

TAMPERE.
FINLAND

Tampereen matkailustrategia 2030

VISIT
TAMPERE



Sisälllys

Strategiasanoitus

Strategiakuva

Lupaus, tehtävä ja päämäärä

Identiteetti

Tapa toimia

Toimijat

Strategian painopisteet

Strategiset tavoitteet

Hankekartta

Tiekartta

LIITTEET

Toimintaympäristö

Trendit ja mahdollisuudet

SWOT

Tampereen matkailustrategia

Matkailu on yksi Tampereen tärkeimmistä elinvoiman lähteistä. Sen vaikutus ulottuu laajalle: matkailu tuo työpaikkoja, kasvattaa liikevaihtoa ja tukee elämystaloutta, joka on kaupungin vahva kasvualusta. Elämystalous rakentuu elämyksistä, joita tarjoavat paikallinen kulttuuri, tapahtumat, luonto ja kaupunkimiljöö – ja matkailu on avainasemassa tuodessaan nämä kokemukset yhä useamman ulottuville. Matkailijoiden houkuttelemisen kaupunkiin rikastuttaa paikallista taloutta ja vahvistaa Tampereen vetovoimaa sekä kotimaassa että kansainvälisesti.

Matkailustrategiamme keskeinen tavoite on kasvattaa Tampereen matkailutuloja merkittävästi, ja tavoitteenamme on saavuttaa miljardin euron matkailutulot vuoteen 2030 mennessä. Tämä kunnianhimoinen tavoite ohjaa strategian suuntaa, ja sen saavuttamiseksi on määritelty uusia toimintatapoja sekä vahvistettu yhteisiä arvoja, kuten kestävyys ja vastuullisuus. Tampere on sitoutunut kestävään matkailuun, joka tukee paikallista ympäristöä ja yhteisöä pitkällä aikavälillä.

Strategiamme perustuu vahvaan yhteistyöhön eri toimijoiden välillä. Kaupungin, yritysten ja matkailualan ammattilaisten yhteinen sitoutuminen on välttämätöntä, kun kuljemme kohti yhteistä päämäärää. Matkailun merkitys Tampereelle ei ole ainoastaan taloudellinen; se tuo yhteen paikallisia ja vierailijoita, vahvistaen kulttuurista vuorovaikutusta ja kaupungin identiteettiä. Matkailu tekee Tampereesta elävämmän, monipuolisemman ja avoimemman paikan kaikille.

Kuljemme kohti vuotta 2030 yhteisenä päämääränämme tehdä Tampereesta entistä vetovoimaisempi ja kansainvälisempi matkakohde. Tavoitteemme perustuvat aiempien strategioiden kokemuksiin, mutta tuovat myös uusia painotuksia ja mahdollisuuksia. Kansainvälisyyden kehittämisen lisäksi kestävä kehityksen periaatteet, kotimaan vetovoiman ylläpitäminen ja elämystalouden tukeminen ovat keskeisiä painopisteitämme matkalla kohti miljardia.

Yhdessä voimme tehdä Tampereesta entistäkin houkuttelevamman, elinvoimaisemman ja elämystaloutta paremmin tukevan matkakohteen, joka kestää ja kukoistaa vielä vuosienkin päästä.

Kohti miljardia

Tampere on elämys. Tämä on lupaus. Se tarkoittaa sitä, että Tampere on kiinnostavin ja yllättävin kaupunki Suomessa. Se on ainutlaatuinen, omaperäinen ja tunnistettava kohde, myös kansainvälisesti. Tampere on maailman onnellisimman maan rakastetuin kaupunki.

Tampere on kokoava voima. **Tampere mahdollistaa menestyvän ympäristön kaikille, jotka toimivat Tampereen matkailun parissa** ja yhdessä kaikki toimijat tuottavat ja kehittävät palveluita matkailijan hyväksi. Tampere on elämystalouden moottori, se inspiroi niin matkailijat kuin asukkaatkin elämysten ja tapahtumien pariin.

