

Transforming strategies



Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

Tiivis loppuraportti

21.06.2011

Kimmo Kivinen, Marcus Rosenback

Capful Oy

SISÄLTÖ

OSA 1	Prosessi
OSA 2	Kyselyn tulokset
OSA 3	Matkailun ja tapahtumatuotannon toimintaympäristön kehitys
OSA 4	Strategian sisältö
OSA 5	Strategian toimeenpano-ohjelma
OSA 6	Matkailun kehittämisen organisoituminen



Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

OSA 1

Prosessi

Projektin kulku

Tämä raportti esittelee ensimmäistä Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategiaa, joka on laadittu 2010-2011 talven ja kevään aikana.

Strategiatyön taustalla oli seudun elinkeinostrategia 2009 – 2013, jonka mukaan seudulla tulisi olla ”keskitetysti ohjattu yhteinen matkailun markkinointi- ja myyntitoiminta”. Elinkeinostrategian linjausta toteuttamaan ja selventämään Cursor käynnisti strategiaprojektin, johon haluttiin mukaan laajasti seudun matkailu- ja tapahtumatuotannon toimijoita.

Projekti sisälsi kolme laajasti tiedotettua työpajaa, joihin osallistui kaikkiaan noin 210 henkeä. Työpajojen välissä aineistoa on työstänyt työryhmä kahdeksan kertaa. Työryhmään kuului 18 henkeä. Ohjausryhmä kokoontui kolme kertaa ja siihen kuului 31 henkeä. Lisäksi prosessissa tehtiin 25 haastattelua sekä seudulla että seudun ulkopuolella (4 haastattelua Pietarissa). Prosessin puolessavälissä järjestettiin kysely, joka lähetettiin 439:lle seudun matkailutoimijalle ja siihen vastasi 171 henkeä. Kaiken tämän organisoimiseksi on lähetetty noin 5000 sähköpostiviestiä.

Matkailun ja tapahtumatuotannon markkinoinnin ja myynnin organisoitumisen tukemiseksi tehtiin viiden Suomessa menestyneesti toimineen matkailutoimintamallin benchmarkkaus.

Prosessin tuloksena syntyi strategia, jossa tunnistettiin läpäiseviä kehittämisteemoja, matkailun ja tapahtumatuotannon tuotekohtaisia kehittämistarpeita sekä markkinoinnin keihäänkärkiä ja erottautumistekijöitä. Strategian toteutumista tukemaan laadittiin toimeenpano-ohjelma aikatauluineen ja toteuttamisvastuineen. Merkittävimpänä toimenpiteenä on seudullisen matkailuorganisaation perustaminen.

Projektin tarkoitus ja tavoitteet

PÄÄMÄÄRÄ

Projektin päämääränä oli luoda seudulle matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

TAVOITTEET

- Analysoida matkailun tulevaisuuden kannalta keskeisiä muutostekijöitä ja arvioida muutosvoimien vaikutuksista seudun matkailuun
- Kuvata seudun matkailun ja tapahtumatuotannon nykytilaa: voimavarat ja rajoitteet tai kilpailukyky- / profiloitumiskuvaukset
- Luoda alueen matkailulle ja tapahtumatuotannolle innostava ja toteutettavissa oleva visio, johon voidaan sitoutua laajasti
- Määritellä seudun matkailun ja tapahtumatuotannon kehittämisen tienhaaroja, strategisia vaihtoehtoja ja uusia mahdollisuuksia
- Analysoida, valita ja kiteyttää seudun matkailun ja tapahtumatuotannon kehittämisen painopistealueet
- Synnyttää matkailun ja tapahtumatuotannon toimintamalli, jonka avulla tarjotaan palveluja sekä yrityksille että kunnille
- Luoda strategian toimeenpano-ohjelma, jolla strategia viedään käytäntöön
- Synnyttää uutta yhteistä keskustelua, rajoja ylittävää yhteistyötä ja vuorovaikutusta, joka kehittää koko toimialan strategista näkemystä
- Sitouttaa seudun toimijoita nostamaan seudun matkailu ja tapahtumatuotanto uudelle tasolle.

Projektin organisoituminen

Ohjausryhmä

Jukka-Pekka Bergman, Hamina
Tuula Malo, Hamina
Sanna Gango, Hamina
Elina Inkeroinen, Hamina
Eila Lailavuo, Kotka
Sanna Nikki, Kotka
Pia Hurtta, Kotka
Laura Päiviö-Häkämies, Kotkan kulttuuriasiainkeskus
Markku J Forss, Miehikkälä
Jari Heinonen, Miehikkälä
Eila Manninen, Miehikkälä
Osmo Kallio, Pyhtää
Paula Siira-Nieminen, Pyhtää
Matti Ruppenen, Pyhtää
Osmo Havuaho, Virolahti
Anu-Leena Lintunen, Virolahti
Seppo Pirttimäki, Virolahti

Anu Markkanen, Kristina Cruises
Reijo Saksa, Kotkan Kauppatie
Mark Wasenius, Merihotelli Mäntyniemi
Miika Sollo, (Jouni Nikkola ja Reima Loukkola) Osuuskauppa Ympyrä
Jukka Markkola, Santalomat
Juha Haapaniemi, Kymenlaakson liitto
Maija-Liisa Huovila, Ely-keskus, Kaakkois-Suomi
Pentti Leisti, Cursor
Hannu Karavirta, Cursor
Mia Hämäläinen, Cursor
Birthe Suni, Cursor
Salme Rajala, Cursor
Kimmo Kivinen, Capful
Marcus Rosenback, Capful

Työryhmä

Birthe Suni, Cursor, projektijohtaja
Sanna Nikki, Kotka
Tuula Malo, Hamina
Anu-Leena Lintunen, Virolahti
Eila Manninen, Miehikkälä
Anu Markkanen, Kristina Cruises
Laura Päiviö-Häkämies, Kotkan Kulttuuriasiainkeskus
Sanna Gango, Hamina

Mark Wasenius, Merihotelli Mäntyniemi
Jukka Markkola, Santalomat
Reijo Saksa, Kotkan Kauppatie
Paula Siira-Nieminen, Pyhtää
Hannu Lehtinen, Cursor
Noora Kiili, Cursor
Mervi Liimatainen, Cursor
Kimmo Kivinen, Capful
Marcus Rosenback, Capful

Tiedonhankinta

- Seudun, maakunnan ja valtakunnan tasolla tehdyt aikaisemmat analyysit ja relevantit raportit liittyen matkailuun ja tapahtumatoimintaan
- Täydentävät tiedonhaut
- Keskeisten toimijoiden haastattelut: Kuntien johto ja matkailutoimijat seudulla (n.25 henkilöä)
- Viiden menestyneen matkailuyhtiön benchmarkkaus
- Kysely kaikille seudun matkailualan toimijoille: kysely lähetettiin 439 hengelle ja vastauksia tuli 171 kappaletta

