

## Tahtoa ja tekemistä! Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia 2025



09/2016

# Tapahtuma – ja matkailustrategian sisältö

## 1. Tahto

- Yhteinen tahtotila
- Vahvat valinnat

## 2. Tekeminen

- Kehittämisen mallit
- Toimenpidekokonaisuudet

## 3. Tavoitteet ja mittaaminen

## 4. Vaiheistus ja aikataulu

# I. Tahto



# PÄIJÄT-HÄMEEN MATKAILU- JA TAPAHTUMASTRATEGIA

## PÄIJÄT-HÄME 2025

Päijät-Häme on uudistuva ja kansainvälisesti kilpailukykyinen matkailun ja tapahtumien osaaja.

Meillä palvelu pelaa! Alueen yrittäjät, yhteisöt ja asukkaat osallistuvat yhdessä asiakkaan kokonaiselämyksen rakentamiseen.

Matkailu- ja tapahtuma-ala on seudulle tärkeä talouden ja kasvun veturi, joka tuottaa kestävästä hyvinvointia asukkailleen.

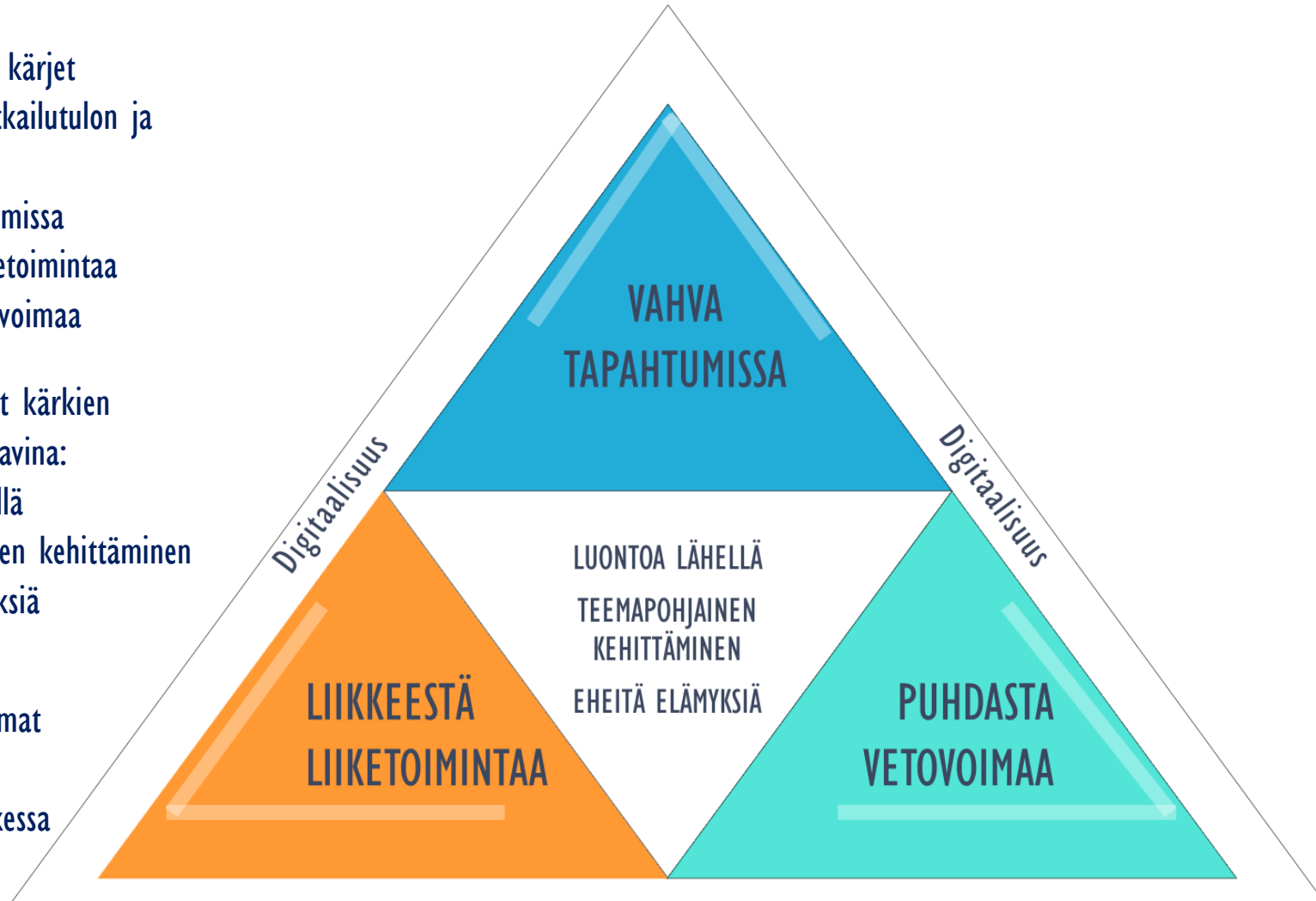
Terävät strategiset kärjet  
= suurimmat matkailutulon ja  
työllisyyden tuojat

- Vahva tapahtumissa
- Liikkeestä liiketoimintaa
- Puhdasta vetovoimaa

Yhdistävät tukipuut kärkien  
keskellä läpileikkaavina:

