



# ETELÄ-POHJANMAAN MATKAILUSTRATEGIAN SEURANTARAPORTTI 2023

**Selvitys matkailustrategian toteutumisesta**

Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Elokuussa 2023

Guide – Tiedolla kestävä matkailu -hanke

Elina Järvinen, Sanna Jyllilä

ISBN 978-952-7515-06-8



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



## Sisällysluettelo

<b>1 TAUSTA JA TAVOITE .....</b>	<b>3</b>
1.1 Seurannan toteutus.....	5
1.2 Yhteenvetoa seurantaan liittyvistä tapaamisista.....	5
1.2.1 Vastuutahotapaamiset.....	5
1.2.2 Matkailuhankkeiden vetäjien tapaaminen.....	8
1.2.3 Matkailutapaaminen .....	10
<b>2 MATKAILUSTRATEGIAN TOTEUTUMINEN TOIMENPIDE-EHDOTUSTEN KAUTTA TARKASTELTUNA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Tavoite 1 Eteläpohjalaisen matkailun tunnettuuden lisääminen .....	14
2.2 Tavoite 2 Toimintaympäristön vahvistaminen.....	16
2.3 Tavoite 3: Kestävyys ja vastuullisuus .....	42
2.4 Tavoite 4: Kansainvälistyminen.....	49
2.5 Tavoite 5: Digitaalisen asiakaspolun kehittäminen .....	55
<b>3 MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET JA MATKAILUUN SUUNNATTU RAHOITUS.....</b>	<b>61</b>
3.1 Määrälliset tavoitteet .....	61
3.2 Matkailuun suunnattu rahoitus .....	63
<b>4 POHDINTA.....</b>	<b>64</b>



## 1 TAUSTA JA TAVOITE

Vieraanvarainen Etelä-Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaan matkailustrategia 2020–2028 ja toimenpide-ehdotukset 2020–2025 julkaistiin vuoden 2020 joulukuussa. Matkailustrategian tehtävänä on ohjata maakunnan matkailun kehittämistä ja toimialaan kohdistuvaa päätöksentekoa. Strategiaa laadittaessa huomioitiin kansallinen matkailustrategia, muut matkailua ohjaavat asiakirjat ja maakunnalliset ohjelmat. Strategiassa on määritelty strategiset tavoitteet, toimenpidekokonaisuudet ja niihin liittyvät yksittäiset toimenpide-ehdotukset. Strategiassa on määritelty myös matkailun kehittämisen kärjet. Lisäksi strategiassa otetaan kantaa siihen, keillä on vastuu toimenpiteiden etenemisestä.

Matkailustrategiaa toteutetaan yhteistyössä eri matkailutoimijoiden ja matkailun sidosryhmiin kuuluvien toimijoiden kanssa. Matkailustrategia toteutuu käytännössä esimerkiksi matkailutoimijoiden hallinnoimilla alueellisilla ja seudullisilla matkailun kehittämishankkeilla ja yritysryhmähankkeilla. Lisäksi se toteutuu yksittäisten yritysten sekä matkailualueiden kehittämistoimilla ja investoinneilla. Myös kunnat ja kaupungit resursoivat matkailutoimialaan tukemalla tarvittavan infran hankkimista ja ylläpitämistä, mutta myös myynninedistämisen toimenpiteisiin osallistumalla.

Etelä-Pohjanmaan matkailustrategia laadittiin Kumppanuusverkostot matkailuelinkeinon kasvun tukena -hankkeessa. Strategian jalkauttamista, seuranta sekä tarvittaessa päivittämistä jatkettiin Guide – Tiedolla kestävä matkailua -hankkeessa. Nyt toteutettu selvitys strategian toteutumisesta ja siitä laadittu seurantaraportti laadittiin Guide-hankkeessa ja se on ensimmäinen voimassa olevan matkailustrategian osalta. Tarkastelujakso käsittää aikavälin 01/2021–02/2023 eli strategian julkaisemista alkaen noin kaksi vuotta eteenpäin. Seurantaraportissa on huomioitu eri strategian seurantaan liittyvissä tapaamisissa esille nousseet asiat ja seurantakyselystä saadut tulokset.

Molempia edellä mainittuja hankkeita rahoitti Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisen maaseuturahastosta. Seurantaraporttia voidaan



hyödyntää strategian päivitystyössä sekä matkailutoimialan kehittämistoimien suunnittelussa ja toteutuksessa.



SeAMK KUMPPANUUSVERKOSTOT MATKAILUJÄLKEINÖN KASVUN TUkena -HANKE

Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Kuva 1. Etelä-Pohjanmaan matkailustrategian tiivistelmä

## 1.1 Seurannan toteutus

Etelä-Pohjanmaan matkailustrategian toteutumisesta on seurattu seuraavasti:

- Matkailustrategiassa esitettyjen vastuutahojen verkkototeutuksena järjestetyt tapaamiset; kehittämissyhtiöt 10.5.2021, rahoittajat 17.5.2021, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot 18.5.2021, matkailuyhdistykset ja -yhtiöt 20.5.2021 sekä kehittäjät 27.5.2021.
- Matkailuhankkeiden vetäjien tapaaminen Hotelli Alma, Seinäjoki 23.9.2021
- Matkailutapaaminen Kyrö Distillery, Isokyrö 13.6.2022
- Seurantakysely 2023 alueen matkailun kehittämishankkeita hallinnoiville tahoille, kunnille ja kaupungeille sekä alueella toimiville elinkeinonkehittämissyhtiöille sekä matkailuyhdistyksille ja -yhtiöille. Seurantakyselyn tuloksia on tarkasteltu luvussa kaksi.

Lisäksi hankkeen puitteissa on osallistuttu erilaisiin tilaisuuksiin ja tapaamisiin, joissa matkailustrategiaa on paitsi jalkautettu, niin myös niistä on saatu ajankohtaista tietoa strategian toteutumisen osalta.

## 1.2 Yhteenvetoa seurantaan liittyvistä tapaamisista

Toimialaan kehittämisen keskiössä matkailualalla toimivat yritykset ja muita matkailijoille palveluita tuottavat toimijat kuten yhdistykset. Seurannassa on keskitytty kuitenkin yrityksille ja muille toimijoille kehittämistoimenpiteitä tarjoaviin ja mahdollistaviin tahoihin.

### 1.2.1 Vastuutahotapaamiset

Matkailustrategian seurantaan varten järjestettiin vastuutahotapaamiset toukokuussa 2021. Jokaisella taholla oli mahdollisuus lähettää tapaamiseen edustaja/edustajat. Verkkotilaisuuksina järjestetyissä tapaamisissa käytiin aluksi lyhyt alustus strategiasta, muistuteltiin mieliin tarkemmin visio, missio ja arvot. Näiden jälkeen keskusteltiin



strategiasta yleisesti miltä se vaikuttaa, kun sen julkaisusta on kulunut noin puoli vuotta. Vastuutahoittain oli nostettu joitakin toimenpide-ehdotuksia, joita käytiin läpi.

**Kehittämissyhtiöiden vastuutahotapaamisessa** matkailustrategiasta todettiin, että se on kattava ja tarpeellinen asiakirja. Siellä esitetyt teemat ovat ajankohtaisia ja hyvin osuvia kehittämisen kannalta. Jotkut olivat käyttäneet strategiaa enemmän ja osa vähemmän. Sitä oli käytetty muun muassa hankesuunnittelun apuna. Visio koettiin mestarillisesti tiivistetyksi ja positiivisesti haastavaksi. Toimenpide-ehdotusten osalta todettiin muun muassa, että matkailija- ja tapahtumaselvitykset ovat tarpeellisia. Kasvuhaluisten yritysten tukeminen matkailualalla on erityisen tärkeää, jotta voidaan tukea esimerkiksi liitäntäselinkeinona toimivien yritysten matkailutoiminnan kehittymistä pääelinkeinoksi. Osa toimenpide-ehdotuksista katsottiin sopivan hyvin kehittämissyhtiöiden perustoimenkuvaan ja tehtäväkenttään, lisäksi ne koettiin hyvin toteuttamiskelpoisiksi. Yleisesti kehittämissyhtiöt kokivat, että alueorganisaation toimintaa on tuettava, jotta toiminta saadaan riittävän vahvaksi.

**Rahoittajien vastuutahotapaamisessa** matkailustrategiasta todettiin, että sitä oli käytetty muun muassa toimintaryhmien omien strategioiden valmistelutyössä sekä hankevalmisteluissa. Lisäksi esimerkiksi kansainvälisyyden osalta strategiassa oli mukana juuri ne asiat, jotka siellä kuuluukin olla. Yleisesti rahoittajat katsoivat, että hankesuunnittelussa tavoitteena on tukea strategisten tavoitteiden toteutumista. Rahoittajat toivoivat rohkeampia ja tavoitteellisempia hankkeita. Ylimaakunnallisuus on hyvä asia, joka tuo toimenpiteisiin lisäarvoa. Elinkeinojen kehittäminen ja yritysten, samoin kuin myös matkailua tukevien alojen, mukana olo hankkeissa koettiin tärkeäksi. Hankkeiden vaikuttavuuden huomioiminen jo suunnitteluvaiheessa nostettiin esille.

**Tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden vastuutahotapaamisessa** matkailustrategiasta todettiin esimerkiksi, että sitä tullaan käyttämään sekä matkailualan opettajille että opiskelijoille kohdistuvissa toimenpiteissä, mutta selkeimmin sen käyttö kohdistuu hankesuunnitteluun. Visiosta, missiosta ja arvoista todettiin, että ne ovat lämminhenkisiä,





mutta teemoiltaan vahvoja. Toimenpide-ehdotuksista todettiin, että lähtökohtaisesti on hyvä käydä keskustelua, millaisille kehittämistoimille on tarvetta. Kehittämisesursseista käydään kilpailua ja siksi olisi tärkeää tutkia mitä muita toteuttamismahdollisuuksia olisi mahdollisuus käyttää. Lähtökohtaisesti kumppanuudet koettiin melko hyväksi, mutta opiskelijoiden ja yritysten yhteistyömahdollisuuksia tulisi selvittää tarkemmin. Ylialueellisuus olisi myös hyvä huomioida suunnittelussa. Teemapohjaisten matkailupalveluiden osalta koettiin, että yhteiskehittämisellä voisi olla mahdollisuuksia juurikin yritysten tarpeiden ja oppilaitosten tarjonnan kohtauttamisen kautta. Jotakin opetusta voidaan toteuttaa myös yrityksissä. Yleisesti tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden edustajat katsoivat, että strategian toteutuminen vaatii tiedon vaihtoa, mutta olisi sovittava mistä tieto löytyy keskitetysti. Lisäksi toteutuminen vaatii eri osapuolten sitoutumista.

**Matkailuyhdistysten ja -yhtiöiden vastuutahotapaamisessa** matkailustrategiasta todettiin, että osa oli vienyt toimenpide-ehdotuksia jo käytäntöön. Osallistujat totesivat, että välillä strategia toteutuu toimenpiteissä tietoisesti ja välillä ei. Strategia otetaan joka tapauksessa huomioon ja sitä peilataan toimintaan. Vision siirtäminen markkinointiviestintään nähtiin erityisen tarpeelliseksi ja tavoitteelliseksi toiminnaksi.