Analysointi ja prosessointi

- Capful: konsulttien toteuttamat datan ja informaation analysointi havainnollisiksi kuvauksiksi ja kiteytyksiksi. Johtopäätösten teko. Toimenpiteiden alustava luominen
- Työryhmä: kommentointi ja jatkojalostus sekä tahtotilan hahmottaminen

Työpajat

- Kolme työpajaa
- Osallistajat: Matkailuyrittäjät, seutujen poliittinen ja virkamiesjohto, luottamushenkilöitä ja asiantuntijoita
- Analyysien ja projektin tulosten esittely, uusien näkökulmien luominen, vaihtoehtojen työstäminen ja tahtotilaan liittyvien linjausten hakeminen, keskeisten toimijoiden sitouttaminen

Projektin eteneminen ja vaiheet

	KÄYNNISTYS TYÖ- JA OHJAUSRYHMÄ	HAASTATTELUT	TYÖPAJA I	TYÖRYHMÄ	KYSELY
Aika	20.12.2010 27.01.2011	Tammi-helmikuu 2011	16.02.2011	04.03.2011 (klo. 9-12) 08.03.2011 (klo. 13-16)	Maaliskuu 2011
Vaihe	Lähtökohtien analyysi ja toimintaympäristön muutokset	Yhteistyön syventäminen	Toimintaympäristön muutokset ja vaikutukset seudun matkailuun	Seudun matkailu- ja tapahtumatuotannon nykytila-, kilpailukyky- ja profiloitumis-analyysit	Matkailun ja tapahtumatuotannon yhteinen tahtotila

TYÖ- JA OHJAUSRYHMÄ	TYÖPAJA II	TYÖRYHMÄ	TYÖPAJA III	TYÖ- JA OHJAUSRYHMÄ
29.03.2011 (klo 13-16)	12.04.2011 (klo 13-16)	03.05.2011 (klo 13-16) 12.05.2011 (klo 13-16)	24.5.2011 (klo 13-16)	07.06.2011 (klo 13-16)
Matkailun ja tapahtumatuotannon yhteinen tahtotila	Matkailun ja tapahtumatuotannon yhteinen tahtotila	Toimenpide-suunnitelma	Toimenpide-suunnitelma	Toimenpide-suunnitelma



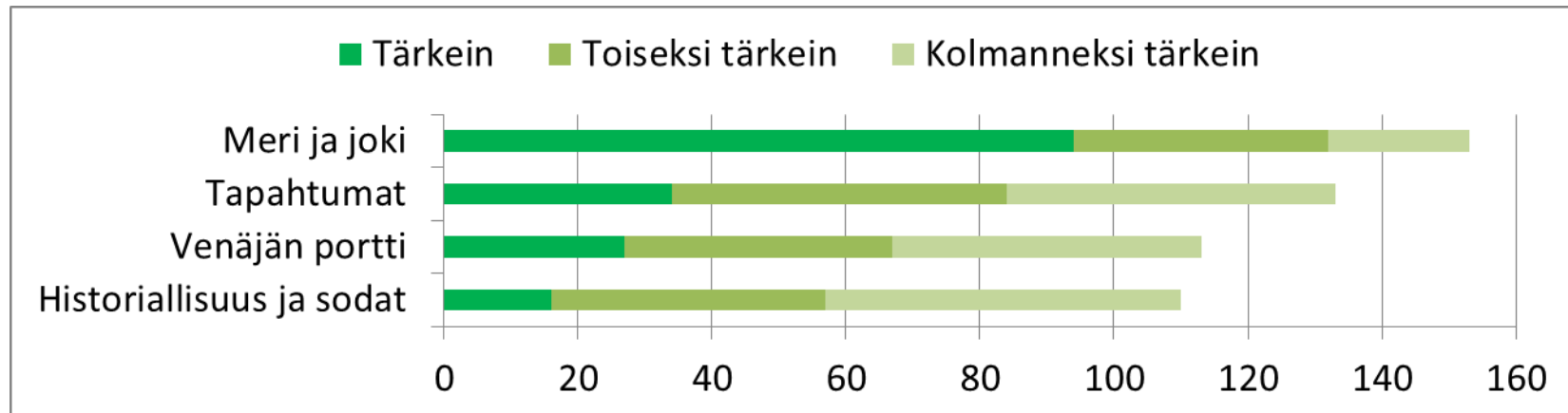
Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

OSA 2

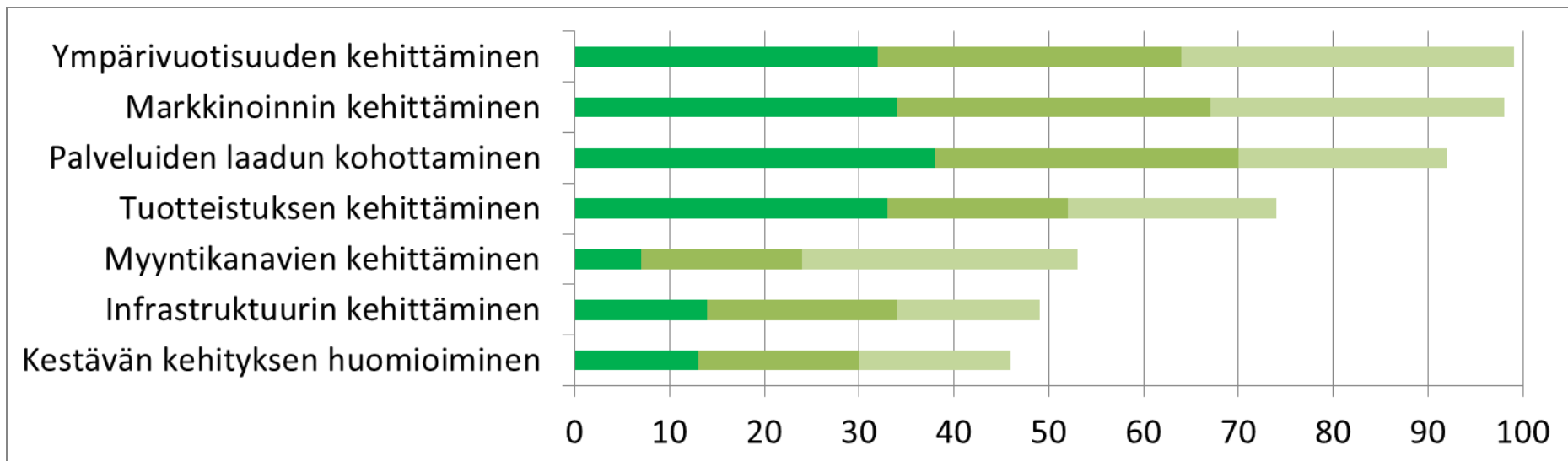
Kyselyn tulokset

Seudun profiili ja kehittämisteemat

Seudun matkailumarkkinoinnissa on tärkeää profiloida aluetta oikein. Valitse KOLME tärkeintä profiilitekijää alla olevista ja aseta ne tärkeysjärjestykseen.