- Luontoa lähellä
- Teemapohjainen kehittäminen
- Eheitä elämyksiä

Digitalisaation tuomat  
mahdollisuudet  
hyödynnetään kaikessa  
tekemisessä

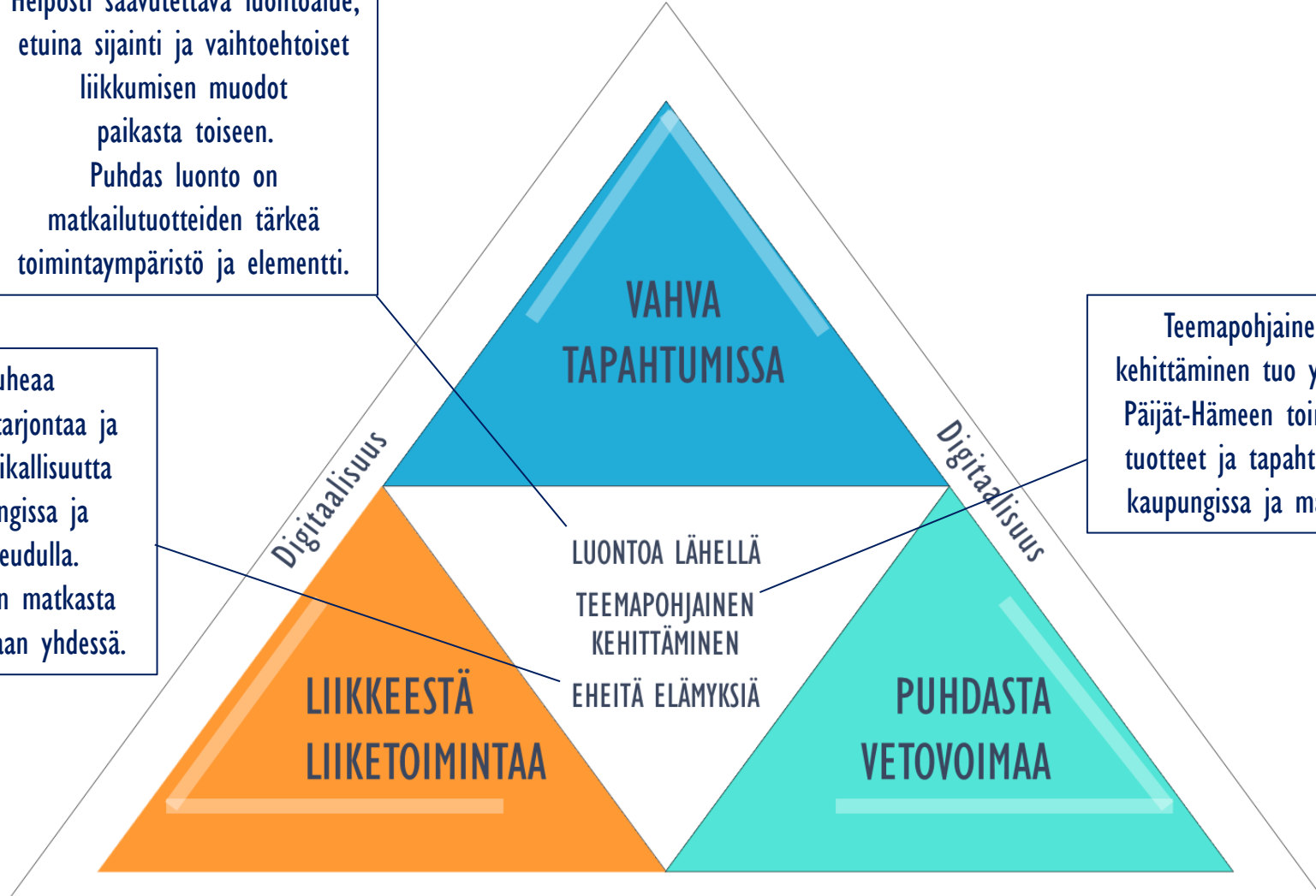


# YHDISTÄVÄT TEKIJÄT

Helposti saavutettava luontoalue, etuina sijainti ja vaihtoehtoiset liikkumisen muodot paikasta toiseen. Puhdas luonto on matkailutuotteiden tärkeä toimintaympäristö ja elementti.

Rouheaa kulttuuritarjontaa ja aitoa paikallisuutta kaupungissa ja maaseudulla. Asiakkaan matkasta huolehditaan yhdessä.

Teemapohjainen kehittäminen tuo yhteen Päijät-Hämeen toimijat, tuotteet ja tapahtumat kaupungissa ja maalla.



# ASIAKSLUPAUKSET

## SUOMEN KIINNOSTAVIN JA TUNNETUIN TAPAHTUMA-ALUE

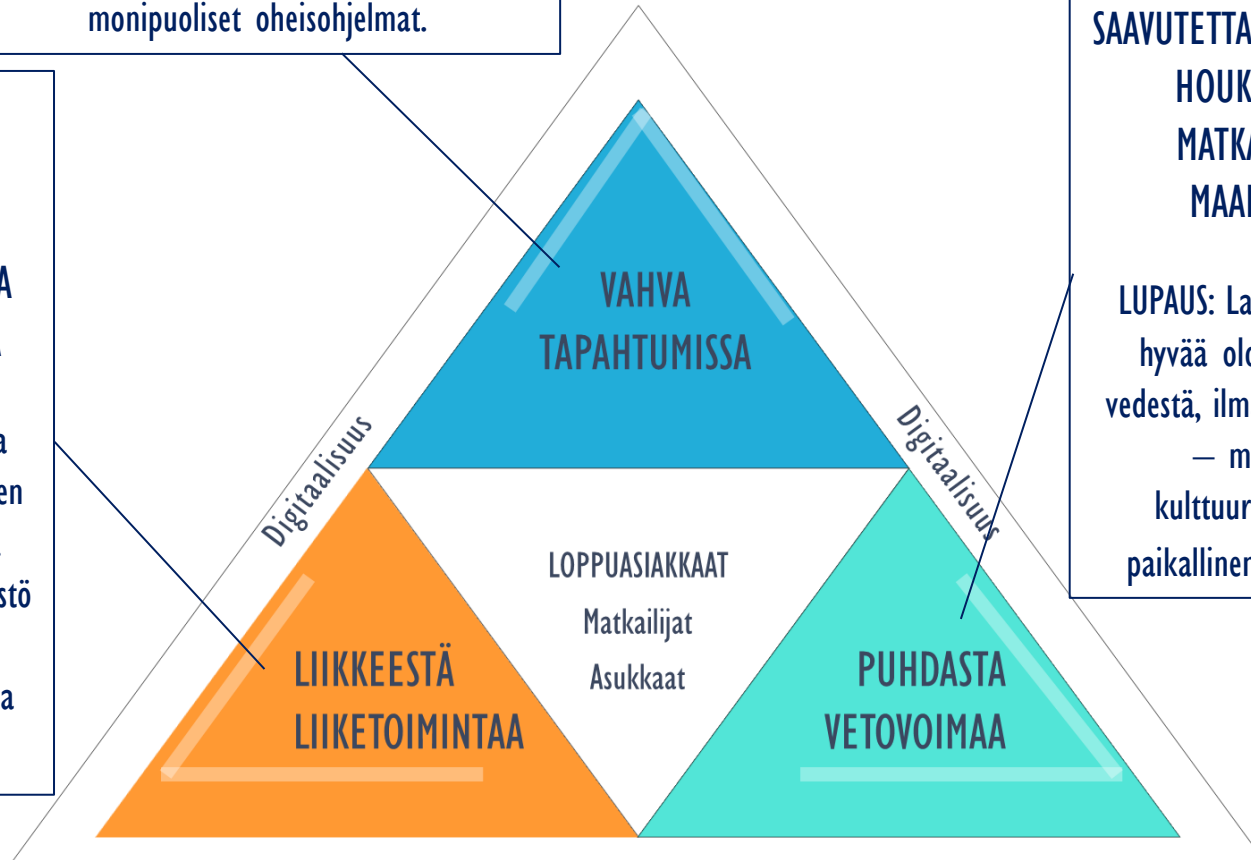
LUPAUS: Lahden seutu tarjoaa suurille ja pienille tapahtumille toimivat puitteet, ammattitaitoisen järjestelyavun ja monipuoliset oheishjelmat.