**Alueellisten sidosryhmien eli kehittäjien vastuutahotapaamisessa** matkailustrategiasta todettiin esimerkiksi, että tavoitteet on kirkastettu, vaikkakin ovat haasteellisia ja kipupisteet on tunnistettu. Verkostoituminen on tärkeää, jotta matkailijoiden palveluiden sujuva käyttö olisi mahdollista. Digitalisoitumisen onnistumisen on tärkeää kilpailussa pärjäämiseksi. Yleisesti nähtiin, että alueelliselle matkailubrändille ja profiloitumiselle on tarvetta, samoin kuin tiedolla johtamiselle. Kehittäjät muistuttivat, että toimenpiteiden vaikutukset näkyvät vasta vuosien päästä ja ne syntyvät rohkeiden vetojen kautta. Yritysten liiketoimintavalmiuksien osalta nähtiin, että kehittämistoimien tulee olla tarpeeseen vastaavaa ja että kiinnostuksen herättäminen uuden oppimista kohtaan on haasteellista.





Taulukko 1: Etelä-Pohjanmaan matkailustrategiassa seurantaan kutsutut vastuutahot

Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumi	Tutkimus- ja koulutusorganisaatiot	Matkailuyhdistykset ja -yhtiöt	Alueelliset kehittämissyhtiöt	Rahoittajat	Alueelliset sidosryhmät
E-P:n Matkailufoorumin työryhmä	Seinäjoen koulutuskuntayhtymä (Sedu)	Härjän matkailuyrittäjät ry	Into Seinäjoki Oy	E-P:n ELY-keskus	E-P:n kauppakamari
	Helsingin yliopisto, Ruralia instituutti	Kraatterijärven toimijat ry	Järvi-Pohjanmaan Yrityspalvelu Oy	E-P:n liitto	E-P:n Yrittäjät
	Järvisuudun ammatti-instituutti (Jami)	Kurikka Travel ry	Alavuden Kehitys Oy	Leader Aisapari ry	ProAgria E-P:n Maa- ja kotitalousnaiset
	Seinäjoen Ammattikorkeakoulu Oy (SeAMK)	Lauhanvuori-Hämeen- kangas Geopark ry	Lapuan Kehitys Oy	Leader Kuudesta ry	Metsähallitus
	SeAMK Maakuntakorkeakoulu	Seinäjoen matkailuyrittäjät ry		Leader Liiveri ry	Metsäkeskus
		Ähtärin Matkailu Oy		Leader Suupohja ry	
		Visit Lakeus Oy		Business Finland	

Yleisesti vastuutahotapaamiset koettiin hyödyllisiksi ja palautti myös mieleen mitä strategiassa oli kullekin vastuutaholle suunniteltu ja kannusti ottamaan strategiaa paremmin käyttöön. Seurannan katsottiin myös konkretisoivan strategiaa ja voimistavan yhteistyötä.

## 1.2.2 Matkailuhankkeiden vetäjien tapaaminen

Matkailuhankkeiden vetäjien tapaamisessa 23.9.2021 pohdittiin miten matkailun kehittämistä ja kehittymistä voidaan mitata. Tilaisuudessa oli mukana 14 matkailuhankkeissa ja/tai hallinnoijaorganisaatioissa työskentelevää henkilöä. Mukana olleiden mukaan mitattavuutta voitaisiin seurata muun muassa erilaisten tilastojen ja tunnuslukujen valossa; esimerkiksi matkailijamäärät, työllisyys, yritysten lukumäärä, liikevaihto, sertifioitujen yritysten lukumäärä, majoitusvuorokaudet, kohteiden ja tapahtumien kävijämäärät. Esille nostettiin myös laadullisen palautteen kerääminen





esimerkiksi matkailijoiden tyytyväisyyttä mittaavilla kyselyillä. Lisäksi esille nousivat digitaalisuus ja markkinointi. Erilaiset sähköiset myynti- ja markkinointikanavat ja niistä saatavat tiedot koettiin tärkeäksi seurannan kohteeksi. Myös matkailualaa kehittävien hankkeiden ja koulutustarjonnan sekä alasta kiinnostuneiden opiskelijoiden tarkastelua olisi hyvä tehdä. Tietojen keräämisen lisäksi kehittymisen seuraaminen todettiin tärkeäksi.

Osallistujat totesivat, että kehittämisen tueksi tarvittaisiin yhteisesti sovittuja mittareita ja lisää informaatiota matkailualalla työskentelevien tarpeista, mutta yhtä lailla tietoa matkailijoiden toiveista ja tarpeista. Myös tietoa kansallisista toimenpiteistä kaivataan maakunnassa tapahtuvan kehittämistoiminnan suunnittelun tueksi ja ajantasaisuuden vuoksi. Lisäksi referenssitietoa kaivattiin eli tietoa vastaavista kehittämistoimista muualla; missä on onnistuttu ja tai epäonnistuttu, millaiset toimenpiteet toimivat ja mitkä eivät.

Tapaamisessa mietittiin myös seurannan toteuttamisen tapoja, joita voisivat olla esimerkiksi yhteinen dokumentti, jonne hankkeissa työskentelevät ja hankehallinnoijat vievät tietoja suunnitelmista, käynnissä olevista toimenpiteistä ja syntyneistä tuloksista. Mutta myös hankkeiden vaikutuksista niiden päättymisen jälkeen.

Lisäksi tapaamisessa pohdittiin millaisia hyviä käytänteitä hankkeissa saavutettujen tulosten levittämiseksi voisi olla. Esille nousivat verkostoitumistolaisuudet toimialan sisällä että sidosryhmissä. Myös hankkeissa laadittavat loppuraportit toivottiin löytyvän yhteisesti sovittavasta paikasta. Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumin katsottiin olevan hyödyllinen tapa tiedottaa. Esille nostettiin huoli siitä, että kuinka pystytään varmistamaan, että yritykset ja muut matkailupalveluita tarjoavat tahot löytävät syntyneet tulokset ja työkalut, sekä ennen kaikkea, kuinka herätetään kiinnostus hankkeiden toimenpiteitä kohtaan ja hyödyntämään hankkeiden tuloksia yritysten liiketoiminnassa. Myös median hyödyntäminen nähtiin tärkeänä tiedon levittämisessä, vaikka uutiskynnyksen ylittäminen koettiin välillä varsin haasteelliseksi. Tässä tärkeää on luoda hyvät suhteet mediaan.





Etelä-Pohjanmaalla matkailun kehittämistä tehdään sekä maakuntatasoisesti että alueellisesti, muun muassa seutukunnallisesti. Välillä matkailua kehitetään samanaikaisesti useilla hankkeilla ja yrityksiä havitellaan mukaan toimenpiteisiin, jolloin voi syntyä ”ylitarjontaa”. Mukana olleet totesivat, että kehittäjien välistä tiedon vaihtoa tulisi lisätä. Myös yhteistä viestintää ja verkostoitumista kaivattiin. Avoimelle keskustelulle, mutta myös vertaistuelle nähtiin tarvetta.

Tapaamisessa keskusteltiin myös, millaisia kehittämistarpeita on tullut esille matkailuyritysten taholta. Näitä olivat eri toimijoiden ja yritysten välinen verkostoiminen sekä eri toimialojen mukaan saaminen matkailun toimialalle; matkailu terminä voi olla vieras esimerkiksi kaupan ja palvelualoilla työskenteleville. Lisäksi teemoista esille nousivat digitaalisatio, kansainvälistymisvalmiudet, kestävyys ja vastuullisuus sekä markkinointiosaaminen.

### 1.2.3 Matkailutapaaminen

Alueen matkailuhankkeiden vetäjille, matkailuyhdistysten – ja yhtiöiden edustajille sekä matkailuhankkeiden rahoittajille suunnatussa tapaamisessa 13.6.2022 pohdittiin maakunnan matkailun kehittämisen tarpeita matkailustrategiaan ja strategiassa esitettyihin tavoitteisiin peilaten. Paikalla oli yhteensä 21 matkailutoimijaa ja tarpeita käsiteltiin ryhmäkeskusteluina kutakin strategista tavoitetta erikseen käsitellen.

**Eteläpohjalaisen matkailun tunnettuuden lisääminen** -tavoitteen osalta esille nousi seuraavanlaisia tarpeita:

- maakunnan matkailubrändin kirkastaminen ja tunnistettavuus
- Visit Lakeus Oy roolin vahvistaminen sekä alueen myynninedistämisessä että selkeämpänä matkailutoimijana
- eri markkinoinnin ja myynnin kanavien hyödyntäminen
- sijainnillisen saavutettavuuden helpottaminen tarvittavalla informaatiolla ja matkustamisen sujuvoittaminen



- yhteistyön lisääminen sekä matkailun markkinoinnissa ja kehittämisessä sekä matkailutoimijoiden vuorovaikutus
- matkailualan tunnustaminen merkittäväksi elinkeinoksi

**Toimintaympäristön vahvistaminen** -tavoitteen osalta esille nousi seuraavanlaisia tarpeita:

- visioon ja missioon sitoutuminen
- toimintaympäristön laajempi ymmärtäminen
- matkailuyrittäjyyden tukeminen ja uusien yrittäjien mukaan saaminen
- tuotteistaminen edistäminen
- tiedolla johtamisen konkretisoituminen matkailutoimijoille
- koulutustarjonta; eri osaamisen lähtökohdat ja jatkuvuus huomioiden
- kehittämistyön jatkuvuus ja hankkeissa saavutettujen tulosten tehokkaampi jalkautuminen yrityksiin; yritysten tarpeiden vahvempi huomioiminen
- yhteistyön edistäminen; maakunta- ja kansallinen taso
- matkailutoimialan järjestäytyminen ja verkostot
- yhteistyön itseohjautuvuuden tukeminen

**Kestävyys ja vastuullisuus** -tavoitteen osalta esille nousi seuraavanlaisia tarpeita:

- vastuullisuuden näkyväksi tekeminen; viestintäosaamisen kasvattaminen
- myös pienet valinnat edistävät isoa kokonaisuutta
- jatkuva ajantasaisuus
- esimerkkien voima ja rohkaisut lähteä mukaan vastuullisen liiketoiminnan kehittämiseen
- asiakaslähtöisyys ja läpinäkyvyys vastuullisten tekojen taustalla
- vastuullisuus arvovalintana, mutta liiketoiminnan menestymisen osatekijänä



**Kansainvälistyminen**-tavoitteen osalta esille nousi seuraavanlaisia tarpeita:

- tarvitaan vahvaa ja tiivistä yhteistyötä eri maakuntien ja alueorganisaatioiden välillä sekä Visit Finlandin kanssa
- vaatii resursseja ja rohkeutta kokeilla sekä asettaa tavoitteita
- vaatii yritysten tukemista ja kannustamista eri tavoin; mm. kielikylvyt, nuorten palkkaaminen, maahanmuuttajien hyödyntäminen, tuotteistamisessa erilaisten sisältöjen ja myyntivalttien tunnistaminen, yrittäjävaihdot
- saavutettavuus ja matkaketjut vaatii huomiota
- Visit Finlandin DataHubin laajempi käyttöönotto alueella

**Digitaalisen asiakaspolun kehittäminen** -tavoitteen osalta esille nousi seuraavanlaisia tarpeita:

- asiakaspolun eri vaiheiden tunnistaminen ja digitaalisuuden hyödyntäminen eri vaiheissa: haaveilu, suunnittelu, osto/varaus, kokeminen, jakaminen
- palveluiden varaamisen ja ostettavuuden helppouden varmistaminen; monikanavaisuus, tietojen ajantasaisuus ja aktiivisuus
- yhteistyö digitaalisten palveluiden kehittämisessä
- digiosaamisen kehittäminen eri osaamistasot huomioiden
- tarve yritysten digineuvonnalle on tunnistettu
- alueellinen verkkokauppa/-kaupat
- Etelä-Pohjanmaan tapahtumakalenterin käytön aktivointi

## 2 MATKAILUSTRATEGIAN TOTEUTUMINEN TOIMENPIDE- EHDOTUSTEN KAUTTA TARKASTELTUNA

Matkailustrategian toteutumista tarkasteltiin myös siinä esitettyjen toimenpide-ehdotusten kautta ja sitä varten toteutettiin seurantakysely. Kysely toteutettiin webropol-kyselynä tammi-helmikuun aikana 2023 ja se lähetettiin sähköpostitse yhteensä 41 matkailutoimijalle ja matkailun sidosryhmiin kuuluville tahoille. Kyselyyn saatiin 33 vastausta.





