimuksen mukaan 74% matkailijoista käyttää TripAdvisor-suosittelevan ennen matkan varaamista.

Vaikuttajamarkkinointi (eng. influencer marketing) on kohderyhmälle suunnattua viestintää/ mainontaa, jota toteutetaan tuotteelle/ palvelulle sopivan henkilöbrändin/ vaikuttajan kautta. Vaikuttajamarkkinoinnin tehokkuudesta on tehty kattavasti eri tutkimuksia, jotka puoltavat sen hyödyntämiseen. Yhdysvaltalaisen Mediakixin teettämän tutkimuksen mukaan kahdeksan kuluttajaa kymmenestä ostaa vaikuttajan suositteleman tuotteen verkkokaupasta. Toisen tutkimuksen mukaan jopa 87% kuluttajista ostavat tuotteen vaikuttajan inspiroimana.

Ping Helsinki Oy toteutti yhteistyössä Helsingin Yliopiston kanssa tutkimuksen somevaikuttajien yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta 2021. Tutkimuksesta käy ilmi muun muassa sosiaalisen median kärkikanavat, joita ovat 1. Youtube 2. Facebook 3. Instagram ja 4. Blogit. Nämä kanavat tavoittavat eniten käyttäjiä tutkimuksen kaikista ikäryhmistä 15-65v. Snapchat ja TikTok-kanavilla tavoittaa parhaiten 15-24 vuotaita. Seuratuimmat aiheet olivat naisten keskuudessa arkielämä- ja lifestyle, joka sijoittui viidennelle sijalle miesten keskuudessa. Matkustaminen nousi sijalle yhdeksän naisten seuratuimmista aiheista, kun taas miesten keskuudessa matkustaminen ei yltänyt aiheiden kärkikymmeneen. Molempien sukupuolien kärkiaiheista löytyi myös ruoka ja ravintolat. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan olettaa, että hyvin suunniteltua, kohdistettua ja laadukasta vaikuttajamarkkinointia voidaan hyödyntää hyvin myös kunnan matkailu- ja asukasmarkkinoinnissa.

5.4.4 Asukasmarkkinointi

Kemiönsaaren kunta kehittää monipaikkaisuutta ja panostaa asukasmarkkinointiin, jonka avulla kuntaan houkutellessa uusia asukkaita ja vapaa-ajan asukkaita. Kilpailu kasvaa jatkuvasti, kun maaseutumaiset kunnat kilpailevat asukkaista. Asukasmarkkinointia tehdään myös osittain yhdessä matkailumarkkinoinnin kanssa, jotka tukevat toisiaan. Asukasmarkkinoinnin kohderyhmät ja asiakasprofiilit on määritelty tarkemmin liitteessä I.

Tekijät, jotka vaikuttavat eniten Kemiönsaaren valitsemiseen

- Luonto ja saariston läheisyys
- Rauhallisempi elämäntahti
- Edullinen asuminen
- Turvallisuus

Lähde: Kemiönsaaren muuttajakysely 2016-2021

5.5 Matkailun asemaa vahvistetaan politiikassa

Matkailuala kuuluu maailman suurimpiin ja nopeimmin kasvaviin elinkeinoihin, joka luo työpaikkoja, ja jolla on suuri vaikutus yhteiskuntakehitykseen. Kemiönsaaren matkailu on kasvanut merkittävästi

viimeisen vuosikymmenen aikana. Matkailun kasvu, sen kerrannaisvaikutus muihin aloihin ja sen luomat työpaikat sekä alan tulevaisuuden potentiaali tulee huomioida paikallisessa elinkeinopolitiikassa ja kunnan päätöksenteossa.

Kemiönsaaren matkailua tulee kehittää vastuullisesti, jotta matkailu kasvaa kestävästi ja ympäristöä ja sen asukkaita kunnioittaen. Näin pidetään yhdessä huolta siitä, että Kemiönsaari on jatkossakin vetovoimainen paikkakunta niin matkailijoille kuin sen asukkaillekin. Matkailuelinkeinon pitkäjänteinen ympärivuotinen kehittäminen vahvistaa paikallista elinvoimaa ja hyvinvointia.

6 Indikaattorit ja mittarit

Indikaattoreilla ja tulostittareilla seurataan strategisten tavoitteiden toteutumista, sekä Kemiönsaaren ja Varsinais-Suomen matkailun tilaa ja kehittymistä. Tuloksellisuus- ja tehokkuusmittareilla seurataan Visit Kemiönsaaren operatiivisia toimenpiteitä ja tavoitteita.