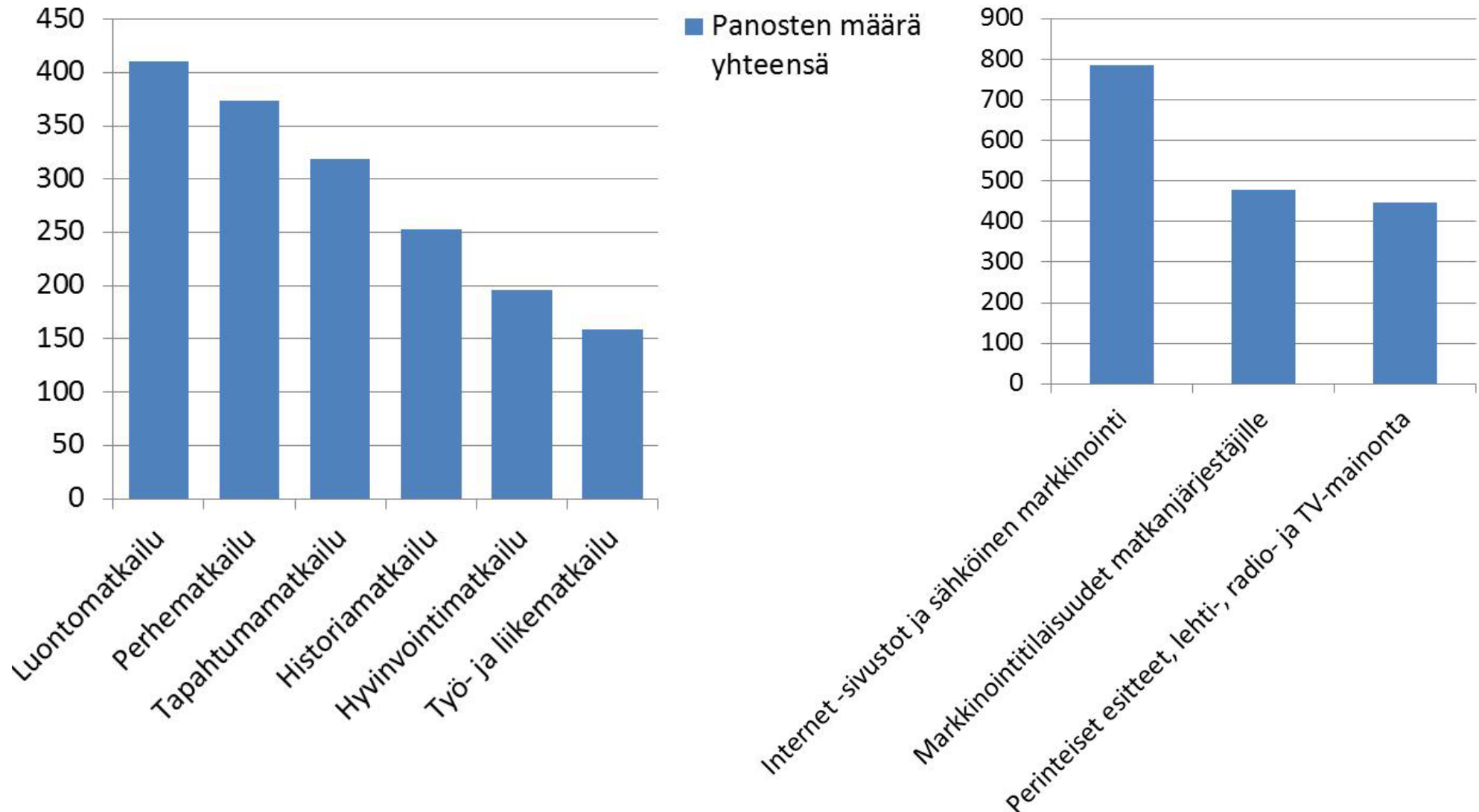


Valitse KOLME tärkeintä matkailun ja tapahtumatuotannon kehittämisen teemaa ja aseta ne tärkeysjärjestykseen.

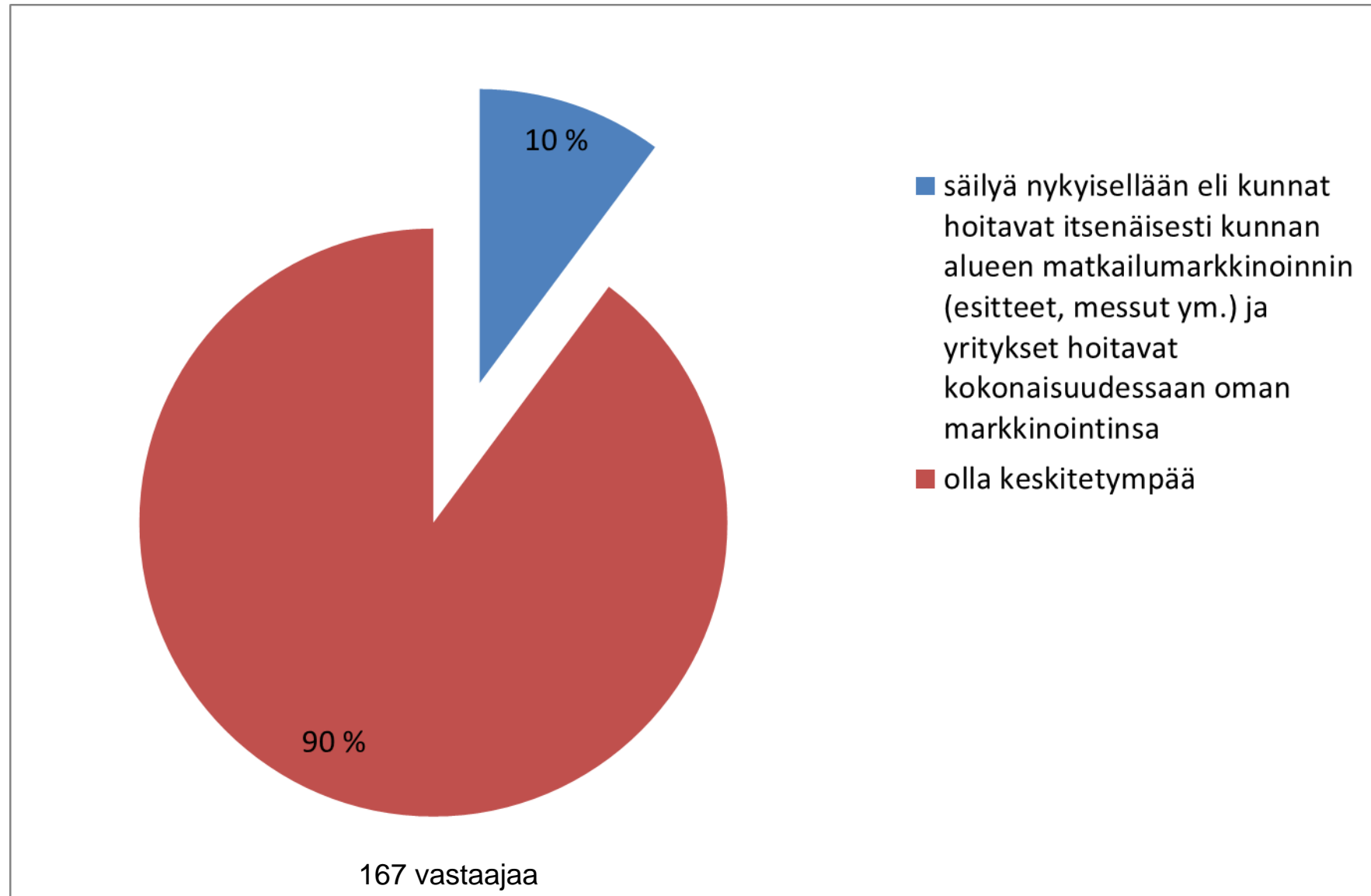


Panostaminen matkailutuotteisiin ja markkinointikanaviin

Sinulla on kymmenen panosta käytettävissä. Jaa ne siten, että hyöty seudun matkailulle ja tapahtumatuotannolle olisi mahdollisimman suuri.