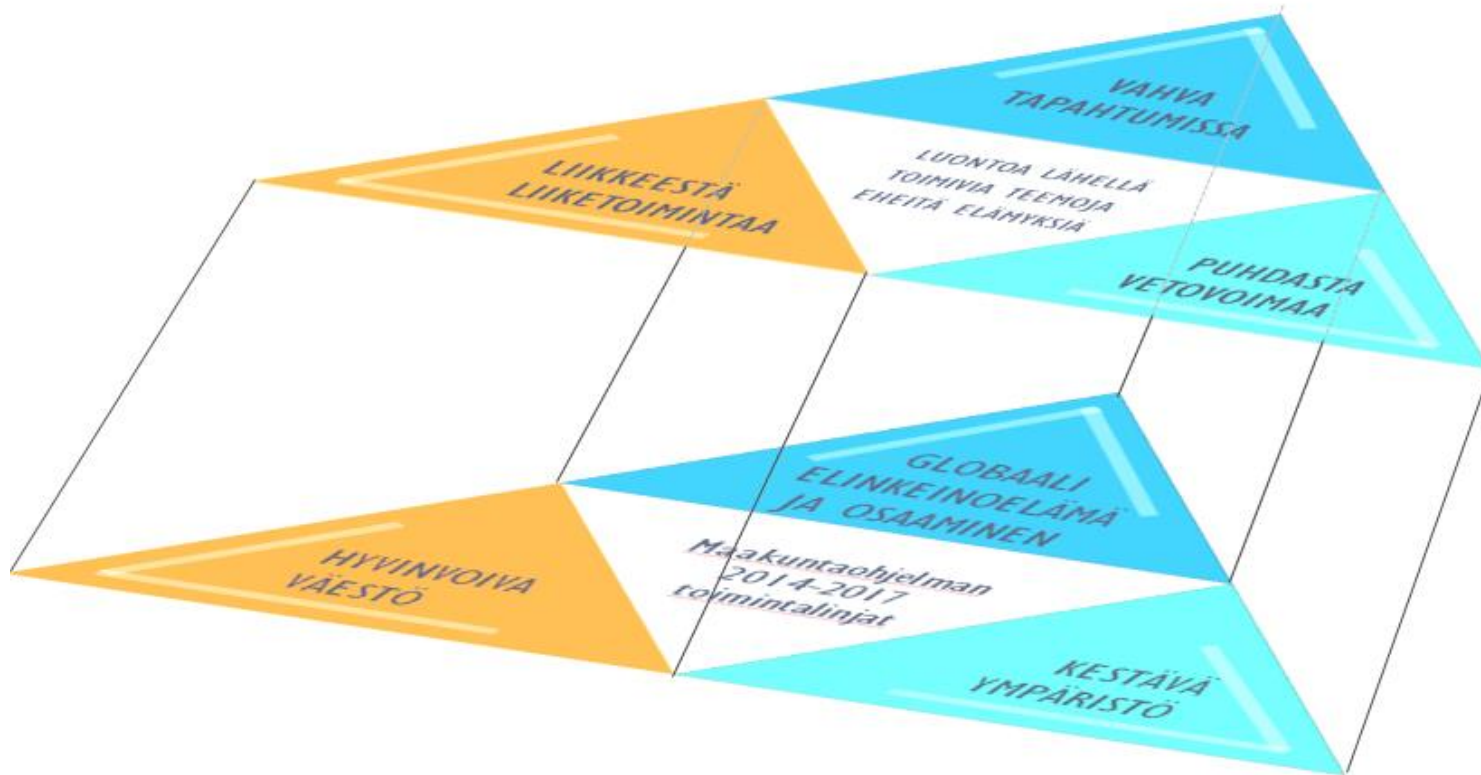
## HUIPPUOSAAJA JA MAAILMAN JOHTAVA LIIKETOIMINTAEKO-SYSTEEMI LIIKUNTA- JA URHEILUMATKAILUSSA

LUPAUS: Lahden seudulla mielenkiintoinen tekeminen yhdistyy huipputreeniin. Treenausta tukeva ympäristö mahdollistaa paremmat tulokset ammattilaisille ja muille liikkujille.

## POHJOIS-EUROOPAN SAAVUTETTAVIN JÄRVIALUE HOUKUTTELEE MATKAILIJOITA MAAILMALTA

LUPAUS: Lahden seudulta hyvää oloa puhtaasta vedestä, ilmasta ja ruuasta – mausteina kulttuuritarjonta ja paikallinen elämäntyyli.

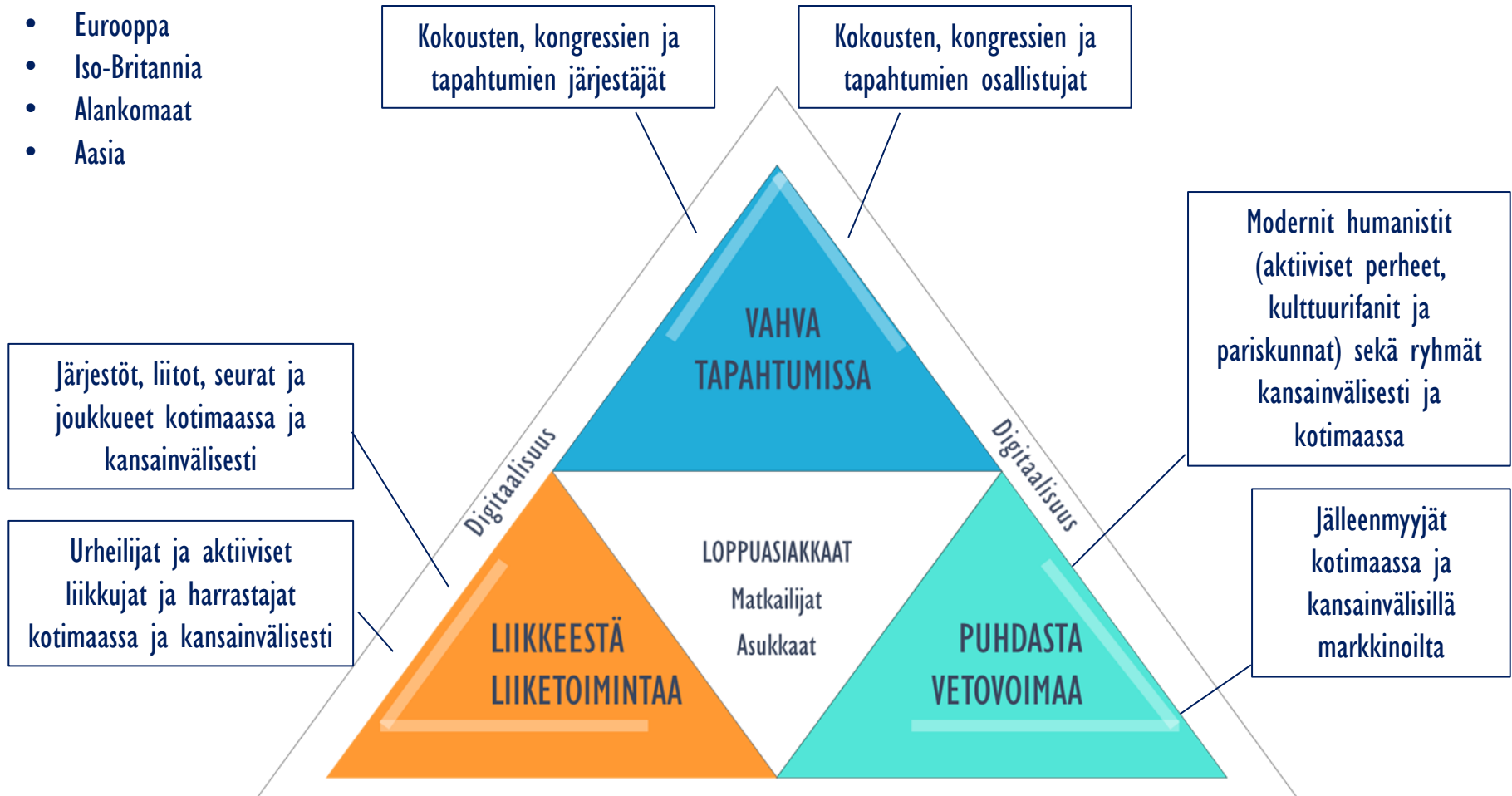






Kansainväliset markkina-alueet olemassa olevan kansainvälistymisen yleissuunnitelman mukaan:

- Venäjä
- Saksankielinen
- Eurooppa
- Iso-Britannia
- Alankomaat
- Aasia



## 2. Tekeminen

Tukee tukee vision toteutumista ja strategisia kärkiä.  
Kehittämistyössä ylitetään toimialarajat ja kokeillaan rohkeasti uutta.