Seurantakyselyn avulla tarkasteltiin viittä matkailustrategiassa esitettyä tavoitetta ja niihin liittyviä 78 toimenpide-ehdotusta. Vastaajat arvioivat toimenpide-ehdotuksia kolmella eri tasolla 1) toimenpiteitä on suunnitteilla, 2) toimenpiteitä on käynnistetty ja 3) tuloksia on saavutettu. Vastaajat saivat myös halutessaan kertoa tarkemmin mitä on suunnitteilla, mitä toimenpiteitä on meneillään ja millaisia tuloksia on saavutettu. Lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus kertoa mitä muita mahdollisia toimenpiteitä on suunnitteilla tai käynnistetty ja/tai on esittää tuloksia, joita ei ole mainittu strategian toimenpide-ehdotuksissa. Lisäksi vastaajilla oli mahdollista nostaa esille muita mahdollisia toimenpiteitä, joita tulisi ottaa huomioon alueen matkailun kehittämisessä.

Raportissa strategian toteutumista tarkastellaan viiden strategisen tavoitteen kautta, ja jotka ovat:

- I. Eteläpohjalaisen matkailun tunnettuuden lisääminen
- II. Toimintaympäristön vahvistaminen
- III. Kestävyys ja vastuullisuus
- IV. Kansainvälistyminen
- V. Digitaalisen asiakaspolun kehittäminen

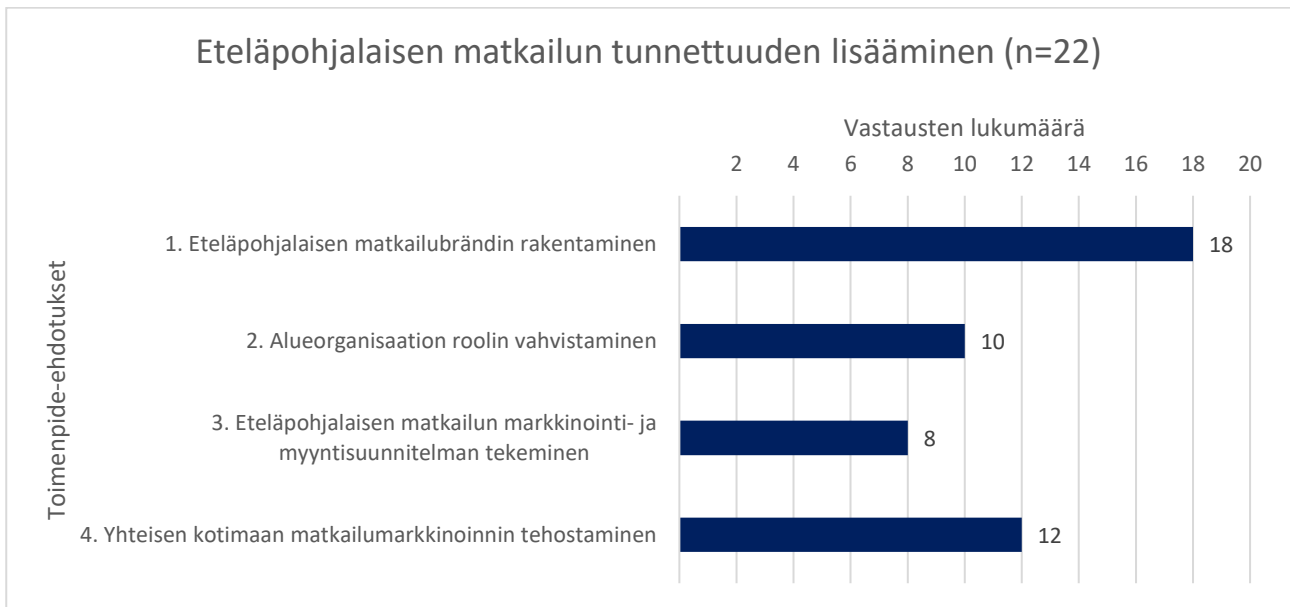
Tuloksista on laadittu kaaviot toimenpidekokonaisuuksittain, joissa on esitetty lukumääräisesti saadut vastaukset. Lukumäärien lisäksi matkailustrategian toteutumista on tarkasteltu annettujen kirjallisten vastausten kautta. Huomioitavaa on, että suurta osaa toimenpiteistä ei ollut sanallisesti avattu tarkemmin eli mitä oli suunnitteilla, mitä toimenpiteitä oli käynnissä ja millaisia tuloksia oli saavutettu. Joistakin vastauksista oli nähtävissä, että annettu vastaus ei varsinaisesti liittynyt strategian teemaan, vaan sitä oli käsitelty yleisemmin. Esimerkkinä Tapahtumiin ja kokouksiin liittyvä toimenpide-ehdotus 39: *Yhteistyömahdollisuuksien parantaminen toimijoiden kesken*. Tätä oli käsitelty yleisemmin eikä vain tapahtuma- ja kokoustoimijoiden yhteistyöstä käsin. Raportin kannalta näitä oli kuitenkin niin vähän, että se ei sinällään vääristä lopputulosta.



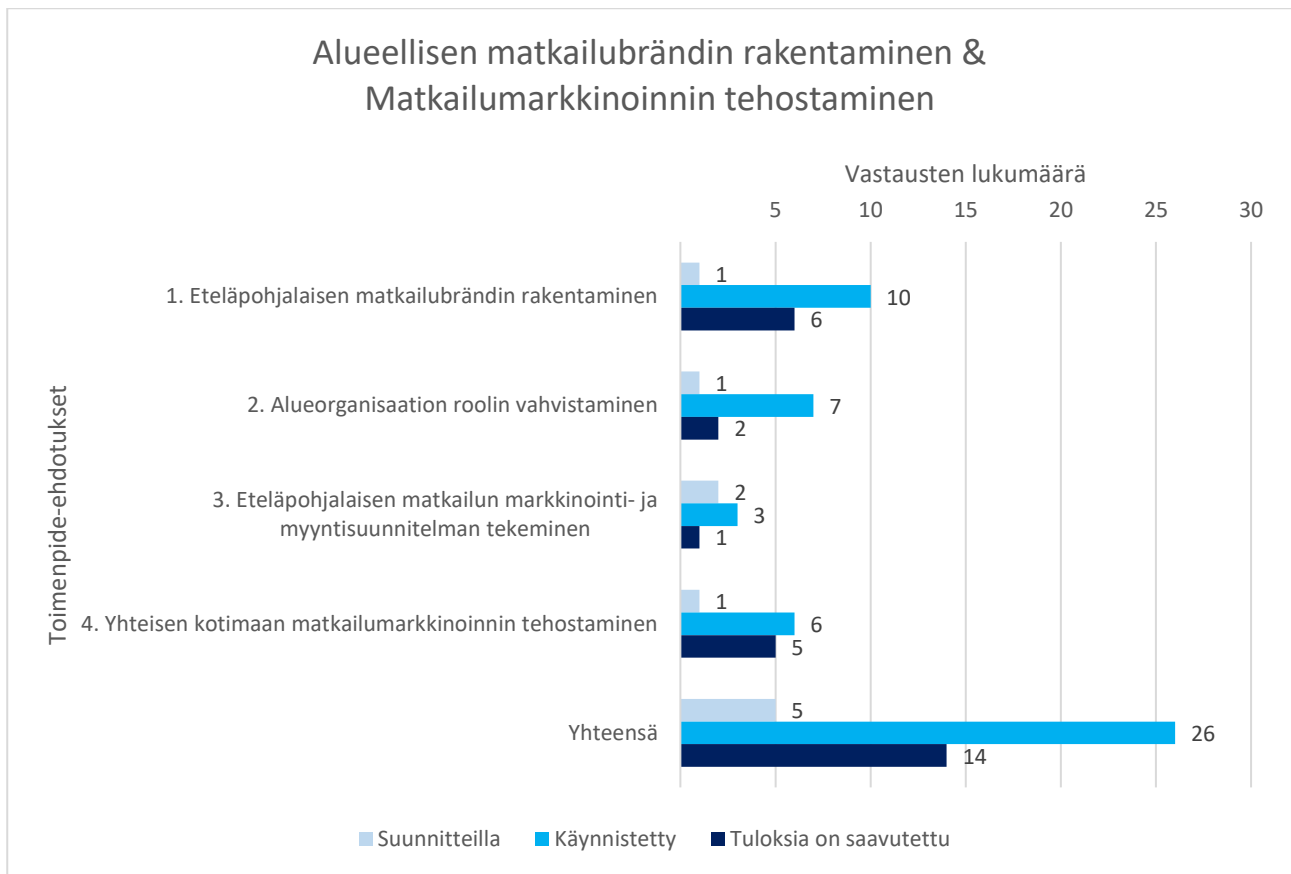
Joihinkin sanallisiin vastauksiin on merkitty loppuun kommentin antaja. Näin lukijalla on mahdollisuus halutessaan selvittää tarkemmin mitä on suunnitteilla, paikantaa missä ja mitä toimenpiteitä tehdään tai millaisia tuloksia on syntynyt.

## 2.1 Tavoite 1 Eteläpohjalaisen matkailun tunnettuuden lisääminen

Matkailustrategiassa esitetty ensimmäinen tavoite ja toimenpidekokonaisuus on *Eteläpohjalaisen matkailun tunnettuuden lisääminen*. Toimenpidekokonaisuus jakautuu kahteen osa-alueeseen: 1) alueellisen matkailubrändin rakentaminen ja 2) matkailumarkkinoinnin tehostaminen. Tähän toimenpidekokonaisuuteen sisältyviin toimenpide-ehdotuksiin otti kantaa yhteensä 22 vastaajaa ja valittujen vastausten lukumäärä oli 48 kappaletta.



Kuvio 1: Annettujen vastausten lukumäärät toimenpide-ehdotuksittain jaoteltuna liittyen Eteläpohjalaisen matkailun tunnettuuden lisäämisen tavoitteeseen.