Seudun matkailumarkkinoinnin pitäisi...



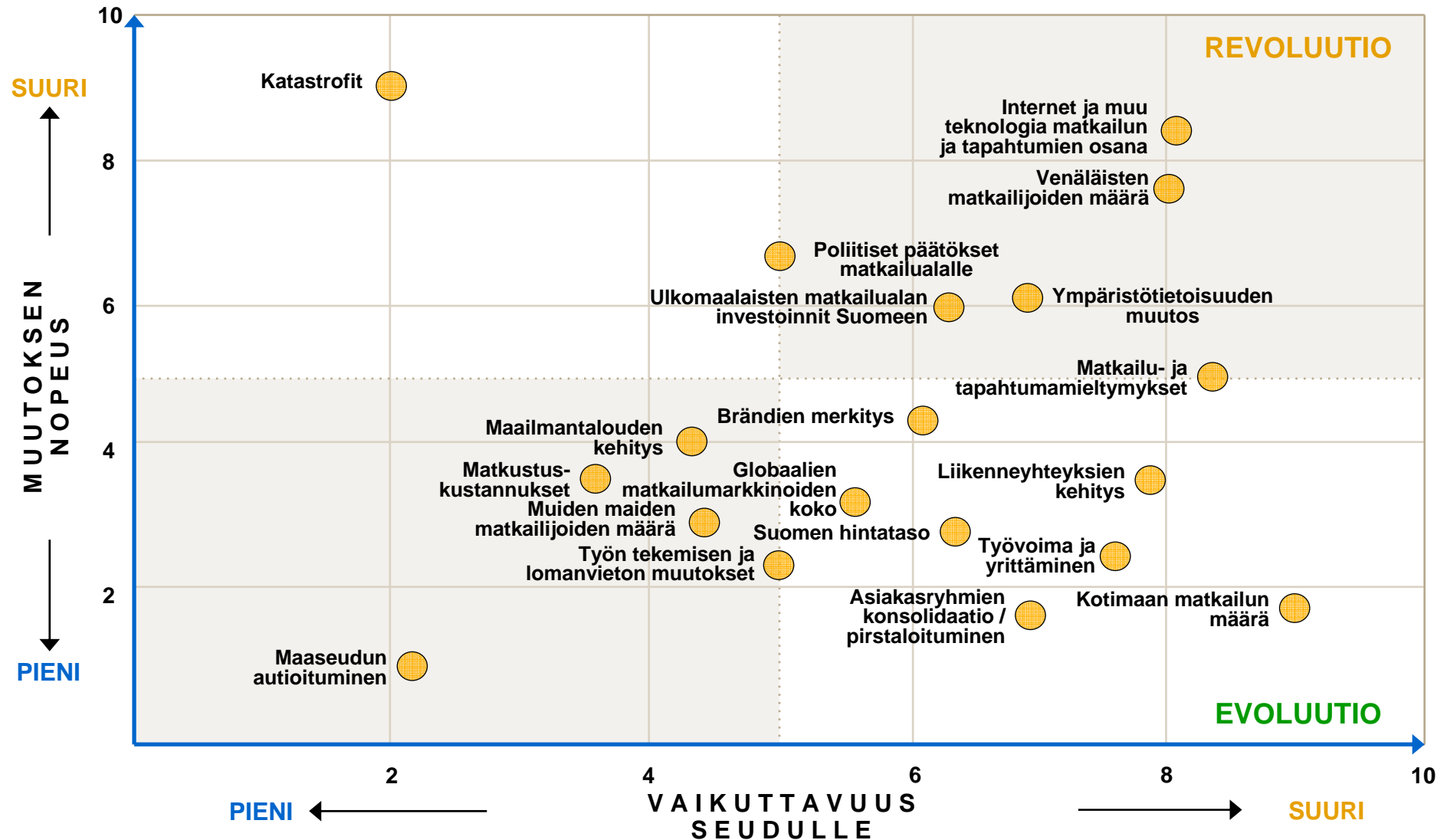


Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

OSA 3

**Matkailun ja tapahtumatuotannon
toimintaympäristön kehitys**

Kotka-Haminan matkailun ja tapahtumatuotannon muutostekijä- ja trendikuvaus 2011–2020





Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

OSA 4

Strategian sisältö

Strategiset valinnat 2011 | läpäisevät teemat

	Tapahtumat	Luonto-, liikunta- ja hyvinvointipalvelut	Kansainvälinen ja paikallinen risteilymatkailu	Kulttuuri- ja historiamatkailu	Työ-, liike- ja kokousmatkailu	Ostosmatkailu
Markkinoinnin ja myynnin kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> Yksi selkeä seutu, joka on tunnettu kokonaisuutena ja selkeästi profiloitunut Markkinoinnin kärkenä seudun kärkituotteet 					
Innovatiivisuus, tapoja toimia yhteistyössä ja synnyttää uutta	<ul style="list-style-type: none"> Matkailu-, tapahtumatuotanto- ja palveluyritykset sekä muut toimijat ovat tiiviissä yhteistyössä tuottamassa uusia taloudellisesti kannattavia palveluja Seudulla on myynnissä 100 uutta matkailualan kannattavaa tuotepakettia 					
Palvelujen laatu	<ul style="list-style-type: none"> Seudulla on tarjolla laadukkaita, profiloituja ja turvallisia tuotteita segmentoiduille kohderyhmille Massaturismin sijasta yksilöllisiä ja tasokkaita palveluja 					
Ympärivuotisuus	<ul style="list-style-type: none"> Useiden ympärivuotisuutta tukevien tapahtumien ja tuotteiden sarja Työ-, liike- ja kokousmatkailun kasvu 					
Matkailuun ja tapahtumatuotantoon liittyvä infrastruktuuri	<ul style="list-style-type: none"> Kantasataman, Haminan keskustan ja Kotkan-Haminan seudun linnoitusten ja linnoitteiden sekä Vaalimaan alueen kehittyminen Monimuotoisen majoituskapasiteetin lisääntyminen ja laadun parantuminen Seudun luontomatkailuinfra on kehittynyt ja kytkeytynyt verkostomaiseksi kokonaisuudeksi muun matkailuinfra kanssa Seudulla toimii hyvinvointi- ja liikuntamatkailun keskittymiä 					
Kestävä kehitys kilpailutekijänä	<ul style="list-style-type: none"> Seudun matkailu ja tapahtumatuotanto tukee seudun yleistä tavoitetta ”puhdistautua” imagollisesti Matkailuyrityksissä ja tapahtumatuotannossa hyödynnetään runsaasti paikallisia tuotteita 					
Matkailualan yritysten yrityspalvelut ja yrittäjäyyskasvatus						