Strategian painopisteet ovat kaupallisuuden mahdollistaminen, tunnettu ja houkutteleva kohde, yhdessä kansainväliseksi, älykäs ja kestävä sekä helposti saavutettava. Tavoitteena on kasvu niin matkailutuloissa kuin kansainvälisyydessäkin. Usko markkinoinnin mahdollisuuksiin sekä vastuullisen matkailun tulevaisuuteen on vahva.

Kuljemme kohti miljardia. Päämääränä on kasvaa ja kehittyä, nostaa matkailutulot kaikkien seutukunnan toimijoiden hyväksi.



Tampereen matkailustrategia 2030

VISIT
TAMPERE

Tapa
toimia

**Rohkeasti
Yhdessä
Vastuullisesti**

Strategiset
painopisteet

Kaupallisuuden
mahdollistaminen

Tunnettu ja
houkutteleva kohde

Yhdessä
kansainväliseksi

Älykäs ja kestävä

Helposti saavutettava

Strategiset
tavoitteet

Matkailutulojen kasvattaminen

Tunnettuuden ja ympäri-
vuotisuuden kasvattaminen

Kasvua kansainvälisyyteen

Kestävien ja älykkäiden
matkakohteiden kärkeen

Kaikille helppo, esteetön
ja sujuva liikkuminen


Yhteinen
päämäärä

Matkailutulo
**Kohti
miljardia
euroa**

Matkailijoiden lukumäärä
2,3 milj.

Tehtävä
**Ympäristö
menestyvälle
matkailulle**

Lupaus
**Tampere on
elämys**



Päämäärä, lupaus ja tehtävä



PÄÄMÄÄRÄ

Kestävästi kohti miljardia

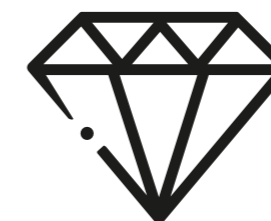
- Nostetaan vastuullisesti Tampereen matkailutulo miljardiin euroon 2030.
- Kasvatetaan matkailualan työpaikkojen määrää ja vaikutusta paikallistalouteen.
- Houkutellaan lisää yksityisiä ja kansainvälisiä investointeja matkailualalle.



LUPAUS

Tampere on elämys

- Tampere on elämyksellinen, yllättävä ja kiinnostava kaupunki – Suomessa ja kansainvälisesti.
- Matkailu on merkittävä tekijä elämystaloudessa ja sen edistämisessä.
- Tampere inspiroi matkailijat ja asukkaat elämysten ja tapahtumien pariin.



TEHTÄVÄ

Ympäristö menestyvälle matkailulle

- Autetaan matkailualaa menestymään ja houkutellaan lisää matkailijoita markkinoinnilla.
- Kehitetään matkailuyritysten osaamista ja edistetään uusien palveluiden syntymistä.
- Varmistetaan matkailun menestyminen kestävästi ja tietoa hyödyntäen.

Tampereen matkailun identiteetti ja tapa toimia

IDENTITEETTI

Omintakeinen.

Tampere on persoonallinen ja tunnistettava.

Rento.

Tampere on lämmin, hauska ja ulospäinsuuntautunut.

Edelläkävijä.

Tampere näyttää suuntaa.

TAPA TOIMIA

Rohkeasti.

Ennakkoluulottomasti, visionäärisesti ja ensimmäisenä.

Yhdessä.

Koordinoidusti, yhtä matkaa ja yhteistä tavoitellen.

Vastuullisesti.

Kestävästi, viisaasti ja luotettavasti.

Toimijat



Sidosryhmät

Toimijat, joiden kanssa Visit Tampere tekee yhteistyötä palveluiden tuottamisessa ja kehittämisessä sekä toimijat, jotka vaikuttavat elinkeinon puitteisiin.