# YHTEISET KEHITTÄMISEN MALLIT – kokeiluja mahdollistava toiminta

## VAHVA TAPAHTUMISSA

- Tapahtumamaakunta -mielikuvan vahvistaminen kansainvälisesti ja kansallisesti markkinoinnin keinoin
- Tapahtumien aktiivisen haun vahvistaminen organisoimalla ja kehittämällä myyntiä
- Tapahtumatoiminnan ja matkailun välisen synergian täysimääräinen hyödyntäminen vahvistamalla ja kehittämällä toimintamalleja ja ekosysteemejä
- Tapahtumien, kokousten ja kongressien fasiliteettien kehittäminen

## LIIKKEESTÄ LIIKETOIMINTAA

- Liiketoiminnan kasvun edistäminen
- Innovaatioiden kehittäminen
- Kohdennettu, tehokas markkinointi ja myynti

## PUHDASTA VETOVOIMAA

- Päijänne-verkoston/ekosysteemin/tuottajaringin rakentaminen
- Uusia yrittäjiä ja yrityskehitystä
- Tuotekehitys
- Markkinointi ja myynti kansallisesti ja kansainvälisesti
- Päijänne-brändin kehittäminen

## Yleinen kehittäminen

### TOIMINTA-YMPÄRISTÖ

- Fyysinen saavutettavuus
- Digitaalinen saavutettavuus
- Infrastruktuuri ja kapasiteetti
- Kestävä kehitys

### OSAAMINEN JA ASENNEN

- Palvelumuotoilu ja asiakaslähtöiset palveluketjut
- Tuotteiden ja palvelujen laadun kehittäminen
- Yhteistyö oppilaitosten ja elinkeinon välillä

### MYynti

- Digitaalisuuden hyödyntäminen
- Aktiivinen myyntityö
- Osaaminen ja asenne

### MARKKINOINTI

- Digitaalisuuden hyödyntäminen
- Asiakaslähtöisyys
- Brändien vahvistaminen
- Lahden seudun lähettiläsohjelma
- Osaaminen ja asenne

### YHTEISTYÖ JA EDUNVALVONTA

- Aktiivinen edunvalvontatyö
- Yhteistyö yli toimialarajojen
- Alueellinen yhteistyö

## KAIKILLE YHTEISET KEHITTÄMISEN MALLIT – kokeiluja mahdollistava toiminta

T  
E  
K  
E  
M  
I  
N  
E  
N

	Toimintatapa
Koordinaatiohankkeet	Kärkiteemoille rakennetaan koordinaatiohankkeet, jotka strategiaryhmän ohjauksessa vastaavat ko. kärkiteeman liiketoimintasuunnitelman laadinnasta ja toimenpideohjelman toteutuksesta.
Rohkeus rikkoo rajat	Matkailu- ja tapahtumatoimiala on merkittävä osa liiketoimintaekosysteemejä (Vahva tapahtumissa, Liikkeestä liiketoimintaa, Puhdasta Vetovoimaa) Matkailutoimijoiden lisäksi mukana kehittämisessä ovat maakunnalle ja matkailulle strategisesti tärkeät toimialat sekä matkailusta välillisesti hyötyvät toimialat (mm. ympäristöliiketoiminta, biotalous, vähittäiskauppa). Ekosysteemit eivät tunne aluerajoja. Kehittämisen keskiössä ovat rohkeat uudet innovaatiot, asiakasarvon lisääminen ja digitaalisuuden hyödyntäminen.
Matkailukohteet avataan kokeiluille	Matkailukohteissa sekä niiden ympäristöissä testataan ja pilotoidaan uutta liiketoimintaa ja mm. teknologisten ratkaisujen hyödyntämistä.  Kohteiden ympärille syntyy eri toimialojen ja vahvojen brändien strategisia kumppanuuksia. Kärkiyritykset ovat liikkeelle paneva voima.
Kehittämistä tuetaan pitkäjänteisesti	Uskallus kokeilla ja kehittää on kasvun edellytys. Rahoitukseen etsitään pysyvämpiä lähteitä ja pitkäaikaisempaa sitoutumista kunnilta ja yrityksiltä. Kehitetään ja kokeillaan myös uusia, innovatiivisia rahoitus- ja hankintamalleja.

# TOIMENPIDEKOKONAISUUS: VAHVA TAPAHTUMISSA

Kehitettävä asia	Toimenpideohjelma	Liikkeellepanija
Tapahtuma-alue –mielikuvan vahvistaminen kansainvälisesti ja kansallisesti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yhteinen brändityö ja aktiivinen markkinointiviestintä brändi-identiteetin pohjalta</li> <li>2. Markkinoidaan tapahtumia myös alueellisesti. Tapahtumat ja niiden teemat näkyvät yrityksissä ja kunnissa.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahti Region Oy</li> <li>2. Tapahtumajärjestäjät</li> </ol>
Tapahtumien aktiivisen haun vahvistaminen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Luodaan toimintamalli, jolla haetaan aktiivisesti suuria, imagollisesti merkittäviä tapahtumia. Tapahtumat synnyttävät huomattavaa kansallista ja kansainvälistä mielenkiintoa ja vaikuttavat positiivisesti aluetalouteen ja vetovoimaan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahti Region Oy</li> </ol>
Tapahtumatoiminnan ja matkailun synergian täysimääräinen hyödyntäminen kehittämällä ekosysteemejä ja toimintamalleja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koordinaatiohankkeen käynnistäminen</li> <li>2. Varmistetaan tapahtumien edistämisen ja markkinoinnin resurssit sekä puretaan mahdolliset päällekkäiset organisaatorakenteet</li> <li>3. Tapahtumatoimintaan liittyviä lupamenettelyjä sujuvoitetaan ja byrokratiaa puretaan. Yhden luukun palvelumalli ja -prosessi tapahtumajärjestäjälle.</li> <li>4. Kehitetään tapahtumatuotannon toimintamallia, siten että tapahtumia syntyy tasaisesti eri puolille maakuntaa ympäri vuoden</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategiaryhmä</li> <li>2. Lahti Region Oy</li> <li>3. Kaupungit ja kunnat</li> <li>4. Lahti Region Oy</li> </ol>
Tapahtuminen, kokousten ja kongressien fasiliteettien kehittäminen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Varmistetaan, että tapahtuma-, kokous- ja kongressimatkailun fasiliteetit ovat laadullisesti kunnossa ja määrällisesti riittävät mahdollistaen kasvun (messu- ym. isot tapahtumatilat, kokous- ja kongressitilat ja riittävä majoituskapasiteetti)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yritykset, kaupungit ja kunnat</li> </ol>