Kuvio 2: Alueellisen matkailubrändin rakentamisen ja matkailumarkkinoinnin tehostamisen osa-alueisiin kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Alueellisen matkailubrändin rakentamiseen** liittyen esille nousi sekä alueellisia isompia kokonaisuuksia, mutta myös suppeampia toimenpiteitä, jotka osaltaan rakentavat eteläpohjalaista matkailubrändiä. Matkailubrändin rakentamiseen liittyen vastaajat nostivat esille seuraavaa:

- Etelä-Pohjanmaan matkailun myyntivaltit eli Unique Selling Points (USP) on määritelty: 1) Lakeus, 2) Eteläpohjalainen henki ja 3) Tapahtumat. (SeAMK)
- Brändin huomioiminen teemallisten matkailuhankkeiden suunnittelussa ja hankkeiden toimenpiteissä; kulttuurimatkailu, luontomatkailu, XR-teknologiat, Geopark. (Eri vastaajia)



- Alueellista matkailun kehittämistyötä tukeva toiminta kuten master planit ja opinnäytetyöt. (Eri vastaajia)
- Etelä-Pohjanmaan kulttuurikartan laatiminen (2021–2022). (Etelä-Pohjanmaan liitto)
- Osallistuminen yhteisiin myyntitapahtumiin yhteisillä teemoilla. (Eri vastaajia)

**Matkailumarkkinoinnin tehostamisen** toimenpiteissä esille nousi aktiivinen yhteistyö ja alueorganisaation tukeminen:

- Aktiivinen yhteistyö.
- Jäsenyys Visit Lakeus Oy:ssä.
- Kaikessa kehittämistoiminnassa pyritään huomioimaan alueorganisaation roolin vahvistaminen ja alueorganisaation roolin selkiyttäminen alueen matkailutoimijoille. (SeAMK)
- Kulttuurimatkailuun liittyvän koulutustilaisuuden järjestäminen, Culture Finland -valmennus alueille. (Etelä-Pohjanmaan liitto)

**Eteläpohjalaisen matkailun markkinointi- ja myyntisuunnitelman** tekemiseen otettiin kantaa seudullisesti eikä niinkään maakunnallisesti. Esimerkiksi Lauhanvuori-Hämeenkan gas UNESCO Global Geoparkin markkinointi- ja myyntisuunnitelma on suunnitteilla. Esille nousi myös yhteiset myyntisuunnitelmat lähialueiden kanssa.

**Yhteisen kotimaan matkailumarkkinoinnin tehostamisen** toimenpiteissä kerrottiin, että yhteistä mainontaa on tehty eri kanavissa, kunnat ja elinkeinoyhtiöt avustavat matkailutoimijoita esimerkiksi kotimaan matkailutilaisuuksiin osallistumisessa, toimijat ovat olleet mukana kampanjoissa; esimerkiksi Tee se Suomessa -kampanjat. Alueella on myös käyttöönotettu Outdooractive-alusta luontokohteiden ja -reittien esittelemiseksi.

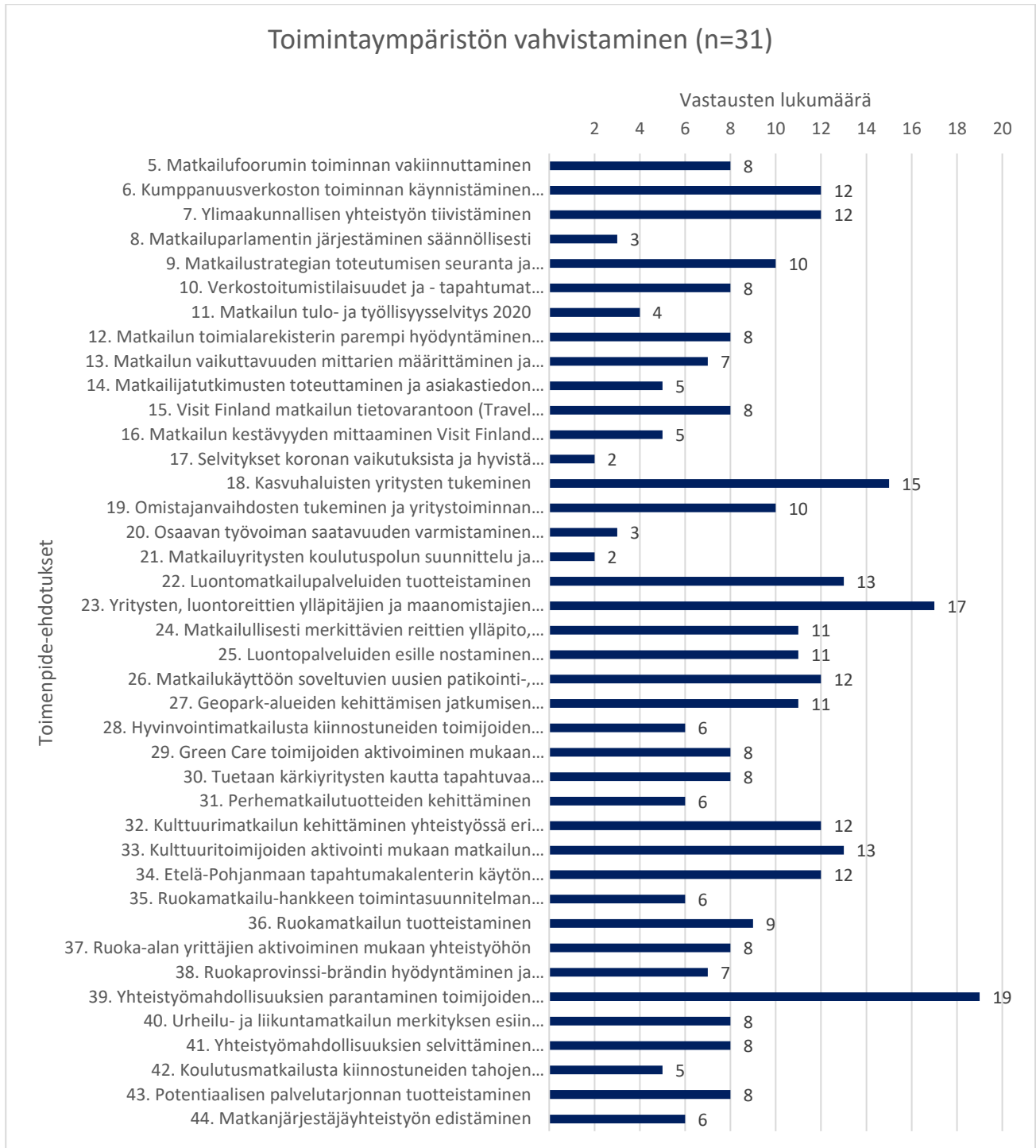
## 2.2 Tavoite 2 Toimintaympäristön vahvistaminen



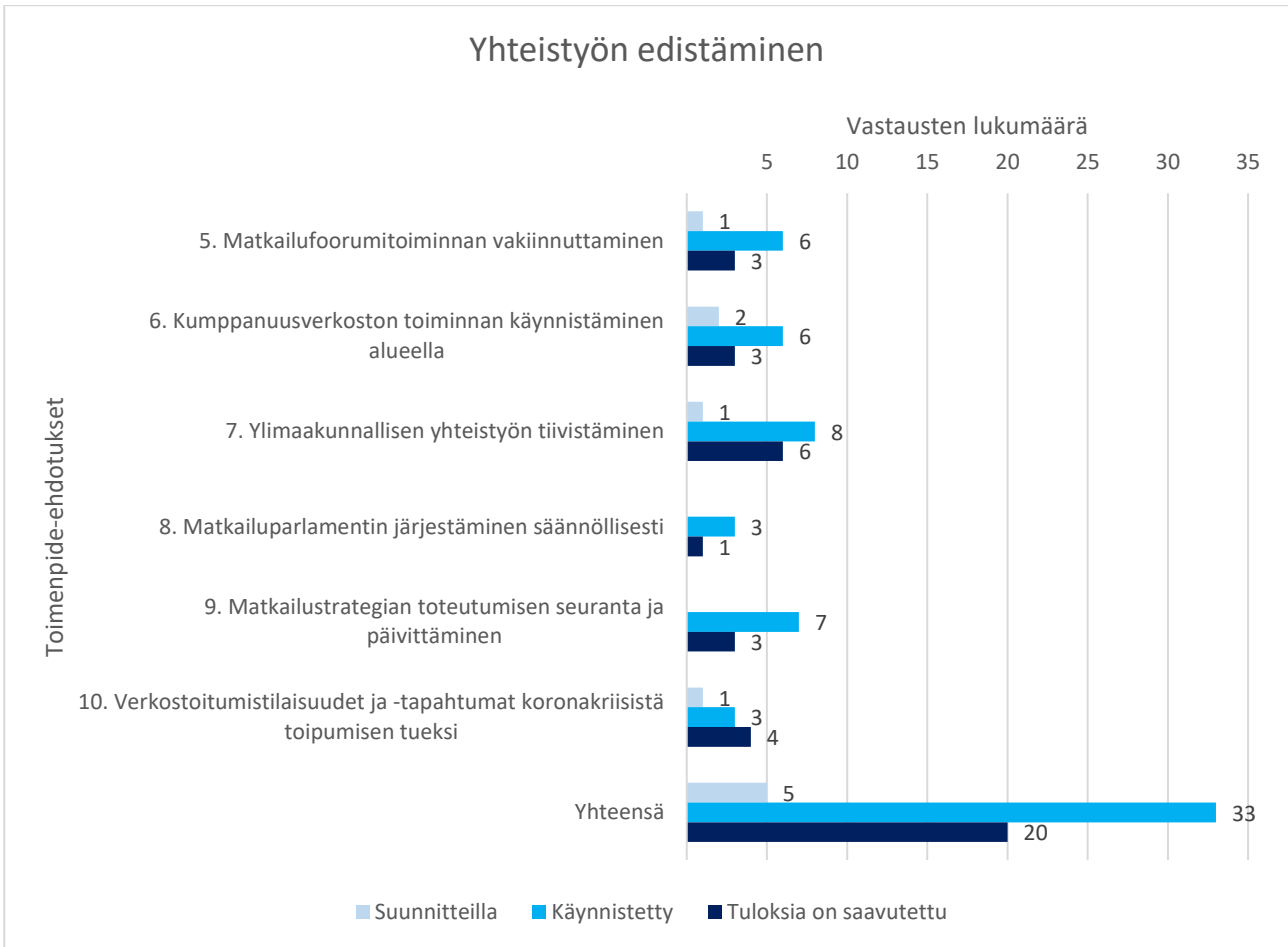


Matkailustrategiassa esitetty toinen tavoite ja toimenpidekokonaisuus on *Toimintaympäristön vahvistaminen*. Toimenpidekokonaisuus jakautuu neljään osa-alueeseen: 1) yhteistyön edistäminen, 2) tiedolla johtamisen edistäminen, 3) liiketoimintavalmiuksien parantaminen ja 4) teemapohjaisten matkailupalveluiden kehittäminen ja vahvuusalueiden tunnistaminen. Tähän toimenpidekokonaisuuteen sisältyviin toimenpide-ehdotuksiin otti kantaa yhteensä 31 vastaajaa ja keräsi kaikista toimenpidekokonaisuuksista eniten vastauksia, yhteensä 346 vastausta.





Kuvio 3: Annettujen vastausten lukumäärät toimenpide-ehdotuksittain jaoteltuna liittyen Toimintaympäristön vahvistamisen tavoitteeseen.