Kumppanit ja yhteistyötahot

- Kulttuuri- ja urheilutoimijat
- Julkinen sektori ja viranomaiset
- Oppilaitokset ja tutkimuslaitokset
- Edunvalvontajärjestöt

Viranomaiset ja sääntelyelimet

- Lupaviranomaiset
- Lainsäädäntö- ja sääntelyelimet

Rahoittajat ja sijoittajat

- Tampereen kaupunki
- Muut julkiset rahoittajat
- Yksityiset rahoittajat



Yhteistyökumppanit

Toimijat, jotka käyttävät Visit Tampereen palveluita ja jotka hyötyvät niiden toiminnasta. Yrittäjät, kaupalliset ja ei-kaupalliset toimijat.

Matkailualan toimijat

- Majoituspalvelut
- Ravintola- ja catering-palvelut
- Ohjelma- ja tapahtumapalvelut
- Liikennepalvelut
- Matkanjärjestäjät ja matkanvälittäjät
- Kansainväliset kumppanuudet
- Online-kanavat

Paikalliset asukkaat

- Yksityishenkilöt
- Yhteisöt ja yhdistykset



Matkailijat

Palveluiden käyttäjät, Visit Tampereen yhteistyökumppaneiden asiakkaat. Lisäksi paikalliset, eli tamperelaiset ja Tampereen seudun asukkaat.

Kotimaiset matkailijat

- Vapaa-ajan matkailijat
- Työnsä puolesta matkailevat
- Tapahtumamatkailijat

Kansainväliset matkailijat

- Eurooppalaiset matkailijat
- Kaukomatkailijat
- Vaihto-opiskelijat ja expatit
- Yritys- ja kokousmatkailijat