# TOIMENPIDEKOKONAISUUS: LIIKKEESTÄ LIIKETOIMINTAA

Kehitettävä asia	Toimenpideohjelma	Liikkeellepanija
Liiketoiminnan kasvun edistäminen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koordinaatiohankkeen käynnistäminen</li> <li>2. Liikuntapalveluiden ja matkailun synergian täysimääräinen hyödyntäminen rakentamalla ekosysteemejä ja edistämällä arvoketjuja ja verkostoja yli toimialarajojen</li> <li>3. Kansallinen ja kansainvälinen verkostoituminen, jonka avulla rakennetaan maailman johtava liiketoimintaekosysteemi liikunta- ja urheilumatkailussa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategiaryhmä</li> <li>2. Lahti Region Oy</li> <li>3. Urheiluopistot</li> </ol>
Innovaatioiden kehittäminen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Edistetään innovaatiotoimintaa, jotta syntyy uusia kysyntälähtöisiä tuote-, palvelu- ja teknologiainnovaatioita, sekä start-up yrityksiä. Uudet kaupalliset innovaatiot lisäävät vaikuttavuutta.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elinkeinotoimi</li> </ol>
Kohdennettu, tehokas markkinointi ja myynti	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Määritellään asiakkuudet: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loppuasiakkaat: harrastajat, yritykset, seurat ja järjestöt jne.</li> <li>• Yritykset: palvelujen tuottajat, tuotevalmistajat ja –testaajat, lajiliitot, valmennus- ja koulutusorganisaatiot</li> </ul> </li> <li>2. Laaditaan markkinointisuunnitelma, jonka avulla ekosysteemin palveluita markkinoidaan tunnistetuille asiakkaille kotimaassa ja kansainvälisesti.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahti Region Oy</li> <li>2. Lahti Region Oy</li> </ol>

# TOIMENPIDEKOKONAISUUS: PUHDASTA VETOVOIMAA

Kehitettävä asia	Toimenpideohjelma	Liikkeellepanija
Päijänne verkoston/ekosysteemin rakentaminen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koordinaatiohankkeen käynnistäminen</li> <li>2. Alueen sisäinen verkostoituminen Päijänne-brändin ympärille</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahti Region Oy</li> <li>2. Ekosysteemin toimijat</li> </ol>
Uusia yrittäjiä ja yrityskehitystä	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Käynnistetään yritysmarkkinointi, jonka avulla alueelle saadaan uusia yrityksiä tuottamaan Päijänne-brändiin liittyviä matkailutuotteita.</li> <li>2. Olemassa olevien yritysten liiketoimintaedellytyksiä kehitetään koulutuksen, toimintaympäristön kehittämisen sekä investointien keinoin.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elinkeinojen kehittäjät</li> <li>2. Elinkeinojen kehittäjät</li> </ol>
Tuotekehitys	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehitetään uusia vetovoimaisia ja kysyntälähtöisiä matkailutuotteita vuoden eri ajoille. Hyödynnetään ja sovelletaan VisitFinlandin tuotekehitystoiminnan painopistealueita sekä strategisia ohjelmia.</li> <li>2. Varmistetaan tuotekehitystyön linkitys myyntiin ja markkinointiin.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahti Region Oy</li> <li>2. Lahti Region Oy</li> </ol>
Markkinointi ja myynti kansallisesti ja kansainvälisesti.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Markkinointiviestinnän suunnittelu brändi-identiteetin pohjalta. Suunnitellut viestit, tuote- ja palvelukokemukset ja suunnittelemattomat viestit (esim. SOME)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahti Region Oy</li> </ol>
Päijänne-brändin kehittäminen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Käynnistetään brändityö, jonka tavoitteena on määrittellä Päijänne-brändi. Brändi-työ sisältää osallisten sitouttamisen sekä brändi-identiteetin, yhteistyömallin, sisäisen viestinnän ja toimintamallin määrittämisen.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lahti Region Oy</li> </ol>

# YLEINEN KEHITTÄMINEN

Kehitettävä asia

Mitä tavoitellaan/tehdään

Liikkeellepanija

## I. Toimintaympäristö

Fyysinen ja digitaalinen saavutettavuus

1. Parannetaan alueen ulkoista saavutettavuutta varmistamalla asiakkaan katkeamaton matkaketju (fyysinen ja digitaalinen): helppo löytää, tulla, ja palata.
2. Kehitetään alueen sisäisiä matkaketjuja, jotta eri kohteet alueen sisällä ovat helposti saavutettavissa myös yksilömatkailijan näkökulmasta (julkinen liikenne, liikkumispalvelut, älyliikenne jne.).
3. Kehitetään sujuvat yhteydet kaupunki- ja kuntakeskusten ja muiden matkailukohteiden välillä.

1. Lahti Region
2. Kaupungit ja kunnat, liikenteen palveluntarjoajat
3. Kaupungit ja kunnat, liikenteen palveluntarjoajat

Infrastruktuuri ja kapasiteetti

1. Kehitetään olemassa olevaa kapasiteettia vastaamaan kohonneisiin asiakasvaatimuksiin esim. majoitussektorilla
2. Edistetään uusinvestointeja kapasiteettiin, jolloin voi voidaan varautua kasvavaan kysyntään.

1. Yritykset
2. Lahti Region Oy, kunnat ja rahoittajat

Kestävä kehitys

1. Toimintaympäristöä kehitetään kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti.
2. Panostetaan ympäristön viihtyisyyteen ja turvallisuuteen (kunnat: yleiset alueet, yritykset: oma ympäristö)

- 1.-2. Kunnat ja yritykset



# YLEINEN KEHITTÄMINEN

Kehitettävä asia

Mitä tavoitellaan/tehdään

Liikkeenpanija

## 2. Osaaminen ja asenne

Palvelumuotoilu ja asiakaslähtöiset palveluketjut

1. Kaikessa kehittämisessä huomioidaan asiakastarpeet ja hyödynnetään palvelumuotoilun menetelmät
  - Mahdollisuuksien mukaan asiakkaat osallistetaan kehittämistoimintaan jo varhaisessa vaiheessa. Kehittämisessä huomioidaan asiakaspalautte.
  - Ennakoidaan kysynnän ja trendien merkitys tulevaisuuden tuotteille
  - Palvelujen kehityksessä huomioidaan sekä matkanjärjestäjien että kasvavan yksilömatkailun tarpeet.
  - Tuotekehityshankkeissa edellytetään suoraa yhteyttä myyntiin ja markkinointiin.

1. Lahti Region

Laadun kehittäminen

1. Varmistetaan, että jatkossakin Päijät-Hämeestä löytyy oman toimialansa kansallisia ja kansainvälisiä lippulaivoja.
  - Laadun kehittämisohjelmat tai laatujärjestelmät ovat käytössä alueen matkailu- ja tapahtumatoimijoilla.
  - Matkailu- ja tapahtuma-alan toimijaverkoston saumaton palvelun laatu ja palveluasenne on edellytys vahvojen brändien kehittymiselle.