Kuvio 4: Yhteistyön edistämisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

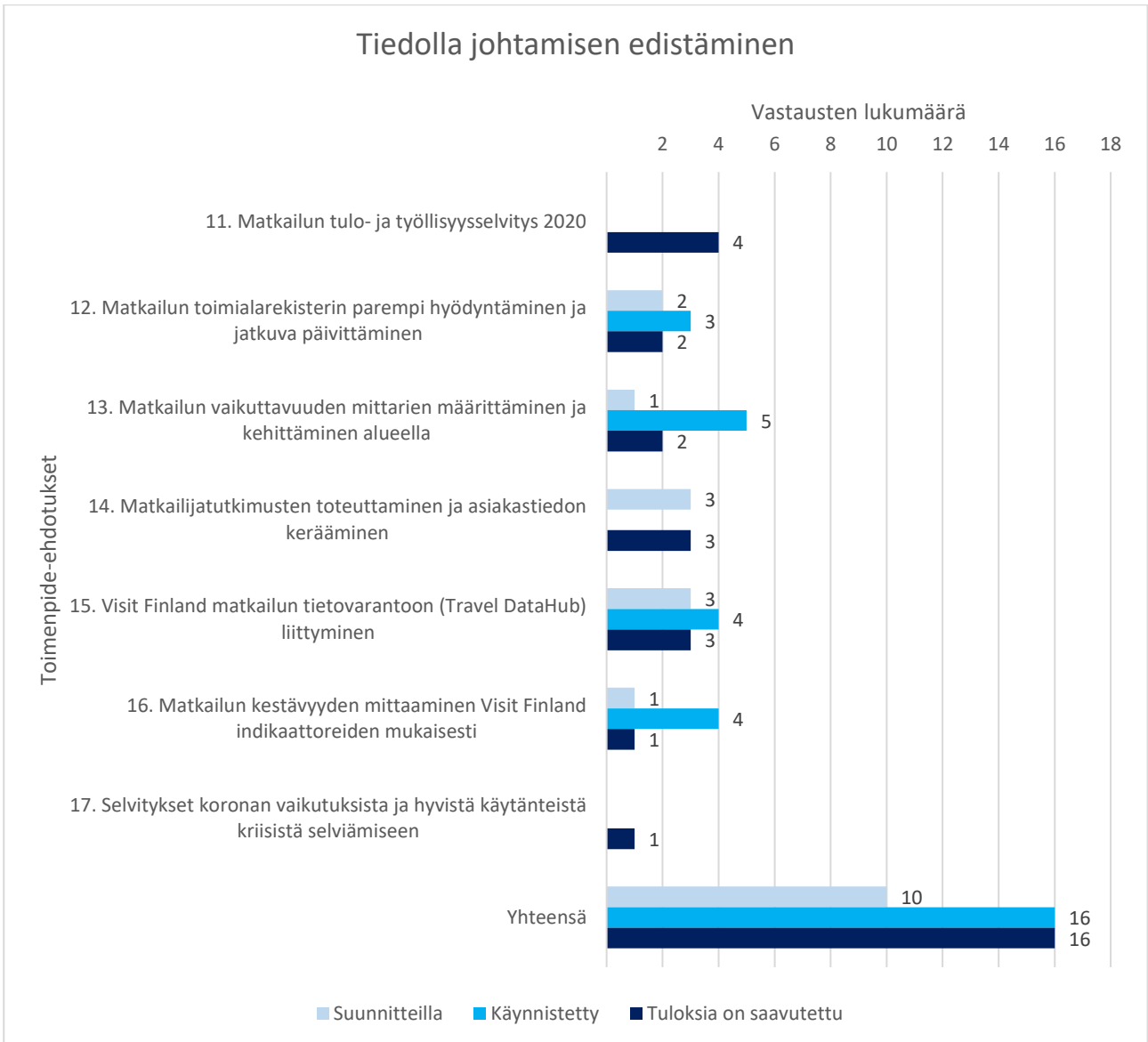
**Yhteistyön edistämiseen** liittyen esille nousi seuraavaa:

- Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumi on järjestetty kolme kertaa ja matkailufoorumin työryhmän toiminta on vakiintunut ja jatkuu. Vastauksissa kerrottiin myös, että järjestettyihin Matkailufoorumeihin on osallistuttu.
- Kumppanuusverkoston toiminnan käynnistämistä vastaajat arvioivat omien verkostojensa kautta, eikä maakunnallisen yhteisen kumppanuusverkoston kautta kuten se matkailustrategiassa on esitetty. Kommenttina olikin, että

kumppanuusverkostoja katsottiin olevan olemassa alueella, ja näitä voitaisiin vahvistaa. Kumppanuusverkostotoiminnaksi katsottiin muun muassa Lakeudelle-kampanja, matkailuyritysten yritysryhmähankkeet sekä seudulliset kehittämishankkeet ja Geopark.

- Ylimaakunnallisen yhteistyön tiivistämistä oli tehty esimerkiksi Lauhanvuori-Hämeen kangas Geoparkin alueella, jossa yhteistyötä on tehty Satakunnan ja Pirkanmaan alueen matkailutoimijoiden kanssa. Soinin kunta on tehnyt hankekirjoitusta Harvaan Asutun Maaseudun rahoitusinstrumentista metsästys-, luonto-, ruoka- ja kalastusmatkailun kehittämiseen ja tässä yhteistyötä on tehty Keski-Pohjanmaalle Perhoon. Ylimaakunnallista yhteistyötä on tehty 100 syytä matkaillla Suomessa -kampanjan puitteissa, jossa Pohjanmaa on ollut yhteistyökumppanina. Myös Culture Finlandin puitteissa on ollut alueiden välistä verkostoyhteistyötä. Matkailun sidosryhmien osalta esimerkiksi kauppakamareiden välinen yhteistyö nousi esille.
- Matkailustrategian toteutumista ja seuranta on tehty pääosin Guide – Tiedolla kestävä matkailua – hankkeessa, johon se on kirjattu omaksi toimenpiteekseen. Tähän liittyen on järjestetty strategian toteuttajille niin sanottuja vastuutahotapaamisia, ja nyt käsillä oleva raportti on yksi seurannan työkalu. Strategiassa esitettyjen määrällisten tavoitteiden ja matkailuun suunnatun rahoituksen määrän päivittämiset ovat suunnitteilla tehtäväksi. Strategian seurannan vastuutahoksi on merkitty Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumi ja tähän työhön osallistuminen tuli myös esille annetuissa kommentteissa. Strategian seurantaan liittyen oli tehty myös harjoitustyö pehmeän systeemimenetelmän avulla.
- Verkostoitumistilaisuuksia ja -tapahtumia koronakriisistä toipumisen tueksi on järjestetty muun muassa eri hankkeissa esimerkiksi Koronakahveja (akuutin pandemian aikana) ja Voimakahveja (varsinaisen pandemia-ajan jälkeen). Kauppakamari on järjestänyt verkostoitumistilaisuuksia ja koulutuksia. Kauhajoen kaupunki on käynnistänyt oman kunnan toimijoille tilaisuuksia ja suunnitteilla on alueellista verkostoitumista.





Kuvio 5: Tiedolla johtamisen edistämisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Tiedolla johtamisen edistämiseen** liittyen esille nousi seuraavaa:

- Matkailun tulo- ja työllisyys selvitys on tehty vuosista 2019–2021 (julkaistu 28.12.2022, SeAMK).



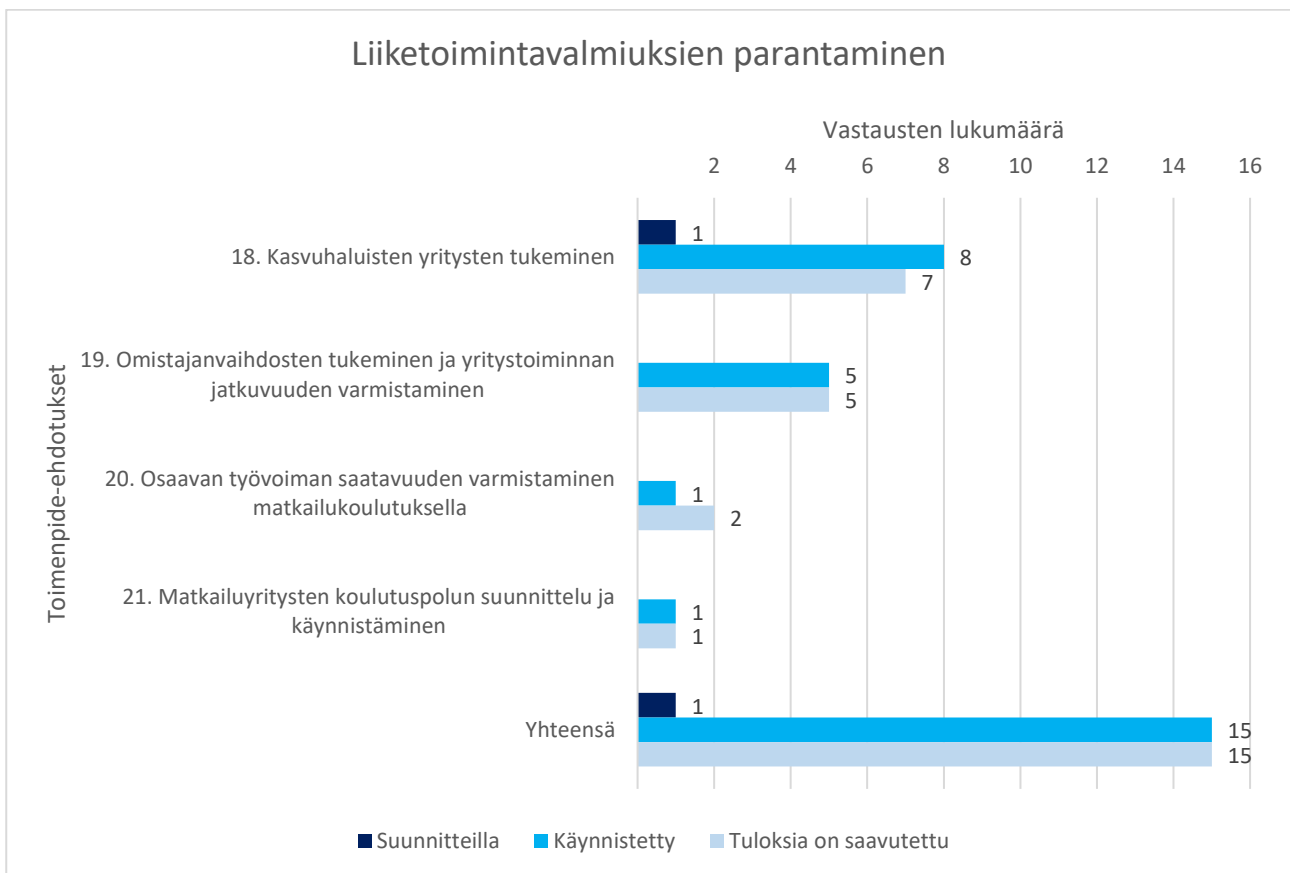
- Matkailun toimialarekisteriä päivitetään olemassa olevien resurssien mahdollistama (Hallintaoikeudet SeAMK ja Visit Lakeus). Sitä käytetään pääosin maakunnan matkailutoimijoille suunnatussa viestinnässä ja kapasiteettitietojen hakemisessa. Laajemman päivityksen tarve on tiedostettu. Etelä-Pohjanmaan ruokapalveluiden osalta on päivitetty tietoja ja tietojen siirtämistä toimialarekisteriin kannattaisi tutkia.
- Matkailun vaikuttavuuden mittareiden määrittäminen ja kehittäminen ovat osa Etelä-Pohjanmaan matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelmaa, joka on laadittu vuosille 2022–2028 (julkaistu 28.12.2022, SeAMK). Kehittämissuunnitelmaan sisältyy myös toimintasuunnitelma vuoteen 2024, jossa on mukana mittarit eli tietolähteet. Suunnitteilla on jatkohanke toimintasuunnitelman käyttöönottamiseksi ja tiedolla johtamisen vahvistamiseksi maakunnassa. Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri on laadittu ja se on tehty vuosista 2021 ja 2022. Barometrin on tarkoitus olla vuosittain toteutettava mittari, jolla selvitetään alueen matkailuyrittäjien odotuksia ja tulevaisuuden näkymiä. Etelä-Pohjanmaan liitto on ollut mukana kehittämässä VOS-tilastoja (teatterit, orkesterit ja museot) sekä Kultti-hankkeen kulttuurin tietoperustaa.
- Etelä-Pohjanmaan matkailijatutkimuksen toteuttaminen tehtiin vuonna 2021 ja kansallispuistojen kävijätutkimus vuonna 2020.
- Visit Finlandin matkailun tietovarannon eli DataHubin hyödyntämiseen on aktivoitu alueen toimijoita ja mukana on 30 yritystä ja 49 tuotetta (raportin kirjoitushetkellä). Lisäksi Kauhajoella on alkamassa hanke, jossa viedään palveluita DataHubiin.
- Matkailun kestävyuden mittaaminen Visit Finlandin indikaattoreiden mukaisesti on sisällytetty osana Etelä-Pohjanmaan vastuullisuustyön suunnitelmaa (julkaistu 2022, SeAMK) ja ne on huomioitu myös matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelmassa. Indikaattorit ovat osa Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -polkua, jossa yritykset hankkivat STF-merkin. Maakunnan yrityksiä on mukana STF-merkin hankinnassa. Muun muassa Etelä-Pohjanmaan matkailuyritysten vastuullisuus näkyväksi -yritysryhmähankkeessa, jossa on mukana kuusi alueen matkailuyritystä. Lauhanvuori-Hämeen kangas Geopark on järjestänyt