Paikalliset ja lähialueen asukkaat

- Kulttuuri- ja elämispalveluiden käyttäjät
- Tapahtumakävijät

Strategian painopisteet, tavoitteet ja mittarit

PAINOPISTEET	 <p>Kaupallisuuden mahdollistaminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uuteen, asiakaslähtöiseen liiketoimintaan inspiroiminen ja tuotekehityksen edistäminen. • Kapasiteetin, kilpailukyvyyn ja myyntiratkaisujen kehittäminen. • Toimialan edunvalvonta ja tiedon jakaminen sekä tiiviimpi vuoropuhelu ja yhteinen päämäärä mm. kaavoitus- ja lupa-asioissa 	 <p>Tunnettu ja houkutteleva kohde</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitaalinen saavutettavuus ja inklusiivisuus kaikille asiakasryhmille • Tamperetta brändätään erottuvien vahuuksien avulla: mm. sauna-, tapahtuma- ja kulttuurikaupunki sekä kaupunkiluonto • Ympärivuotisuuden vahvistaminen • Kaupunkikehityksen ja uudistumisen hyödyntäminen kotimaassa ja kansainvälisesti 	 <p>Yhdessä kansainväliseksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kansainvälisen myynnin pitkäjänteinen kasvattaminen strategisilla kumppanuuksilla ja tiedolla johdetuilla toimenpiteillä. • Kansainvälisen potentiaalin tunnistaminen ja vahvistaminen sekä kärki- teemojen tuotteistaminen. • Kansainvälinen ja kansallinen yhteistyö, verkostoituminen ja EU-hankkeet. 	 <p>Älykäs ja kestävä</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekologisesti, sosiokulttuurisesti ja taloudellisesti kestävä matkailuliiketoiminnan ja palvelutarjonnan kehittäminen. • Tiedon, teknologian ja tekoälyn hyödyntäminen liiketoiminnassa ja päätöksenteossa sekä resurssien tehokkaampi hyödyntäminen toimijoiden välillä. • Digitaalisten asiakaspolkujen optimointi ja datapalvelujen kehitys ja hyödyntäminen. 	 <p>Helposti saavutettava</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saavutettavuuden parantaminen sekä sujuvien, digitaalisten ja inklusiivisten ratkaisujen edistäminen - esteetön ja turvallinen kaupunki liikua kaikille • Kestävempien liikkumismuotojen edistäminen, raideyhteyksien ja matkaketjujen palvelukehitys. • Kestävämpi lentoliikenne; reitti-valinnat ja viipymän pidentäminen.
TAVOITTEET	<p>Matkailutulon kasvattaminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kokonaiskapasiteetin kasvu; uudet matkailuinvestoinnit ja nykyisten investointien kasvattaminen sekä yritysten parantuneet toimintaedellytykset. • Elämystalouden ja matkailun liikevaihdon kasvu. 	<p>Tunnettuuden ja ympäri- vuotisuuden kasvattaminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaupungin kansainvälinen tunnettuus. • Ympärivuotisen matkailun kasvattaminen (kansainvälinen ja kotimaa), mm. tapahtumat, messut, kongressit, kokoukset ja vapaa-ajanmatkailu 	<p>Kasvua kansainvälisyyteen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matkailun vientitulon kasvu ja kansainvälisen kasvupotentiaalin kotiuttaminen. • Kansainvälisten vieraiden osuus ja määrä kasvaa kaupungissa ja viipymä pitenee. 	<p>Kestävien ja älykkäiden matkakohteiden kärkeen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sujuvampi ja älykkäämpi matkakohte • Kestävä ja ilmastoneutraali matkailu- ja tapahtuma-ala vuoteen 2030 mennessä. 	<p>Kaikille helppo, esteetön ja sujuva liikkuminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saavutettavuudella lisää vetovoimaa ja parempi vierailukokemus. • Helppo saapuminen Tampereelle eri liikennemuodoilla - Suomen helppo kaupunki saavuttaa raiteilla. • Hyvät ja sujuvat yhteydet keskustaan Tampere-Pirkkalan ja Helsinki-Vantaan lentoasemilta.
MITTARIT	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailutulo 600 milj. eurosta 1000 milj. euroon 	<ul style="list-style-type: none"> • Tampereen tunnettuus kansainvälisessä vertailussa 	<ul style="list-style-type: none"> • Kansainvälisten matkailijoiden yöpymisten lkm, osuus, viipymä ja lähtömaa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaupunkidestinaatioiden kestävyttä vertaava GDSi -sijoitus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suorat yhteydet lentokentiltä (TMP ja HEL) eri vuorokauden aikoina.