1. Lahti Region

Yhteistyö oppilaitosten ja elinkeinon välillä

1. Tuodaan oppilaitoksissa syntyvä osaaminen matkailuelinkeinon käyttöön, mm. uusien innovaatioiden, tutkimustulosten sekä start up- tai spin off-yritysten muodossa.
2. Kootaan yhteen elinkeinon osaamistarpeet ja varmistetaan, että korkeakoulut ja muut oppilaitokset vastaavat työmarkkinoiden odotuksiin.

1.-2. Kehitysyhtiöt, tutkimus- ja oppilaitokset

## YLEINEN KEHITTÄMINEN

Kehitettävä asia	Mitä tavoitellaan/tehdään	Liikellepanija
3. Myynti		
Digitaalisuus	I. Maakunnan matkailutuotteet ovat varattavissa ja ostettavissa digitaalisissa kanavissa (CityBreak ja johdannaiset).	I. Lahti Region Oy
Aktiivinen myyntityö	I. Matkailun ja tapahtumien myynti on aktiivista, tuotekehitys ja markkinointi linkittyvät suoraan myyntiin.	I. Lahti Region Oy
Osaaminen ja asenne	I. Myynnin osaamista vahvistetaan. Osaamisen painopisteenä digitaalinen myynti	I. Lahti Region Oy

## YLEINEN KEHITTÄMINEN

Kehitettävä asia	Mitä tavoitellaan/tehdään	Liikellepanija
------------------	---------------------------	----------------

### 4. Markkinointi

Digitaalisuus	<ol style="list-style-type: none"> <li>Maakunnan matkailutuotteet ovat helposti asiakkaiden löydettävissä, varattavissa ja ostettavissa digitaalisissa kanavissa. (CityBreak ja johdannaiset).</li> <li>Luodaan menetelmiä ja toimintatapoja olemassa olevien SOME-kanavien hyödyntämiseen matkailumarkkinoinnissa.</li> <li>Luodaan kanta-asiakkuusjärjestelmä, johon kertyvää asiakastietoa hyödynnetään tuotekehityksessä ja markkinoinnissa.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lahti Region Oy</li> <li>Lahti Region Oy</li> <li>Lahti Region Oy</li> </ol>
---------------	---	---

Asiakaslähtöisyys	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kerättyä asiakastietoa hyödynnetään ja sen avulla matkailumarkkinointi kohdennetaan niin, että asiakas saa oikea-aikaista tietoa häntä kiinnostavista kohteista/palveluista.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lahti Region Oy</li> </ol>
-------------------	--	---

Brändien vahvistaminen	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tunnistetaan brändien merkitys ostopäätöksissä ja markkinoinnissa. <ul style="list-style-type: none"> <li>Kehitetään Päijänne-brändiä</li> <li>Luodaan vahvoja brändejä tekemisen kärjissä</li> <li>Hyödynnetään olemassa olevia yritysten tai kohteiden tunnistettuja brändejä</li> <li>Näkyvyyden, tunnettuuden ja vetovoiman kasvattaminen</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lahti Region Oy</li> </ol>
------------------------	---	---

Lahden seudun lähettiläsohjelma	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lahden seudun yritykset ja yhteisöt sitoutuvat viemään viestiä yhteistyökumppaneilleen maailmalla. <ul style="list-style-type: none"> <li>Tuotetaan tukimateriaalia mielikuvamarkkinointiin</li> <li>Sitoutetaan myös "starat" mukaan mielikuvamarkkinointiin: tunnetut artistit, taiteilijat, urheilijat</li> <li>Huomioidaan myös tapahtumakävijät "staroina," joita hyödynnetään seudun matkailumarkkinoinnissa</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lahti Region Oy</li> </ol>
---------------------------------	--	---

Osaaminen ja asenne	<ol style="list-style-type: none"> <li>Markkinoinnin osaamista vahvistetaan. Osaamisen painopisteenä digitaalinen myynti</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lahti Region Oy</li> </ol>
---------------------	---	---

# YLEINEN KEHITTÄMINEN

Kehitettävä asia

Mitä tavoitellaan/tehdään

Liikkeellepanija

## 4. Yhteistyö ja edunvalvonta

Aktiivinen edunvalvontatyö

1. Matkailun ja tapahtumien kehittäminen on kirjattu sekä maakunnalliseen että kuntien elinkeinostrategioihin ja se huomioidaan aidosti myös konkreettisella tasolla
2. Matkailun ja tapahtumien edustus on mukana maakunnallisessa ja kunnallisissa edunvalvonta-, päätös- ja yhteistyöelimissä
3. Säännölliset matkailun tulo- ja työllisyysvaikutusselvitykset matkailun ja tapahtumien merkittävyyden mittaamiseksi

1. Kaupungit, kunnat ja Päijät-Hämeen liitto
2. Kaupungit, kunnat ja Päijät-Hämeen liitto
3. Lahti Region

Yhteistyö yli toimialarajojen

1. Tunnistetaan uudet liiketoimintamahdollisuudet, joita syntyy toimialarajat ylittävällä yhteistyöllä esim. Kilpailukyky- ja elinkeinostrategiassa määriteltyjen ekosysteemien kanssa.

1. Lahti Region, kunnat ja yrittäjäjärjestöt

Alueellinen yhteistyö

1. Selkeytetään matkailun ja tapahtumien edistämisen ja kehittämisen työnjako ja roolit.
2. Edistetään yritysten keskinäistä yhteistyötä

1. Lahti Region
2. Lahti Region, kaupungit, kunnat ja yrittäjäjärjestöt

# 3. Tavoitteet ja mittaaminen

Kunnianhimoiset mutta realistiset tavoitteet  
Systemaattinen, ymmärrettävä ja riittävä mittaaminen