koulutuksia kestävyyskriteereistä, ja ne ovat mukana myös alkavassa Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa.

- Selvityksiä koronan vaikutuksista ja hyvistä käytänteistä kriisistä selviämiseen on alueella tehty kolme kappaletta (Koronakyselyt 13.5.2020, 5.11.2020 ja 8.9.2021, SeAMK). Etelä-Pohjanmaan matkailubarometrissa 2021 oli myös ajankohtaisosio koronapandemian vaikutuksista.



Kuvio 6: Liiketoimintavalmiuksien parantamisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

## Liiketoimintavalmiuksien parantamiseen liittyen esille nousi seuraavaa:

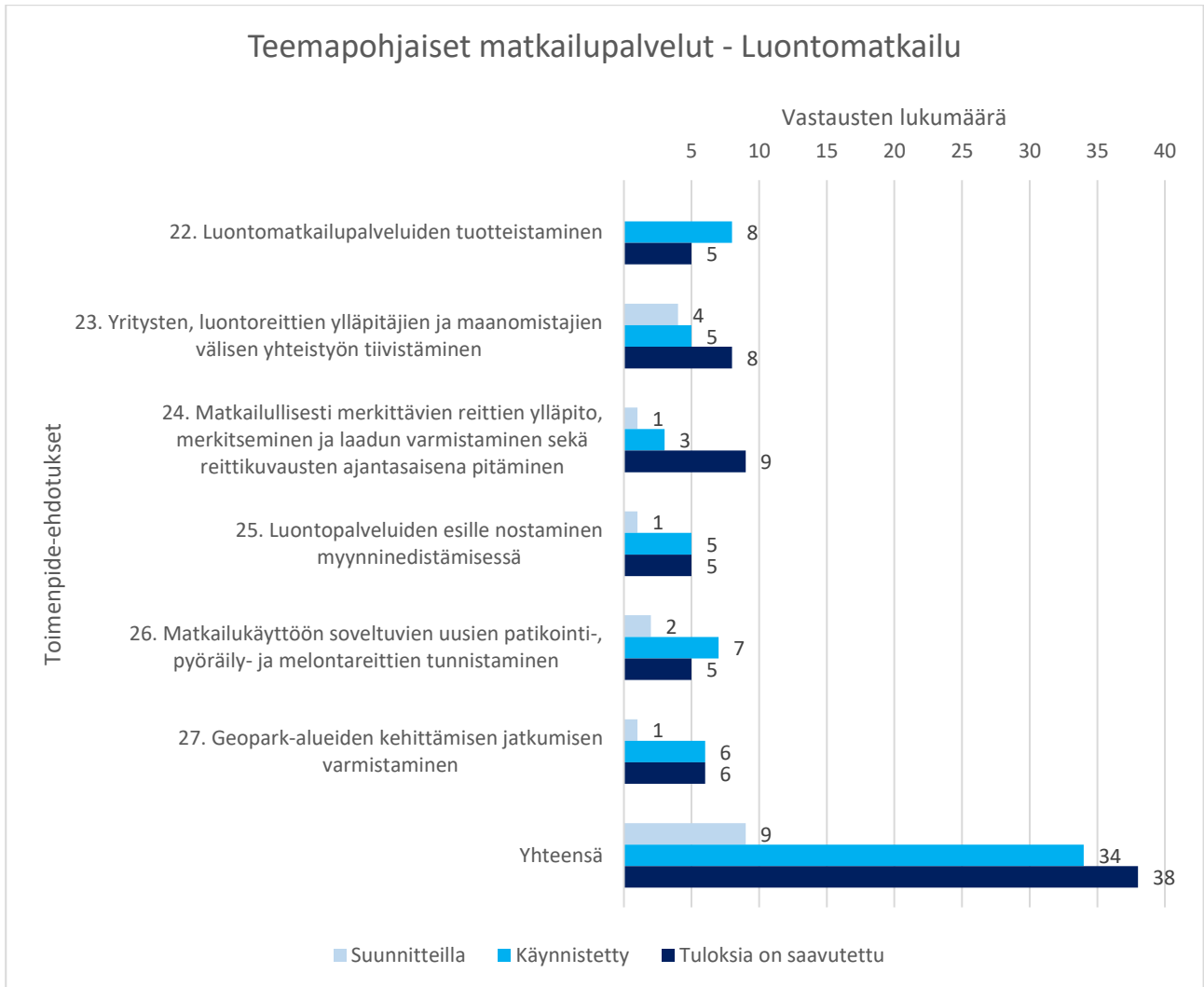
- Kasvuhaluisten yritysten ja omistajavaihdosten tukemista sekä yritystoiminnan jatkuvuuden varmistamista on tehty ja siihen liittyviä toimenpiteitä on käynnissä, kuten esimerkiksi; omistajavaihdostenneuvonta-hanke, kasvuyrittäjyyttä vahvistava -hanke, matkailuyritysten yritysryhmähankkeita aktivoivat toimenpiteet ja yritysryhmien synnyttäminen ja hakuprosessissa tukeminen sekä hankkeiden hallinnointi. Lisäksi yrityksiä on avustettu yritystukien muodossa sekä järjestetty erilaista koulutusta ja sparrauksia.
- Matkailuyritysten koulutusohjama suunnittelun ja käynnistämisen osalta esille nousi matkailuopetuksen vakiinnuttaminen SeAMKissa osaksi restonomikoulutusta.





Kuvio 7: Annettujen vastausten lukumäärät toimenpide-ehdotuksittain jaoteltuna liittyen Teemapohjaisten matkailupalveluiden kehittäminen ja vahvuusalueiden tunnistamisen osa-alueeseen.





Kuvio 8: Luontomatkailun kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.



**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Luontomatkailupalveluiden** osalta liittyen esille nousi seuraavaa:

## **22 Luontomatkailupalveluiden tuotteistaminen:**

- Leader Suupohjan hallinnoimat matkailupalveluhankkeet Geoparkia koskien. Virolaisten kanssa toteutettu matkailun kehittämishanke ESTFIN tourist trails. Näissä molemmissa tarjottiin matkailualan toimijoille tuotteistamiskoulutuksia ja niiden tuloksena syntyi yksittäisille yrityksille luontomatkailupalveluja ja tai vähintäänkin asiaa lähdettiin rakentaman eteenpäin. (Leader Suupohja)
- Luontomatkailuhanke haussa (SeAMK)
- Soinin Eränkävynistä lumovoimaa -HAMA hanke, yksittäisten toimijoiden tuotteistamispyrkimysten tukeminen (JPYP)
- Hevosalan uudet liiketoimintamahdollisuudet Green Caren ja hyvinvoinnin kautta -hanke (SeAMK)
- Kuuden tähden reitistön ympärille kehitetyt/kehittävät palvelut (Alavuden kaupunki)
- Johkussa tuotteita kaupan (LHGeopark)
- Tuotteistus- ja kehityshanke saatettu lähtövalmiuteen, Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hanke 6.3.2023 (Kauhajoen kaupunki)

## **23 Yritysten, luontoreittien ylläpitäjien ja maanomistajien välisen yhteistyön tiivistäminen:**

- Luontomatkailuhanketta haettu: metsänomistajien ja matkailutoimijoiden yhteistyön edistäminen. (SeAMK)
- Muistutettu erityisesti kuntia ja Kraatterijärven Geopark -toimijoita tiivistämään yhteistyötä maanomistajien, yritysten ja luontoreittien ylläpitäjien kanssa. (JPYP)
- Kuuden tähden reitistö kunnostettu ja uudet reitit tehty yhteistyössä ko. tahojen kanssa. (Alavuden kaupunki)
- Geoparkin myötä yhteistyö on tiivistynyt eri toimijoiden kesken. (Metsähallitus)
- Jatkuvaa toimintaa, sopimuksia tehty. (LHGeopark)



- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hanke saatettu lähtövalmiuteen, alkaa 6.3. (Kauhajoen kaupunki)
- Kraatterijärven opastussuunnitelma ja toteutus ym. reitistöhankeet. (Aisapari)

## **24 Matkailullisesti merkittävien reittien ylläpito, merkitseminen ja laadun varmistaminen sekä reittikuvausten ajantasaisena pitäminen:**

- Lapuan reitistöjen ylläpito luontoon ja Outdooractive. (Lapuan kaupunki)
- Reittien kunnostukset ja merkitsemiset yhteistyössä yhdistysten kanssa, ajantasaiset reittikuvaukset Outdooractive-alustalla. (Kuuden tähden reitistö)
- Geopark-alueella maastopalveluja kehitetty mm. hankerahoituksella. (Metsähallitus)
- Reitistöt näkyviksi -hanke ja Outdooractiven sisällöntuotanto. (Aisapari)
- Yhteistyössä Metsähallituksen ja kuntien kanssa. (LHGeopark)
- Geoparkin Two Billion Year Tours -reitistö sekä siihen kuuluvien Kauhajoen maastopyöräily- ym. reittien perustaminen 2021 alkaen, reittikuvaukset on Outdooractivessa. (Kauhajoen kaupunki)