Toiminta	Mittari	Tavoite	Seuranta
Ulkoinen viestintä ja markkinointi	<ul style="list-style-type: none"> - Viestintäkampanjat - Info- ja tilaisuudet - Messuosall./-yhteistyö - Julkaisut - Mediaosumat / mainokset 	<ul style="list-style-type: none"> - 3kpl / v - 2kpl / v - 1-2kpl / v - 1kpl / v - 10kpl / v 	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanjoiden raportointi - Ohjelmat ja osallistujat - Kuvaukset yhteistyöstä - Painos / jakelu / palaute - Raportointi
Veto- ja pitovoiman vahvistaminen	<ul style="list-style-type: none"> - Nettomuutto - Kesäasukkaat - Myönnetty rakennusluvut - Asukkaiden/ matkailijoiden tyytyväisyys 	<ul style="list-style-type: none"> - Positiivinen - Positiivinen - Kasvu - Positiivinen 	<ul style="list-style-type: none"> - Vuosittaiset tilastot - Selvitettävä! - Selvitettävä! - Kysely / palaute
Monipaikkaisuuden kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> - Tilaisuudet - Vap.as. viipymät - Vaikuttavuus - Sesongin pidentäminen 	<ul style="list-style-type: none"> - 1kpl / v - Kasvu 	<ul style="list-style-type: none"> - Ohjelmat ja osallistujat - Sähköyhtiön data - Hankkeiden raportointi - Kysely / palaute
Ympärivuotisuuden kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> - Tilaisuudet - Kävijämäärät syys, talvi, kevät - Koulutukset - Elämykset / tuotteet 	<ul style="list-style-type: none"> - 2kpl / v - Kasvu - 2kpl / v - 10kpl 	<ul style="list-style-type: none"> - Ohjelmat ja osallistujat - Lipunmyynti / mobiilidata - Ohjelmat ja osallistujat - Raportointi / y-tunnus
Kestävän matkailun kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> - STF-sertifikaatit - Matkustajamäärät / julk. liikenne - Kunnan sisäinen liik. / digit. ost. - Inklusiiviset palvelut - Tilaisuudet / tapahtumat - Koulutukset 	<ul style="list-style-type: none"> - 2kpl / v - Kasvu - Kasvu - 10kpl - 2kpl / v 	<ul style="list-style-type: none"> - Raportointi / y-tunnus - Raportointi / tilasto - Matkahuolto reittipalvelu - Raportointi / y-tunnus - Ohjelmat ja osallistujat - Ohjelmat ja osallistujat
Matkailun aseman vahvistaminen politiikassa	<ul style="list-style-type: none"> - Infotilaisuudet/iltakoulut - Round table keskustelut 	<ul style="list-style-type: none"> - 2kpl / v - 1kpl / v 	<ul style="list-style-type: none"> - Ohjelmat ja osallistujat - Raportointi / kuvaukset
Matkailuelinkeinon kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> - Matkailutulo - Yöpymiset - Viipymä 	<ul style="list-style-type: none"> - Kasvu - Kasvu - Kasvu 	<ul style="list-style-type: none"> - Visitory/Rudolf tilasto - Visitory/Rudolf tilasto - Visitory/Rudolf tilasto
Visit Kemiönsaaren tuloksellisuus ja tehokkuus	<ul style="list-style-type: none"> - Kumppaniyritysten aktiivisuus - Kampanjoiden vaikuttavuus - SoMe-seuraajat (fb ig) - Matkailusivuston kävijämäärät - Yritystapaamiset - Uutiskirjeet 	<ul style="list-style-type: none"> - Kasvu - - 20% kasvu / v - Kasvu - 10kpl / v - 12kpl / v 	<ul style="list-style-type: none"> - Visit kumppanien määrä - Kampanjoiden raportointi - Seuraajat / vaikuttavuus - Raportointi / analytiikka - Raportointi / kuvaukset
Digitaalisuuden kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> - Verkkokaupat / alustayhteistyö - Digitaalinen ostettavuus - Tilaisuudet / koulutukset 	<ul style="list-style-type: none"> - 20kpl - Kasvu - 3kpl / v 	<ul style="list-style-type: none"> - Raportointi / y-tunnus - Raportointi / y-tunnus - Ohjelmat ja osallistujat
Matkailun elämyspotentiaalin lisääminen; ruoka-, kulttuuri-, luonto- ja työmatkailu	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking matkat - Matchmaking tilaisuudet - Ruokamatkailuverkosto - MICE-matkailu/ round table + sivu 	<ul style="list-style-type: none"> - 1kpl / v - 1kpl / v - 1kpl - 1kpl 	<ul style="list-style-type: none"> - Ohjelmat ja osallistujat - Ohjelmat ja osallistujat - Kuvaukset verkostosta - Raportointi /kuvaukset