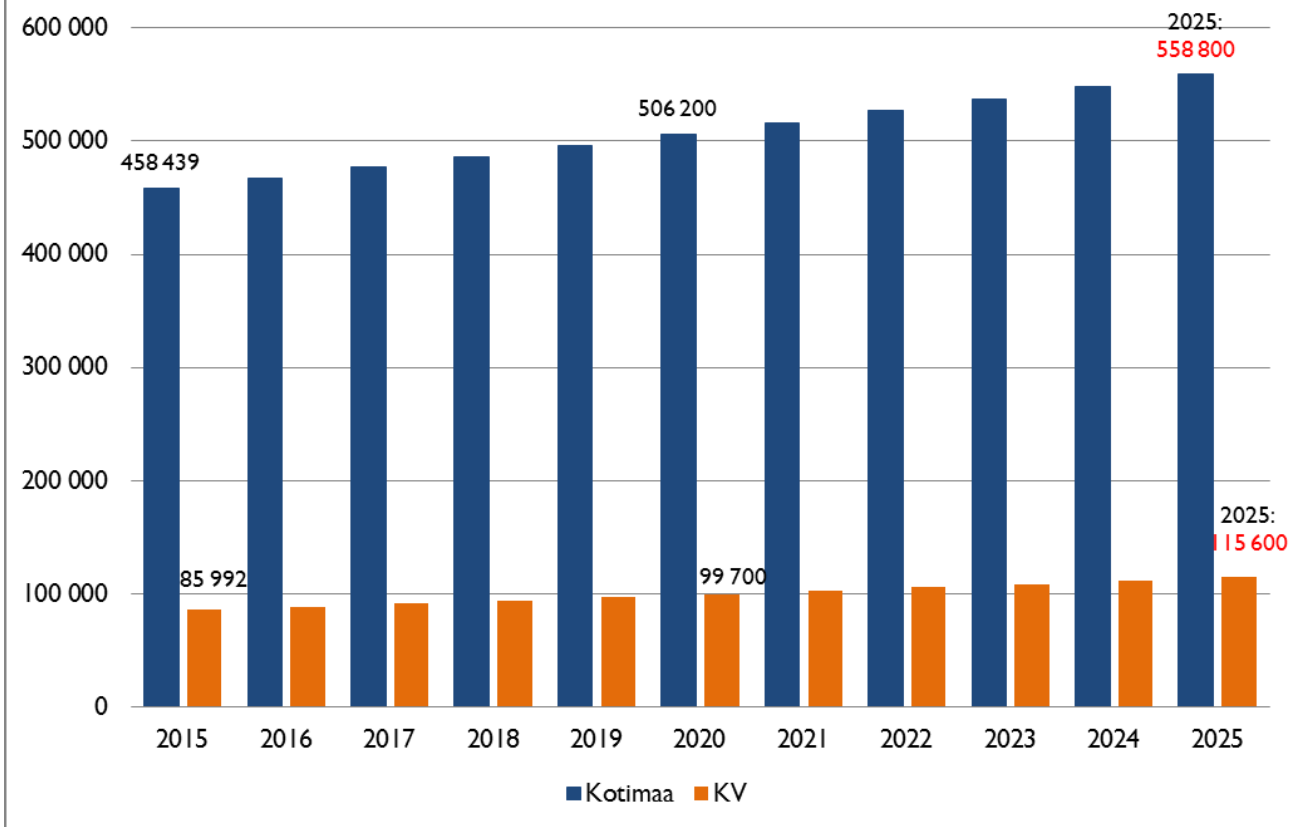


# MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET JA MITTARIT

Tavoite:

Rekisteröidyt yöpymiset kotimaasta + 2% ja ulkomailta +3% vuosittain.

Vuonna 2025 toteutuu 558 800 kotimaista ja 115 600 ulkomaista yöpymistä



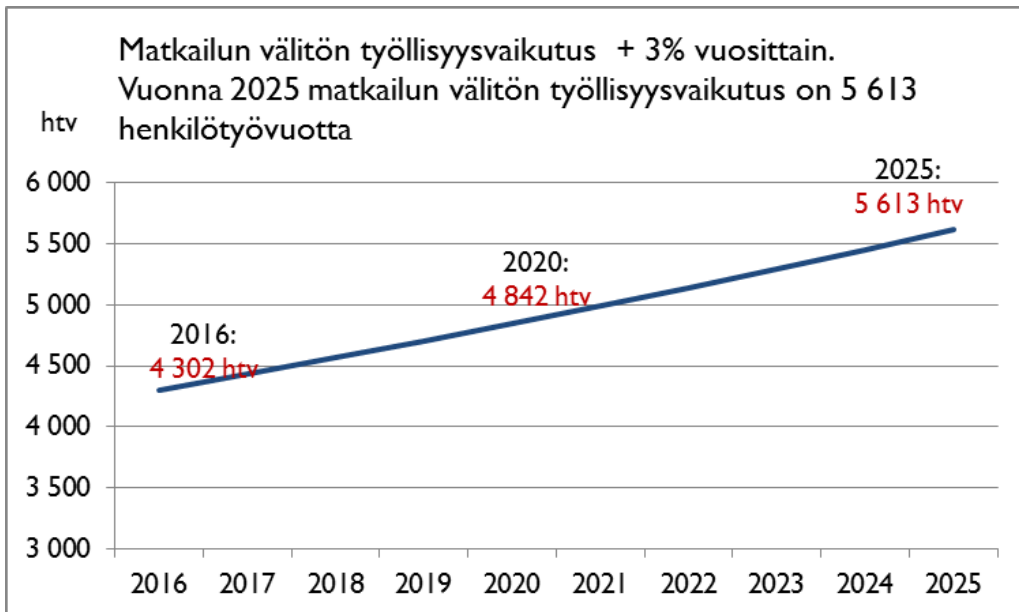
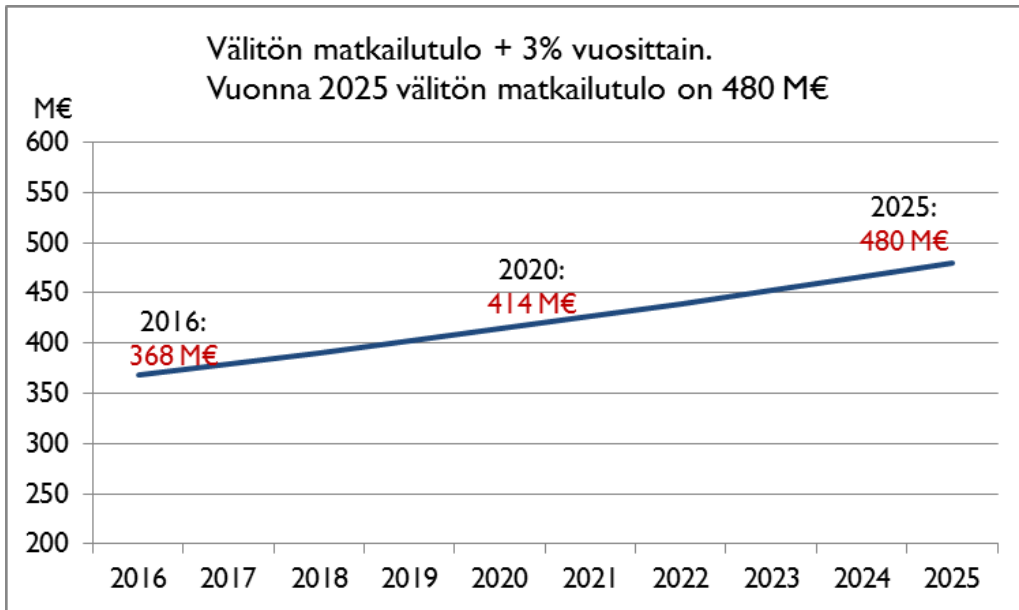
Kotimaisten yöpymisten osalta tavoitellaan suurempaa kasvua kuin aiemmin.

Kansainvälisten yöpymisten osalta tavoitellaan merkittävästi suurempaa kasvua kuin aiemmin. Kasvua odotetaan olemassa olevilta markkinoilta ja uusista avauksista esim. Aasiaan.

Käyttöastetavoite 2025 on koko maakunnan osalta 50 % ja Lahden osalta 55 %. (2015: Päijät-Häme 39,0 % ja Lahti 47,6%)

Mittari: Tilastokeskuksen matkailutilasto

# MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET JA MITTARIT



Matkailualalle tyypillisen yritysten liikevaihto vuonna 2014 oli 312 M€ ja tavoitteena on 5% vuosikasvu. Vuonna 2025 matkailualalle tyypillisten toimialojen liikevaihto on 534 M€. Liikevaihdon seurantamittarina on yritystilasto.