Visio 2020

Kotkan – Haminan seutu on Suomessa ja Pietarin alueella kärkituotteistaan tunnettu ympärivuotinen matkailu- ja tapahtuma – kohde

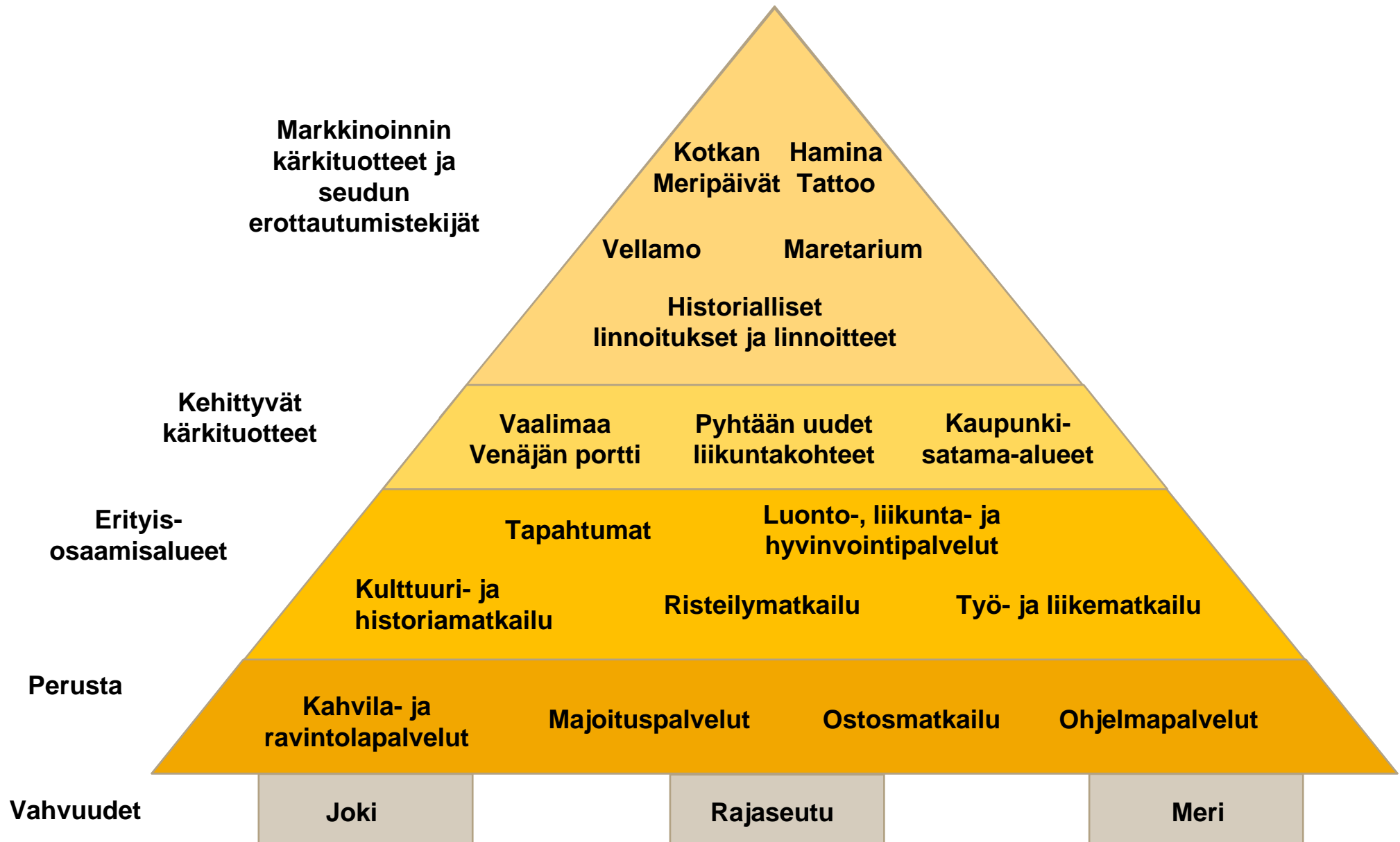
Seudun matkailu- ja tapahtumatuotanto on laadukasta, tavoitteellista, yritysveoista yhteistyötä

Seudun välitön matkailutulo on 50 % suurempi kuin vuonna 2011

Strategiset valinnat 2011 | tuotekohtaiset teemat

	Tapahtumat	Luonto-, liikunta- ja hyvinvointipalvelut	Kansainvälinen ja paikallinen risteilymatkailu	Kulttuuri- ja historiamatkailu	Työ-, liike- ja kokousmatkailu	Ostosmatkailu
Markkinoinnin ja myynnin kehittäminen						
Innovatiivisuus, tapoja toimia yhteistyössä ja synnyttää uutta	<ul style="list-style-type: none"> • Useita taloudellisesti kannattavia ympärivuotisia tapahtumia ja tuotteita 	<ul style="list-style-type: none"> • Seudun luontomatkailuinfran kytkeminen verkostomaiseksi kokonaisuudeksi muun matkailuinfran kanssa 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotkan Kantasataman kehittäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotkan-Haminan seudun linnoitusten ja linnoitteiden kehittäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Palvelukokonaisuuksien tuotteistaminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotkan ja Haminan keskustojen kehittäminen
Palvelujen laatu	<ul style="list-style-type: none"> • Tapahtuma- ja matkailuviestinnän yhteistyön tiivistäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Hyvinvointi- ja liikuntamatkailun keskittymien kehittäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Yhteistyö Haminakotkan Satama Oy:n kanssa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tapahtumatuotannon ja matkailun yhteistyön tiivistäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Osaamis-pohjaisen matkailun kehittäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailun ja kaupallisten palveluiden yhteistyön tiivistäminen
Ympärivuotisuus	<ul style="list-style-type: none"> • Seudullisen yhteistyön tiivistäminen ja yhteiset työkalut 		<ul style="list-style-type: none"> • Merimatkailuun liittyvän infran kehittäminen 			<ul style="list-style-type: none"> • Palvelujen laadun kohottaminen
Matkailuun ja tapahtumatuotantoon liittyvä infrastruktuuri	<ul style="list-style-type: none"> • Kestävän kehittämisen ajattelun toteuttaminen ja palveluiden laadun kohottaminen 					
Kestävä kehitys kilpailutekijänä						