6.1. Vuosittainen toimenpidesuunnitelma

Vuosittainen toimenpidesuunnitelma helpottaa Visit Kemiönsaaren, sen kumppaniyritysten ja kunnan elinkeinopolitiikan yhteistyötä. Toimenpidesuunnitelma toimii myös tärkeänä työkaluna matkailuelinkeinon aktiviteettien ja kehitystoimien konkretisoinnissa. Toimenpidesuunnitelman pohjana toimii Indikaattori ja tulostittareille asetettu matriisi, jossa toiminta, mittarit, tavoitteet ja seuranta on määritelty vuositason tai ohjelmakaudelle.

Matriisiin lisäksi toimenpidesuunnitelma pitää sisällään:

1. Markkinointisuunnitelma

- Budjetti
- Markkinointikanavat ja kohderyhmät
- Kampanjat
- Markkinoinnin ja sosiaalisen median vuosikello
- Messut ja muut tapahtumat
- Kemiönsaaren matkailuopas ja/tai -kartta

2. Matkailuelinkeinon ajankohtaiset hankesuunnitelmat, hankkeiden tavoitteet ja hankkeiden vaikuttavuus

Hankkeiden omien tavoitteiden ja indikaattorien avulla seurataan hankkeiden vaikuttavuutta ja varmistetaan strategisten tavoitteiden toteutuminen. Hankkeiden toiminnan ja tavoitteiden tulee tukea ohjelmassa asetettuja tavoitteita.

7 Lähteet

Painetut lähteet:

Konu, Henna; Pesonen, Juho; Reijonen, Helen. Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino, 2020.

Sähköiset lähteet:

Visit Tampere 2019: Kestävin askelin – Tampereen seudun matkailustrategia 2020-2025. <https://businessstampere.com/fi/tampereen-kaupunkiseudun-matkailustrategia/tulevaisuuden-muutosvoimat/>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2019: Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista. URN-osoite: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-430-3>

Kumpulainen, Kati; Pakarinen, Katariina 2019: PALMA, Käyttäjälähtöisten matkailu-palvelujen kehittämisen opas. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/262144/LAMK_2019_54.pdf?sequence=2&isAllowed=y

MediaKix2020: Influencer Marketing Statistics Every Marketer Needs To Know. <https://mediakix.com/influencer-marketing-resources/influencer-marketing-statistics/#effectiveness>

Voutilainen, Olli; Korhonen, Kirsi; Ovaska, Ulla; Vihinen, Hilikka 2021: Mökkibarometri 2021. URN-osoite: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-380-237-7>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakennukset ja kesämökit [verkkójulkaisu]. ISSN=1798-677X. 2020, Kesämökit 2020. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 8.4.2022]. Saantitapa: http://www.stat.fi/til/rakke/2020/rakke_2020_2021-05-27_kat_001_fi.html

UNWTO 2022: Tourism Grows 4% in 2021 but Remains Far Below Pre-Pandemic Levels. <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>

UNWTO 2022: Tourism Enjoys Strong Start to 2022 while Facing New Uncertainties. <https://www.unwto.org/news/tourism-enjoys-strong-start-to-2022-while-facing-new-uncertainties>

European Travel Commission 2022: EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS (Q4/2021) 2. https://etc-corporate.org/uploads/2022/02/Quarterly-Report-Q4-2021_Public-1.pdf

Haastattelut:

Kemiönsaaren kunnan matkailuelinkeinon työpaja 6.4.2022, Kasnäs.

8 Liitteet

Liite 1. Visitory tilastot tammi-joulukuu 2021

Liite 2. Matkailu- ja asukasmarkkinoinnin asiakassegmentit

Liite 3. Somevaikuttajien yhteiskunnallinen vaikuttavuus 2021: Koeasetelmatutkimus