Vuonna 2016 tehdyn selvityksen mukaan välitön matkailutulo tällä hetkellä 368 miljoonaa euroa. Tavoitteena on, että vuonna 2025 matkailutulo on 480 miljoonaa euroa

Matkailun työllistävä vaikutus vuonna 2016 on noin 4 300 henkilötyövuotta. Kolmen prosentin vuotuisella kasvulla matkailu työllistää n. 5600 henkilötyövuotta vuonna 2025.

Vuotuinen kasvuprosentti on 3 %.

Matkailutulon ja matkailutyöllisyyden osalta mittarina on toistettavat matkailun tulo- ja työllisyysvaikutustutkimukset

# MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET JA MITTARIT / VAHVA TAPAHTUMISSA

	Nykytila	Tavoite 2025	Mittari
Tapahtumien määrä	Kansainväliset kongressit 2015: Lahti 8 kpl. Kokonaisuutena maakunnan tapahtumia ei tilastoida.	Kansallisten ja kansainvälisten suurtapahtumien ja kongressien määrä kasvaa vuosittain 3 %	Kansainvälisten kongressien tilasto, Visit Finland. Muiden tapahtumien osalta oma tilastointi (kehitettävä)
Tapahtumien kävijämäärä	Kansainväliset kongressit 2015: Lahti 1705 osall. Kokonaisuutena maakunnan tapahtumien kävijämääriä ei tilastoida.	Kansallisten ja kansainvälisten suurtapahtumien ja kongressien kävijämäärä kasvaa 5 % vuodessa.	Kansainvälisten kongressien tilasto, Visit Finland. Muiden tapahtumien osalta oma tilastointi (kehitettävä)
Tapahtumajärjestäjien tyytyväisyys	Tällä hetkellä tyytyväisyyttä ei mitata	Tapahtumajärjestäjien tyytyväisyys toimintaan Päijät-Hämeessä kasvaa	Tutkimus (kehitettävä)
Tunnettuus	Tällä hetkellä tunnettuutta ei mitata	Tunnettuus kokous- ja kongressi sekä tapahtumajärjestäjien keskuudessa kasvaa. Tapahtumiin liittyvät internethaut lisääntyvät	Tutkimus Hakusana-analysointi
Aluetaloudelliset vaikutukset	Rahankäyttö urheilu- ja kulttuuritapahtumissa: päiväkävijät 45 €/hlö ja yöpyjät 127 €/hlö/vrk	Tapahtumien ja tapahtumakävijöiden aikaansaamat aluetaloudelliset vaikutukset kasvavat 5 % vuosittain Tapahtumien paketointi ja oheistapahtumien määrä kasvaa	Tulo- ja työllisyysvaikutustutkimus Tapahtumatutkimus



# MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET JA MITTARIT / LIIKKEESTÄ LIIKETOIMINTAA

S  
E  
U  
R  
A  
N  
T  
A

	Nykytila	Tavoite 2025	Mittari
Liikuntaan ja urheiluun liittyvien yritysten määrä	24 yritystä vuonna 2014 (toimiala 9311 Urheilulaitosten toiminta)	Ekosysteemin ympärille syntyy uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Yrityksiä syntyy lisää 11 % vuosittain.	Yritystilastot
Liikuntaan ja urheiluun liittyvien yritysten liikevaihto	12 milj.€ vuonna 2014 (toimiala 9311 Urheilulaitosten toiminta)	Ekosysteemin yritysten liikevaihto kasvaa kasvavan kysynnän myötä 5 % vuosittain.	Yritystilastot
Liikuntaan ja urheiluun liittyvien tapahtumien ja osallistujien määrä	Tällä hetkellä tapahtumien tai osallistujien määrää ei mitata.	Tapahtumien määrä 3 % vuosi Kävijöiden määrä 3 % /vuosi	Oma tapahtumatilastointi (kehitettävä)
Tunnettuus	Tällä hetkellä tunnettuutta ei mitata	Tunnettuus urheiluseurojen, liikuntajärjestöjen sekä harrastajien keskuudessa kasvaa. Urheiluun ja liikuntaan liittyvät internet-haut lisääntyvät	Tutkimus Hakusana-analysointi

# MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET JA MITTARIT / PUHDASTA VETOVOIMAA

S  
E  
U  
R  
A  
N  
T  
A

	Nykytila	Tavoite 2025+	Mittari
Päijänne-brändin tunnettuus	Tällä hetkellä tunnettuutta ei mitata	Päijänne ja siihen liittyvien matkailupalveluiden tunnettuus kasvaa vuosittain Päijänteeseen liittyvien internet-hakujen määrä kasvaa	Tutkimus  Internet-hakujen määrä ja analytiikka
Uusien yritysten määrä ja liikevaihto	Tällä hetkellä yritysten määrää ja liikevaihtoa ei tilastoida	Päijänteeseen liittyvien luonto- ja järvimatkailuyritysten lukumäärä kasvaa vuosittain 15%. Ko. yritysten liikevaihto kasvaa 5% vuosittain.	Yritystilasto
Uusien myytävien palveluiden määrä	Tällä hetkellä palveluiden määrää ei tilastoida	Päijänteeseen liittyvien luonto- ja järvimatkailupalveluiden määrä kasvaa ja ne ovat myynnissä Lahti Regionin kanavissa.	Lahti Region Oy:n tilastot
Uusien palveluiden myynti	Tällä hetkellä palveluiden myyntiä ei tilastoida	Päijänteeseen liittyvien luonto- ja järvimatkailupalveluiden euromääräinen myynti kasvaa 5% vuosittain.	Lahti Region Oy:n tilastot



## 4. Vaiheistus ja aikataulu



Syksy 2016

Kevät 2017

1. Strategian jalkautus

2. Liikkeelle strategisissa kärjissä

3. Ensimmäiset yleiset kehittämistoimet

## YHTEINEN TYÖKALU

- Viestinnän suunnittelu
- Seurantaryhmän asettaminen
- Tiedottaminen
- Matkailuparlamentti
- Strategian esittely ja jalkautus kunnissa ja yrityksissä

## LIIKKEESTÄ LIKETOIMINTAA VAHVA TAPAHTUMISSA LUONTOA LÄHELLÄ

- Koordinaatiohankkeiden suunnittelu ja rahoitusneuvottelut
- Ekosysteemien keskeisten toimijoiden sitoutuminen
- Resursointi ja rekrytoinnit
- Tarkempien toimintasuunnitelmien laatiminen

- Tilastoinnin kehittäminen
- Digitaalisen saavutettavuuden parantaminen
- Matkaketjujen kehittäminen
- Toimialarajat ylittävän yhteistyön rakentaminen alueen toimijoiden kanssa, avausteemana lähettiläsohjelman suunnittelu ja käynnistys
- Alueellisen yhteistyön vahvistaminen ja toimijoiden roolien selkiyttäminen, samalla käyntiin pysyvämpien rahoitusmekanismien etsiminen ja työstäminen