Kotkan – Haminan seudun matkailu- ja tapahtumatuotannon palveluiden pyramidi





Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

OSA 5

Strategian toimeenpano-ohjelma 2011 - 2015

Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon toimenpiteet 2011 - 2015

Markkinoinnin ja myynnin kehittäminen	Tavoite 2020	Mittarit	
	<p>Yksi selkeästi profiloitunut seutu ja markkinoinnin kärkenä seudun kärkituotteet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matkailutoimialan tulovaikutus kasvanut 50 %. • Tilastoidut yöpymiset kasvaneet väh. 15 % / v ja • Taxfree on väh. 50 milj e / v • Seutu Internetissä ja sosiaalisessa mediassa näkyvässä asemassa (Facebook /Kymi.fi kevät 2011 like kommentteja nyt 611) 	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailun ja tapahtumien tulo- ja työllisyysvaikutustutkimus • Tilastoidut saapuneet vieraat ja yöpymiset sekä taxfree • Seudullinen yhteinen matkailun ja tapahtumien markkinointiviestintä • Tapahtumien määrä ja kävijämäärä • Seudullisen www-sivun Alexa ranking alle 3 miljoonaa • Facebook ”like” –kommentit tai muun vastaavan sos.median, www suosittelujen määrä ja taso 	
	Toimenpiteet / hankkeet	Aika- taulu	Käynnistysvastuu
	Luodaan yksi yhteinen ammattimainen matkailun markkinointi- ja myyntiorganisaatio, jota rakennetaan realistisesti nykytilasta asteittaisesti kohti liiketaloudellisesti kannattavaa markkinoinnin ja myynnin organisaatiota	2011-	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkailunyhdistyöryhmän, kuntien ja yritysten kanssa
	Määritellään yhteinen viesti seudulle ja selkeät kohderyhmät : yhteinen brändikirja seudulle	2011-	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkailunyhdistyöryhmän, kuntien ja yritysten kanssa.Käynnistäminen Vetovoimaa-hankkeen ja KOKO:n rahoituksella
	Matkailuorganisaatio ylläpitää yhteistä (Kymi.fi-)sivustoa	Tammikuu 2012	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkailunyhdistyöryhmän kanssa
	Tapahtumamarkkinoinnin koordinoitua tehostetaan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Tapahtumien kokonaiskoordinointi ja yhteismarkkinointi 2. Yhteisen (Kymi.fi) sivuston etusivulle luodaan kattava ja informatiivinen tapahtumakalenteri ja sen markkinointi lehtimediassa 3. Tapahtumien markkinointi Venäjällä 	Tammikuu 2012	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkailunyhdistyöryhmän, yritysten ja tapahtumatoimijoiden kanssa
Matkailuorganisaatio toteuttaa matkailutuotteiden paketoimista	Kevät 2012	Myöhemmin yhteistyössä määriteltävä organisaatio	
Off-season matkailupalveluiden verkkomyynti	Kevät 2012	Myöhemmin yhteistyössä määriteltävä organisaatio	

Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon toimenpiteet 2011 - 2015

	Tavoite 2020	Mittarit	
	<ul style="list-style-type: none"> • Matkallu-, tapahtumatuotanto ja palveluyritykset sekä matkalluorganisaatio tiivissä yhteistyössä tuottamassa uusia taloudellisesti kannattavia palveluja • Seudulla on myynnissä 100 uutta matkallualan kannattavaa tuotepakettia 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Toimintaa rahoittavien yritysten yhteeniaskettu liikevaihto (€)</u> <i>Toimialan koko (€)</i> • Matkallutuotepakettien määrä seudulla 	
	Toimenpiteet / hankkeet	Aika- taulu	Käynnistysvastuu
Innovatiivisuus, tapoja toimia yhteistyössä ja synnyttää uutta	Matkalluorganisaatio tukee tuoteistamista. Matkallua "kokopäivätoimisesti ja tosissaan" harjoittavia avainyrityksiä tuetaan tuotekehityksessä	2011-	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkallun yhteistyöryhmän, kuntien ja yritysten kanssa
	Matkalluyrityksissä käytössä yhteinen seudullinen potentiaallisten asiakkaiden rekisteri	Kevät 2012-	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkallun yhteistyöryhmän, kuntien ja yritysten kanssa
	Järjestetään Kotkan-Haminan seudun matkalluyrittäjien ja -toimijoiden verkostotilaisuuksia hyvillä teemolla	2011-	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkallun yhteistyöryhmän, kuntien ja yritysten kanssa
	Seudullisen aktiviteettit ja tapahtumatarjonta esille kaikissa matkallukohteissa	Kesällä 2012 valmis	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkallun yhteistyöryhmän, kuntien ja yritysten kanssa
	Tapahtumatuotantoon rakennetaan yhteistyöryhmä koordinoimaan kokonaisuutta	2011-	Cursor Oy yhteistyössä seudun matkallun yhteistyöryhmän, kuntien ja yritysten kanssa

Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon toimenpiteet 2011 - 2015

	Tavoite 2020	Mittarit	
Palvelujen laatu	<ul style="list-style-type: none"> Seudulle määritetty matkailun ja tapahtumatuotannon laatuksiteerit ja ne ovat tunnetut alan yrityksissä ja asiakaskunnassa 90% seudun matkallualueen liikevaihdosta tulee yrityksistä, jotka täyttävät laatuvaatimukset ja ovat sitoutuneet laadulliseen kehittämiseen Seudullinen asiakastyytyväisyysjärjestelmä on käytössä 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Laatujärjestelmää käyttävien yritysten yhteensaskettu liikevaihto Toimialan koko (€)</i> 	
	Toimenpiteet / hankkeet	Aika- taulu	Käynnistysvastuu
	Laadullisen kehittämisen työkalujen valinta ja käyttöönotto: <ul style="list-style-type: none"> Seudun matkailun ja tapahtumatuotannon laadun tarkkallua asiakaskyselyjen perusteella Tuotteistamistyössä määritetään laatutaso palvelulle 	2012-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän ja yritysten kanssa.
	Palkitsemisjärjestelmä laatuaan kehittäville yrityksille <ul style="list-style-type: none"> Kunniamalinnat Alennukset markkinoinnista Pääsy yhteismyyntiin 	2012-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän ja yritysten kanssa.

Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon toimenpiteet 2011 - 2015

	Tavoite 2020	Mittarit	
		<ul style="list-style-type: none"> • Useita taloudellisesti kannattavia ympärivuotisia tapahtumia ja –tuotteita • Työ-, liike- ja kokousmatkailun kasvu • Seudun vuode- ja huonekäyttöaste sekä huonekeskihinta on yli kansallisen keskitason 	<ul style="list-style-type: none"> • Syksy-, talvi- ja kevättapahtumien määrä • Kuukausittainen vuodekäyttöaste (%) ja huonekeskihinta.
Ympäri- vuotisuus	Toimenpiteet / hankkeet	Aika- taulu	Käynnistysvastuu
	Matkailuorganisaatio markkinoi seudun tapahtumatiloja ja – mahdollisuuksia tilaisuus-, tapahtumatuottajille ja ohjelmapalveluyrityksille	2014 -	Seudun matkailuorganisaatio yhteistyössä kuntien ja yritysten kanssa
	Annetaan investointitukea ja sparrataan sekä koulutetaan ohjelmapalveluyrityksiä ja matkailualan tuotteistajia, jotta nämä laajentaisivat palvelutuotantoaan jokaiselle vuodenajalle	2011-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän kanssa
	Työ-, liike- ja kokousmatkailun markkinointi ja kehittäminen <ul style="list-style-type: none"> • Tilaisuuspalveluiden markkinointi seudulla toimiville suuryrityksille • Kokouspalveluiden kehittäminen • Oheisaktiviteettien kehittäminen 	2012-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän ja yritysten kanssa yhteistyössä
	Seudun off-season ajan ja venäläisten loma-ajankohtien potentiaalin hyödyntäminen tuotteistamisessa ja niiden markkinointi	2012-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän ja yritysten kanssa

Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon toimenpiteet 2011 - 2015

Matkailuun ja tapahtumatuotantoon liittyvä infrastruktuuri	Tavoite 2020	Mittarit	
	<ul style="list-style-type: none"> Kantasatama, Haminan keskusta ja Kotkan-Haminan seudun linnoitukset ja Vaalimaan alue ovat kehittyneet matkailuyritysten hyödynnettäviksi Seudun luontomatkailuinfra on kehittynyt ja kytkeytynyt verkostomaiseksi kokonaisuudeksi muun matkailuinfran kanssa 	<ul style="list-style-type: none"> Kantasatamaa, Haminan keskustaa ja Kotkan-Haminan seudun linnoituksia ja Vaalimaan aluetta hyödyntävien tuotteiden määrä Yritysten hyödyntämien merkittyjen reitistöjen ja niihin liittyvien palveluiden määrä 	
	Toimenpiteet / hankkeet	Aika- taulu	Käynnistysvastuu
	Laaditaan selkeä suunnitelma seudun linnoitusten ja linnoitteiden kehittämiseksi mm: <ul style="list-style-type: none"> Haminan linnoitus ja Hamina Bastioni Salpalinja Kyminlinna 	2013-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän, yritysten ja kuntien, Museoviraston sekä Kymenlaakson museon kanssa
	Kotkan Kantasataman ja keskustojen suunnittelu ja kehittäminen <ul style="list-style-type: none"> Hotelli Areena Merikeskus Vellamon laajennus Palveluinfran rakentaminen Risteilysatama 	2011-	Kotkan kaupunki yhteistyössä Cursor Oy:n ja seudun muiden kuntien sekä yritysten kanssa
	Haminan keskustan suunnittelu ja kehittäminen <ul style="list-style-type: none"> Tervasaaren alueen toteuttaminen; majoitustilat, virkistysalue, vieras- ja risteilysatama Keskustan kylpylä-hotellin toteuttaminen Kauppahallin ja ostoskeskuksen rakentaminen 	2011-	Haminan kaupunki yhteistyössä Cursor Oy:n ja seudun muiden kuntien sekä yritysten kanssa
	Vaalimaan alueen palveluiden ja liikenneinfran kehittäminen	2011-	Viirolahden kunta yhteistyössä Cursor Oy:n ja yritysten kanssa
Luontomatkailureittien (maalla ja merellä), palvelurakenteiden ja opasteiden kehittäminen	2011-	Cursor Oy käynnistää yhteistyössä matkailun seuturyhmän, yritysten sekä maakunnallisten, ylimaakunnallisten ja valtakunnallisten toimijoiden kanssa	

Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon toimenpiteet 2011 - 2015

Matkailuun ja tapahtumatuotantoon liittyvä infrastruktuuri	Tavoite 2020	Mittarit	
	<ul style="list-style-type: none"> Seudulla hyvinvointi- ja liikuntamatkailun keskittymät Monimuotoisen majoituskapasiteetin kehittäminen Seudulla yhtenäinen opastusilme. 80% sekä suomalaisista että venäläisistä matkailijoista kokevat seudun opasteet eriomaisiksi 	<ul style="list-style-type: none"> Yritysten hyödyntämien merkittyjen reitistöjen ja niihin liittyvien palveluiden määrä Myytyjen huone / vuodevuorokausien määrä ja laatu Kyselytutkimukset opasteiden asiakastyytyväisyydestä 	
	Toimenpiteet / hankkeet	Aika- taulu	Käynnistysvastuu
	Seudulla hyvinvointi- ja liikuntamatkailun keskittymät <ul style="list-style-type: none"> Esillä olevien hankkeiden toteutumisen tukeminen ja hankkeistaminen (esim. Pyhtää) 	2011-	Cursor Oy yhteistyössä seudun kuntien ja yritysten kanssa
Monimuotoisen majoituskapasiteetin kehittäminen <ul style="list-style-type: none"> Matkailijoille välitettävän ja markkinoitavan maatala-, mökki-, ja yksityisen majoituksen lisääminen Majoitustilojen välittämiseen liittyvien palveluiden kehittäminen Vuorovaikuttaminen maankäytön suunnitteluun 	2011-	Yritykset, Cursor Oy ja seudun kunnat yhteistyössä	
Opastesuunnitelman laadinta tehdyn kartoituksen pohjalta <ul style="list-style-type: none"> Tiehallinnon alaisten opastemahdollisuuksien kartoittaminen Tienvarsien kaupallisten opasteiden hankinta Modernien informaatioteknologioiden käyttöönotto opastamisessa Taajama-alueiden sisäisen opastuksen arviointi ja kehittämissuunnitelman laadinta Vierassatamien opasteiden kehittäminen 	2011-	Seudun kunnat yhteistyössä Cursor Oy:n, matkailun seuturyhmän kanssa, lisäksi maakunnallista ja ylimaakunnallista yhteistyötä	

Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon toimenpiteet 2011 - 2015

Kestävä kehitys kilpailutekijänä	Tavoite 2020	Mittarit	
	<ul style="list-style-type: none"> Seudun matkailu ja tapahtumatuotanto tukee seudun yleistä tavoitetta ”puhdistautua” imagollisesti Paikallisten tuotteiden hyödyntäminen 	<ul style="list-style-type: none"> Kyselytutkimus Paikallisten tuotteiden hyödyntämisaste 	
	Toimenpiteet / hankkeet	Aika- taulu	Tekijät / Resurssit
	Kestävän kehityksen matkailusta luotava maine seudulle, jota hyödynnetään markkinoinnissa	2011-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän ja yritysten kanssa
	Markkinoinnissa Venäjällä korostetaan lähimatkailun ekologisuutta	2011-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän ja yritysten kanssa
Kestävän kehityksen ohjelma otetaan käyttöön osana laatutyökalua matkailu- ja tapahtumatuotantoyrityksissä	2012-	Cursor Oy yhteistyössä matkailun seuturyhmän ja yritysten kanssa	
Paikallisten tuotteiden hyödyntämistä viedään eteenpäin rakentamalla verkostoja ja viestinällä	2012-	Cursor Oy yhteistyössä Pro Agrian kanssa	



Kotkan – Haminan seudun matkailun ja tapahtumatuotannon strategia

OSA 6

Matkailun kehittämisen organisoituminen

Organisointivaihtoehdot

Strategiatyön tuloksena on syntynyt yhteisymmärrys, että seudun matkailun kehittäminen, myynti ja markkinointi tulee keskittyä yhteen organisaatioon. Kuntien ja yritysten tulee olla vahvasti sitoutuneita toimintaan.