Liitteet

Toimintaympäristö

ILMIÖT	<ul style="list-style-type: none"> • Tekoälyn nousu ja uho • Coolcation-markkinointitrendi • Liikaturismi 	<ul style="list-style-type: none"> • Uudistava matkailu • Työn ja lomailun yhdistäminen • Hidas matkailu 	<ul style="list-style-type: none"> • Digitaalisuus ja uudet palvelumuodot • Personoinnin laajentuminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kollektiivisuus, sosiaalinen media ja halu jakaa matkakokemukset • Viraalitrendit ja nopeat kysynnän muutokset 	<ul style="list-style-type: none"> • Asenteet kansainvälistä matkailua kohtaan • Turvallisuus ja poliittinen epävarmuus
TALOUS- JA MARKKINAYMPÄRISTÖ		FYYSINEN JA PALVELUYMPÄRISTÖ		ARVOT JA SOSIAALINEN YMPÄRISTÖ	
MAAILMA	<ul style="list-style-type: none"> • Kestävä kehitys - Ilmastonmuutoksen vaikutukset olosuhteisiin eri kohdemaissa ja matkaiijoiden valintoihin sekä kulutusmahdollisuuksiin • Uudet matkailumaat • Epävarma maailmanpoliittinen tilanne/sodat • Lentoyhtiöiden strategiset valinnat • ”ylinopeat” muutokset markkinaympäristössä 	<ul style="list-style-type: none"> • Saunapääkaupunki • Muumi-museo • Maisema: Urban nature -kaupunki järvien ja luonnon ympäröimänä • Kansainväliset suur tapahtumat • Liikkumisen infra ja palvelut (saapuminen esim. Helsingistä) 	<ul style="list-style-type: none"> • Turvallisuus • Inklusiivisuus • Vastuullisuuden painoarvo matkailijoiden valinnoissa 		
SUOMI	<ul style="list-style-type: none"> • Kotimaan asiakkaat vahva pohja matkailukokonaisuudelle • Ympäri vuotisuus • Vahva elämystalous • Yhteistyö Visit Finlandin ja muiden kotimaisten alueiden kanssa • Jatkuvasti pienevät taloudelliset satsaukset matkailuun sekä elinkeinon edunvalvonnan pirstaleisuus • VR:n strategiset valinnat 	<ul style="list-style-type: none"> • Alustatalous • Tapahtumat • Liikkumisen infra ja palvelut (sujuva saapuminen eri puolilta Suomea) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lähimatkailu 		
TAMPERE JA LÄHISEUDUT	<ul style="list-style-type: none"> • Tampereen seudun sisäinen matkailu yritysten liikevaihdon pohjana 	<ul style="list-style-type: none"> • Matalan kynnyksen tapahtumat, inklusiivisuus • Kaupungin ilmasto- ja kestävyystyö (energia, infra, liikenne, luonto) • 10 min. Keskusta • Paikalliset varmistamaan uudenlaisten matkailupalveluiden säilyminen kansainvälisten matkailijoiden hyödynnettäväksi, • Konseptikehitys lähiseudun asukkaita hyödyntäen. Yhteistyö esim. Kaupungin viestintäyksikön kanssa. Outdoor express 	<ul style="list-style-type: none"> • Paikallisten asukkaiden huomiointi ja mat- kailun vaikutukset asukkaisiin (vrt. Liikaturis- mi ilmiönä, ratikat ja saunat jo täynnä) 		

Trendit ja mahdollisuudet

VISIT FINLANDIN TULEVAISUUDEN TRENDIT	MAHDOLLISUUDET – MITEN TAMPERE VASTAA NÄIHIN TRENDIIN	
Kestävä matkailu	<ul style="list-style-type: none"> • Hiilineutraali matkailu- ja tapahtuma-ala 2030 • Turvallisuus ja puhtaus • Taloudellinen, sosiaalinen, kulttuurinen ja ekologinen 	
Digitalisaatio ja teknologia	<ul style="list-style-type: none"> • Tekoälyn hyödyntäminen • Yksilökohtaisempi data • Digitaalisen saavutettavuuden kehittäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Some-kulttuuri viraalitrendinä • Työn ja lomailun yhdistäminen
Luonto ja ulkoilu	<ul style="list-style-type: none"> • Kaupunki keskellä luontoa ja järviä (Urban nature) • Hyödynnetään kestävästi rantoja ja luontoa sekä mahdollistetaan aktiviteetti- ja muut kaupalliset palvelut 	
Hyvinvointimatkailu	<ul style="list-style-type: none"> • Onnellisuus (maailman onnellisin kansa), tuotteistaminen • Maailman saunapäätkaupunki ja lukemattomat yleiset saunat 	
Kulttuuri ja paikallisuus	<ul style="list-style-type: none"> • Lähimatkailun hyödyntäminen matkailupalvelujen kehittämisen alustana • Asukaskokemuksen vahvistaminen ja paikallisten osallistaminen yhteistyössä. • Monipuolinen kulttuuritarjonta. 	

VAHVUUDET	MAHDOLLISUUDET	HEIKKOUEDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> • Johtava asema kotimarkkinoilla • Suomalainen onnellisuus • Saunapääkaupungin titteli – vahva kansain- välinen markkinointibrändi, selkeä viesti ja sisältö • Muumimuseon koti • Hyvät kotimaan liikenne- ja yhteydet • Raitiovaunu (ja muut julkiset liikennepalvelut) • Kompakti, käveltävissä oleva kaupunkikeskusta • Monipuolinen kaupunkiluonto aina lähellä • Vankka hotellikapasiteetin laatu • Päävetonaulojen saavutettavuus • Vahva elämystalous: tapahtuma-ala (monia eri kohderyhmiä, monitasoinen kulttuuri) ja urheilu (erityisesti Nokia Arena, Tammela ja Ratinan stadionit), digitaaliset elämykset ja peliala • Tampere-talo (Pohjoismaiden suurin kongressikeskus), Särkänniemi (huvipuisto, yksi Suomen suosituimmista perhekohteista), Tampereen Messu- ja Urheilukeskus (kaikenlaisia tapahtumia ympäri vuoden) • Ravintolat (korkealaatuinen ravintolakulttuuri) • Yhteistyö Visit Finlandin ja muiden Suomen matkailuorganisaatioiden kanssa • Kestävä matkailukohde – suuret yritykset ovat sertifioituja ja niillä on Sustainable Travel Finland -merkki, Tampereen kaupungin ilmastotavoitteet ja kestävyystyö • Turvallisuus ja varmuus • Visit Tampereen omat markkinointikanavat 	<ul style="list-style-type: none"> • Sauna – ympärivuotiset kokemukset • Neljän vuodenajan parempi hyödyntäminen ja brändäys • Järvien ja luonnon tuotteistaminen – Viikinsaari, aktiviteetit, venematkat, Lake Trails -pyöräilyreitit, kansallispuistot • Muumimuseon koti – lisäpotentiaalia • Nokia Arena • Liiketoimintatapahtumat • Digitalisaatio (paikallinen korkean tason osaaminen) – digitaalisen asiakaspalvelun kehittäminen ja palvelu-/tuotesuunnittelu • Kestävä, ilmastoneutraali matkailu – miten reagoida tähän kiihdyttämättä ongelmaa • Inklusiivisuus (potentiaalinen hyödyntäminen, viestintä) • Regeneratiivinen matkailu – palvelumuotoilu ja kehitys • Datan ohjaama matkailun kehittäminen • Yhteistyö ja sitoutuminen metaverseen (cityverse) ja Tampereen älykaupungin kehittämiseen • Yliopistot ja opiskelijat osaamisresurssina ja kansainvälisen elämän tuomisena kaupunkiin 	<ul style="list-style-type: none"> • Kansainvälinen tunnettuus • Sijainti (kansainvälinen) • Lentoyhteydet • Paikallisen DMC • puute (MICE-myyntit, matkanjärjestäjät jne.) • Majoituskapasiteetti (rajoituksin) • Luksushotellien kapasiteetin puute • Vierailijoiden oleskelun kesto (?) • Eri toimijoiden roolien ja vastuiden epäselvyys • Kansainvälisten paikallisten osaajien puute • Kausiluonteisuus • Matkailuyritysten kehitysresurssit (digitalisaatio ja kestävyysponnistelut, kansainvälisen liiketoiminnan osaaminen) • OTA-kanavissa olevien tuotteiden puute 	<ul style="list-style-type: none"> • Resurssien niukkuus • Eri sidosryhmien roolien selkeys • Nopeat markkinamuutokset • Ammattitaitoisen työvoiman puute • Ilmastonmuutoksen arvaamattomat vaikutukset • Epävakaa maailmanpoliittinen tilanne • Suomen matkailualan nykyinen arvostuksen ja rahoituksen puute • Suomen matkailualan ja kansallisen matkailumarkkinoinnin sekavuus • Epäselvä kilpailuasema – vaikea määrittää, onko kilpailu kansainvälistä vai ovatko tärkeimmät kilpailijat kotimaisia • Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaamisen puute