Organisoinnin tueksi on tehty vertailua eri seuduilla olevista toimintamalleista, joiden pohjalta tulevaisuudessa työstetään paras malli Kotkan – Haminan seudulle. Vertailun tuloksena toimivimmaksi on osoittautunut malli, jossa matkailun kehittäminen, markkinointi ja myynti ovat organisoituneet lähelle toisiaan.

Lopullinen toimintamalli työstetään 2011 aikana keskeisten toimijoiden kanssa.

	Lappeenranta: GoSaimaa Oy	Häme Hämeen Matkailu Oy	Tampere Tredea Oy	Pori Porin Seudun Matkailu Oy MAISA	Turku Turku Touring
Henkilöstö	2	10 + projektihenkilöt	12 (matkailun puolella)	25 (80 kesäisin)	~30
Tehävät	<ul style="list-style-type: none"> • Brändin luominen ja kattomerkkinointi • Verkostointi • Myynti (riittämättömät resurssit) 	<ul style="list-style-type: none"> • Yhdistetty matkailu- ja maakuntamarkkinointi • Myynti • Tuotteistus • Tilaisuuksien hankinta ja hallinta • Kehittämistoiminta • Verkostointi 	<ul style="list-style-type: none"> • Yhdistetty matkailu- ja muu seutumarkkinointi • Matkailuneuvonta • Kehittämistoiminta • Rahoitus • Tuotteistus • Verkostointi • Myynti (lopetettiin kun entinen matkailuyhtiö fuusioitiin kehitysyhtiöön) 	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailumarkkinointi • Myynti • Tuotteistus • Tilaisuuksien hankinta ja hallinta • Matkailuneuvonta • Verkostointi 	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailumarkkinointi • Myynti • Tuotteistus • Tilaisuuksien hankinta ja hallinta • Matkailuneuvonta • Verkostointi • Kehittämistoiminta • Hostellin ja leirintäalueen hallinnointi
Portaali	<ul style="list-style-type: none"> • Gosaimaa.fi 	<ul style="list-style-type: none"> • Hame.fi/hameenmatkailu (aiemmin hameenmatkailu.fi), kokoustarmo.fi 	<ul style="list-style-type: none"> • Gotampere.fi (muuttuu visitampere.fi 2011 keuhällä, ja myöhemmin osaksi laajempaa portaalkokonaisuutta) 	<ul style="list-style-type: none"> • Maisa.fi 	<ul style="list-style-type: none"> • Turku.fi:n alisivu
Ulkoistetut toiminnot	<ul style="list-style-type: none"> • Myynti (Scandic, Restel, RTG) • Mainonta (Pohjan Mylly) • Tuotteistus yksityisissä myyntiyhtiöissä 	<ul style="list-style-type: none"> • Markkinointiviestintää ulkoistettu mainostolmille • Messujen tekninen toteutus messurakentajille 	<ul style="list-style-type: none"> • Myyntiä ei juuri nyt ole (ennen Airpro hoiti GoTampere brändin tuotteiden myyntiä), mutta uutta toimintaa etsitään 	<ul style="list-style-type: none"> • Mainonnan toteutus 	<ul style="list-style-type: none"> • Mainonnan toteutus
Kehitystoiminta	<ul style="list-style-type: none"> • Kehitysyhtiöissä 	<ul style="list-style-type: none"> • Samassa yhtiössä 	<ul style="list-style-type: none"> • Samassa yhtiössä (kehitysyhtiö) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kehitysyhtiössä (projektipäälliköt kuitenkin usein Maisasta) 	<ul style="list-style-type: none"> • Samassa organisaatiossa
Omistus	<ul style="list-style-type: none"> • 30 omistajaa mikroyrityksistä seudullisiin kehitysyhtiöihin. • Omistuksella ei merkitystä vaan sillä kuinka paljon panostat saat vastineeksi palvelua. 	<ul style="list-style-type: none"> • 80 % Kehittämiskeskus Häme Oy • 20 % Forssan Seudun Kehittämissyhtiö Oy • Suunnattu osakeanti kunnille ja yrityksille valmistella • Oli alun perin rekisteröity yhdistys 	<ul style="list-style-type: none"> • Tampereen kaupunki omistaa Tredeasta 60,5 %. Muut seutukunnan kunnat omistavat loput 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % Posek (kehitysyhtiö jonka suurin omistaja on Porin kaupunki, mutta josta yritykset omistavat pienen osan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nettobudjetoinnilla toimiva Turun kaupungin yksikkö, jolle on ulkoistettu maakuntatason matkailumarkkinointi (budjetista 59% Turun Kaupunki) • Osakeyhtiön omistus: 78 % Turun kaupunki ja 22 % alueen suurimmat matkailuyritykset
Rahoitus	<ul style="list-style-type: none"> • Markkinointibudjetti 1,2 MEUR. • Julkinen rahoitus 50 % • Elinkeinoelämä ja matkailutoimijat 25 % • Elinkeino-yhtiöt Imatra-LPR 25 % • Hallituspaikka maksaa 30 tEUR (5 yritystä) • Yhteistyösopimus toimijoiden kanssa kolme vuotta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liikevaihto on 3 MEUR + 1 MEUR hankerahaa. • Markkinointibudjetista rahoittavat yksityinen ja julkinen sektori molemmat noin 150 tEUR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tampereen kaupungin osuus matkailubudjetista on 1073 tEUR / vuosi • Muiden seutukunnan kuntien osuus on yhteensä 50 tEUR / vuosi • Seutukunnan ulkopuolisten kuntien osuus on myös 46 tEUR / vuosi • Myös Pirkanmaan liitolta on tullut rahoitusta • Kehittämisraha tulee eri kautta 	<ul style="list-style-type: none"> • Liikevaihto 3,2 MEUR josta 0,7 MEUR tulee Porin kaupungilta ja muilta kunnilta yhteensä 40 tEUR • Loput liikevaihdosta syntyy Maisan kaupallisesta toiminnasta • Vuotuinen markkinointibudjetti on 100-150 tEUR • Kehittämisrahoja ei hallinnoida Maisassa vaan Posekissa 	<ul style="list-style-type: none"> • Yksikön liikevaihto 4 MEUR josta noin puolet Turun Kaupungilta ja puolet hostel- ja camping-toiminnasta • Osakeyhtiön liikevaihto 1 MEUR koostuen markkinoinnista ja online myynnistä • ELY-keskuksesta saatu yli 300 tEUR sähköisten järjestelmien kehittämiseen