## **25 Luontopalveluiden esille nostaminen myynninedistämisessä:**

- Seinäjoki -vaellusreitin avajaisten järjestäminen yhteistyössä kaupungin ja kyläseurojen kanssa 14.5.2022. (Seinäjoen seudun matkailuyrittäjät)
- Luontopalvelut mukana Visit Lapua esitteessä ja netissä. (Lapuan kaupunki)
- Osana haettavaa hanketta: tuodaan näkyvämmäksi XR-teknologioilla. (SeAMK)
- Kuuden tähden reitistön verkkosivuilla ja Outdooractive-portaalilla pyritään tähän (reitistöihin liittyviä palveluita tuodaan esille) sekä markkinoimalla reitistöä palveluineen aktiivisesti myös esim. messuilla ja tapahtumissa. (Alavuden kaupunki)
- Kuuluu Geoparkin ytimeen. (LHGeopark)
- Geoparkin ja kunnan myynninedistämistyö nojaa luontomatkailupalveluihin. (Kauhajoen kaupunki)





## **26 Matkailukäyttöön soveltuvien uusien patikointi-, pyöräily- ja melontareittien tunnistaminen:**

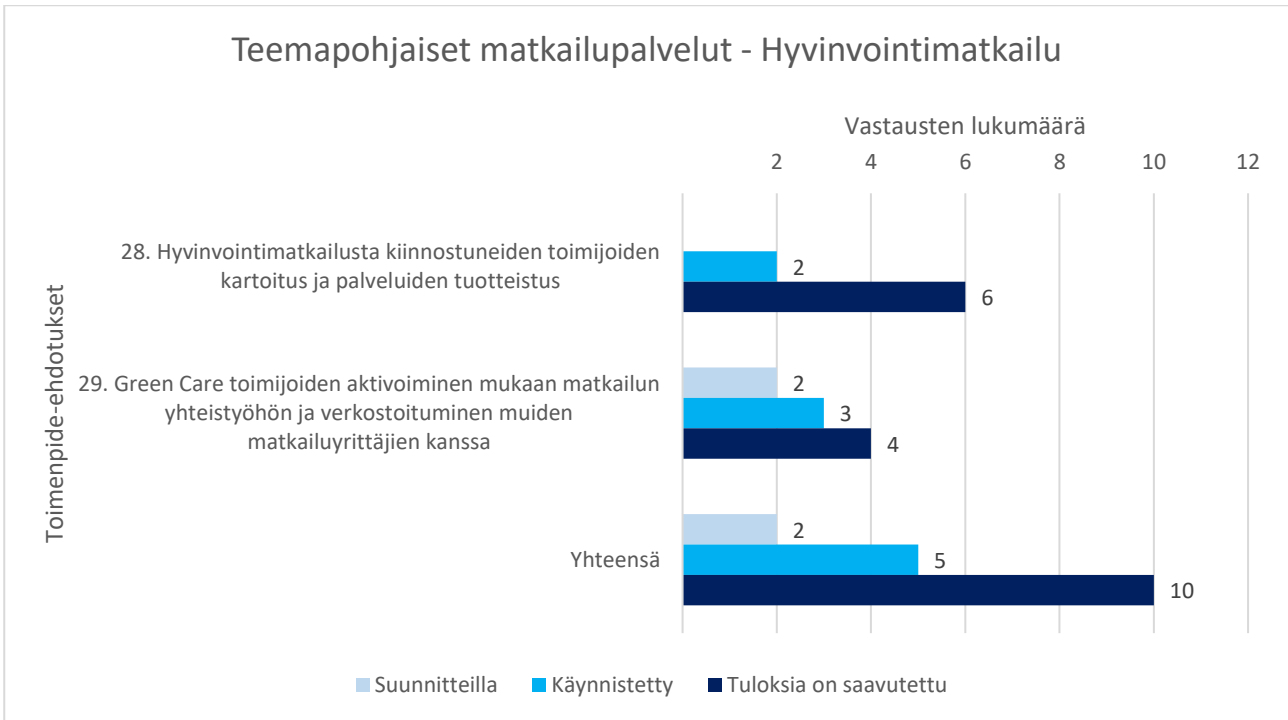
- Avatun Seinäjoki -vaellusreitin mainostaminen. (Seinäjoen seudun matkailuyrittäjät)
- Läskipyöräreitti ja alamäkipyöräily ovat tulossa. (Lapuan kaupunki)
- Rahoitettu Lakeuden Elämysliikunta ry:lle reitistöjen kehittämishankkeita (laiturit, Lastenpolun kehittäminen, elämysportaiden kehittäminen). (Leader Liiveri)
- Uusien reittien suunnittelu, kartoitus ja hankkeistaminen. (Aisapari)
- Pyöräily viimeisimpänä kehittämisen painopisteenä. (LHGeopark)
- Geoparkin Two Billion Year Tours -reitistö sekä siihen kuuluvien Kauhajoen maastopyöräily- ym. reittien perustaminen 2021 alkaen. Lisää reittejä kiikarissa. (Kauhajoen kaupunki)

## **27 Geopark-alueiden kehittämisen jatkumisen varmistaminen:**

- Metsähallituksen ja Lauhanvuori-Hämeen kangas Geopark ry:n sekä Satafoodin (GEOfood) investointi- ja kehittämishankkeiden rahoittaminen 2014–2022 sekä Geopark- alueen ja sen matkailun kehittämisen nostaminen osaksi Virtaa viisikkoon kehittämisstrategiaa vuosille 2023–2027. (Leader Suupohja)
- Aktiivinen yhteistyö Geopark-alueiden kanssa. (SeAMK)
- JPYP on tukenut Kraatterijärven Geoparkin syntymistä. (JPYP)
- Metsähallitus on jäsenenä Geopark (LHGeopark) yhdistyksen hallituksessa. (Metsähallitus)
- Nyt jo toinen kuntien rahoituskausi alkamassa, hankkeita, yhteistyö Geoparkien kesken. (LHGeopark)
- Panostamme tähän voimakkaasti. Mm. uusi Geopark-keskus suunnitelmissa. (Kauhajoen kaupunki)
- Kraatterijärven Geopark-kokonaisuuden hankkeet. (Aisapari)







Kuvio 9: Hyvinvointimatkailun kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Hyvinvointimatkailupalveluiden osalta liittyen esille nousi seuraavaa:**

## 28 Hyvinvointimatkailusta kiinnostuneiden toimijoiden kartoitus ja palveluiden tuotteistus

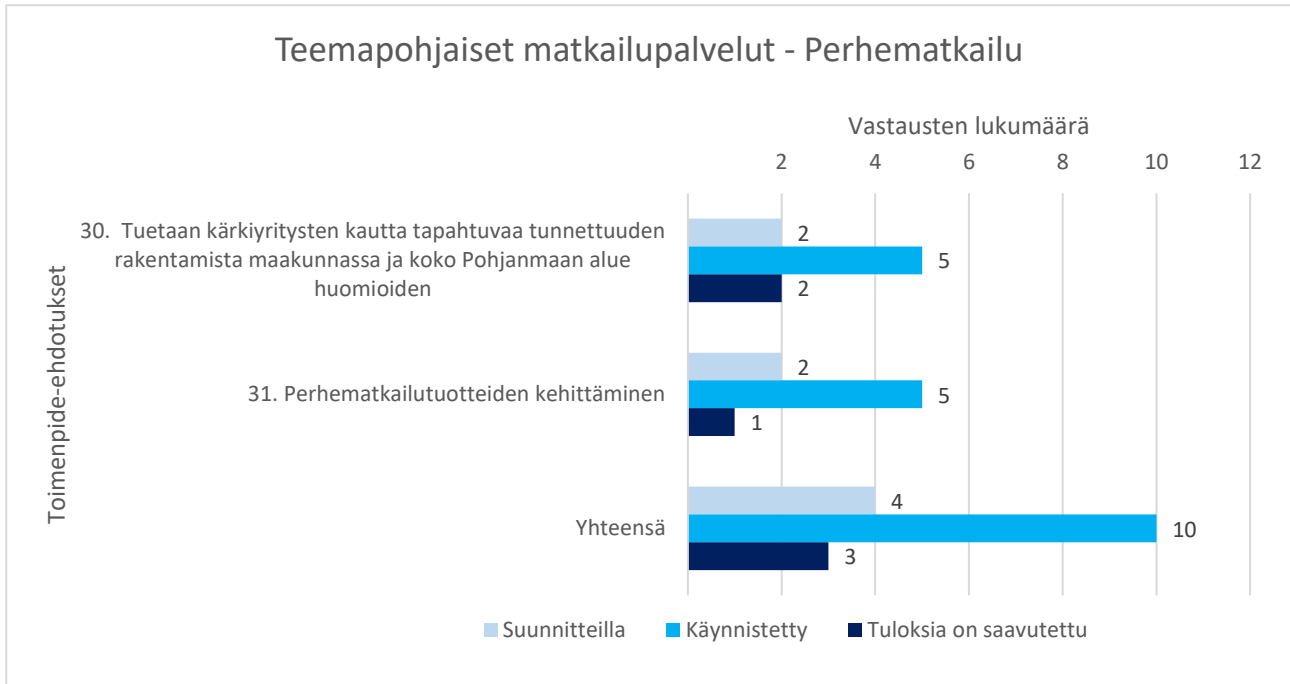
- Omat matkailuhankkeet, joissa on verkotettu seudun matkailutoimijoita ja yhdistyksiä. (Leader Suupohja)
- JPYP:n hallinnoimassa UU MAMA -yhtyrühmähankkeessa lisätään osallistujayritysten hyvinvointimatkailun tuotteistusosaamista. Alueella myös muutamia hyvinvointimatkailusta kiinnostuneita yrityksiä. (JPYP)
- Työpajoja järjestetty, hyvinvointimatkailusuunnitelma tehty, hankkeistettukin, mutta rahoitus puuttuu vielä. (LHGeopark)

- Kysely tehty vuoden 2022 alussa hyvinvointitoimijoille, kartoitettu palveluja ja yhteistyöhaluja, nostettu tuotteita esim. tyhy-mainonnassa. Työ jatkuu Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hanke 6.3.2023 (Kauhajoen kaupunki)

## **29 Green Care toimijoiden aktivoiminen mukaan matkailun yhteistyöhön ja verkostoituminen muiden matkailuyrittäjien kanssa:**

- Matkailuhankkeet, joissa on verkotettu seudun matkailutoimijoita ja yhdistyksiä. (Leader Suupohja)
- Osana haettua hanketta otetaan mukaan myös GC toimijat. (SeAMK)
- Hevosalan uudet liiketoimintamahdollisuudet Green Caren ja hyvinvoinnin kautta -hankkeessa. (SeAMK)
- Verkostomme yrittäjissä on mukana aktiivisia Green Care -toimijoita, teema mukana hyvinvointimatkailusuunnitelmassa. (LHGeopark)
- Geoparkin ja kunnan oman toiminnan yhteydessä on aktivoitu Green Care toimijoita. (Kauhajoen kaupunki)





Kuvio 10: Perhematkailun kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Perhematkailupalveluiden** osalta liittyen esille nousi seuraavaa:

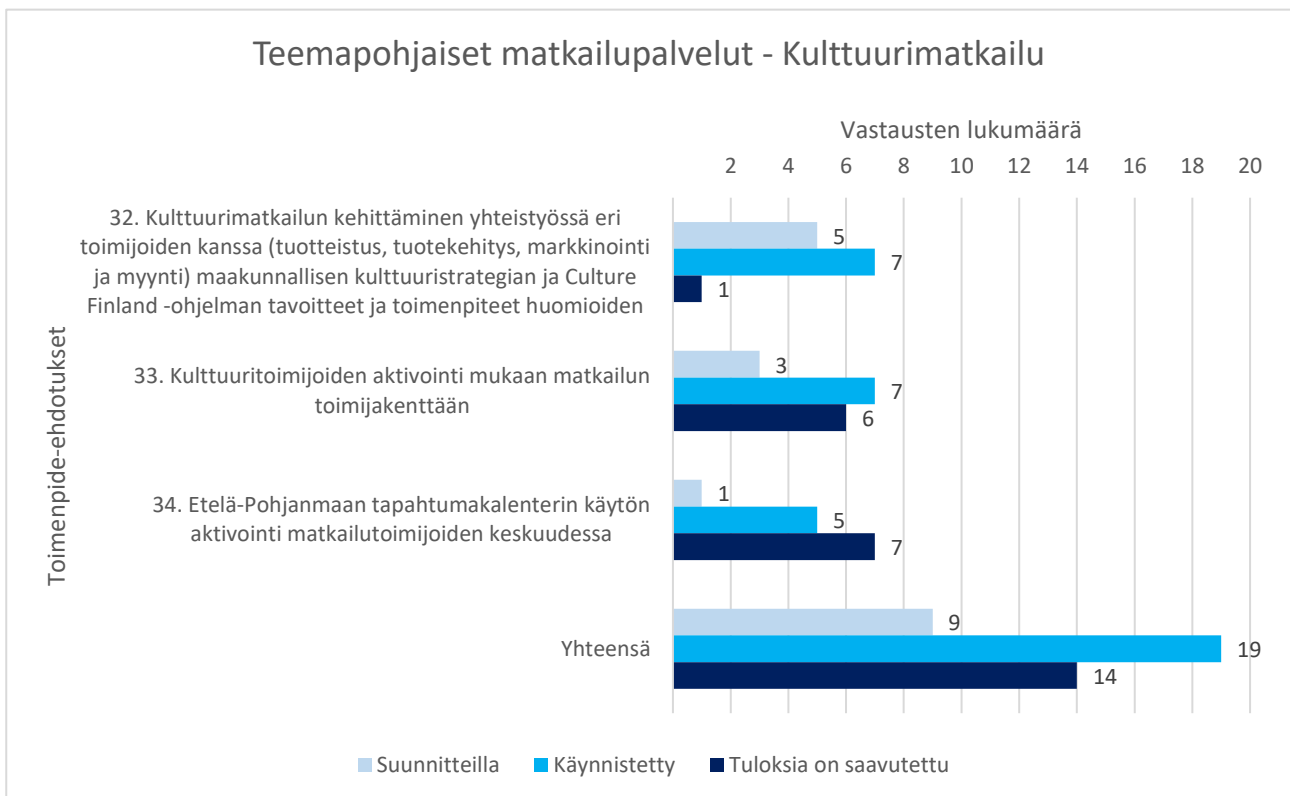
### 30 Tuetaan kärkiyritysten kautta tapahtuvaa tunnettuuden rakentamista maakunnassa ja koko Pohjanmaan alue huomioiden:

- Yhteistyö Vanhan Paukun, Kosolan talon ja Lapuan kankureiden kanssa. (Lapuan kaupunki)
- Yhteistyö Visit Lakeuden kanssa, Suupohjassa vähänlaisesti kärkiyrityksiä. (LHGeopark)
- Raitilla -kampanjassa 2022 nostettiin kärkiyrityksiä ja pohjalaisen matkailun profiilia. Työ jatkuu Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa ja Geopark-toiminnassa. Matkamessut Helsingissä 2023. Tarvitaan lisää yhteistyötä Visit Lakeuden ja

Pohjanmaan toimijoiden kanssa tässä teemassa. (Kauhajoen kaupunki)

### 31 Perhematkailutuotteiden kehittäminen:

- Jokilaakson matkailupuutarha on perhekohte. Kesätapahtumia perheille on tehty. (Lapuan kaupunki)
- Tehty perheille suunnattuja kiertomatkaehdotuksia kohdennettuun markkinointiin.
- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa pyritään tuotteistamaan paremmin näitäkin. (Kauhajoen kaupunki)



Kuvio 11: Kulttuurimatkailun kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.



**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Kulttuurimatkailupalveluiden** osalta liittyen esille nousi seuraavaa:

**32 Kulttuurimatkailun kehittäminen yhteistyössä eri toimijoiden kanssa (tuotteistus, tuotekehitys, markkinointi ja myynti) maakunnallisen kulttuuristrategian ja Culture Finland -ohjelman tavoitteet ja toimenpiteet huomioiden:**

- Vaikka on paljon kulttuuritarjontaa, niitä ei ole tuotteistettu matkailuun. Puute on tiedostettu ja aiomme tehdä sille jotain. (Lapuan kaupunki)
- Alajärven kaupungin Aalto-kohteiden sekä muiden kulttuurimatkailukohteiden kehittämiseksi kaavallaan hanketta ehkä v. 2024–2025 (JPYP)
- Kulttuurikuokka-hanke (Aisapari)
- Tuotteistustyöpajasarja aloitettu hankkeessa. (LHGeopark)
- Vuonna 2022 toteutetussa kyselyssä toimijoille huomioitu myös kulttuuritoimijat. (Kauhajoen kaupunki)
- KUMOUS – Kulttuurimatkailun osaamisen uudistus -hankesuunnitelma on laadittu ja haettu rahoitusta. (SeAMK)
- Etelä-Pohjanmaan tapahtumakalenteri markkinoinnin tukena. Kulttuurikartta, joka nostaa alueen kohteita esiin. (Etelä-Pohjanmaan liitto)

**33 Kulttuuritoimijoiden aktivointi mukaan matkailun toimialakenttään:**

- Maakunnallisessa yhteistyössä Satakunnan kanssa, esim. Kammista Skantziin taiteiden reitti. (Leader Suupohja)
- On tulossa. (Lapuan kaupunki)
- Pieni joukko saatu jo mukaan. (LHGeopark)
- On aktivoitu tuottamaan ohjelmapalveluja esim. tyhy-matkailuun, jatketaan työtä Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa. (Kauhajoen kaupunki)
- KUMOUS – Kulttuurimatkailun osaamisen uudistus -hankesuunnitelma on laadittu ja haettu rahoitusta. (SeAMK)

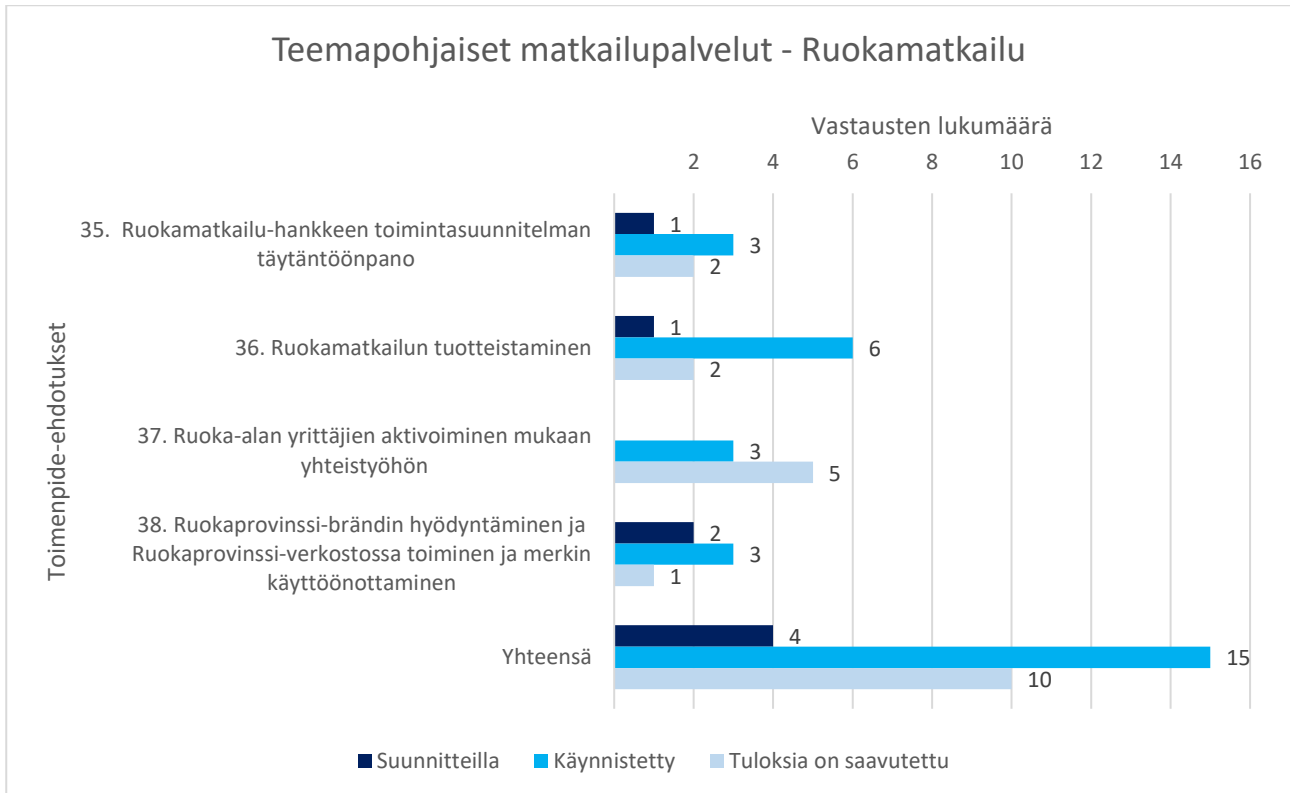


- Kulttuurikuokka-hanke (Aisapari)
- Kaikille avoimet kulttuurimatkailukaffit ja kulttuurimatkailuverkoston laajentaminen. (Etelä-Pohjanmaan liitto)

### **34 Etelä-Pohjanmaan tapahtumakalenterin käytön aktivointi matkailutoimijoiden keskuudessa**

- Uudessa Visit Suupohja sykähdyttää -hankkeessa yksi toimenpide. (Leader Suupohja)
- Sekä matkailutoimijoiden että myös muiden yritysten ja yhdistysten aktivointi tapahtumakalenterin käyttöön. JPYP:n omat tapahtumat/koulutukset esillä EP:n tapahtumakalenterissa. (JPYP)
- Kalenterin markkinointia sekä omissa että kumppanien tapahtumissa. (Aisapari)
- Joku voisi tehdä tähän mainoksen, jota voisi jakaa yrityksille. (LHGeopark)
- Järjestetään vuosittain mm. käyttöopastuksia tapahtumakalenterin käyttöön sekä tehdään tapahtumakalenteriin liittyvää markkinointia yksin ja yhdessä alueen kuntien kanssa. (Etelä-Pohjanmaan liitto)





Kuvio 12: Ruokamatkailun kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Ruokamatkailupalveluiden** osalta liittyen esille nousi seuraavaa:

### 35 Ruokamatkailu-hankkeen toimintasuunnitelman täytäntöönpano

- Ruoka on nostettu merkittäväksi osaksi Ruokaprovinssi2030-strategiaa, toimenpiteissä on huomioitu myös ruokamatkailun kehittäminen esim. ruokareitein ja toimijoille suunnatuin fasilitointitilaisuuksin. (SeAMK)
- GEOfood-hanke, SeAMK-yhteistyö GEOfoodin konseptoinnissa (10 pistettä!) (LHGeopark)
- Geofood-hankkeessa mukana, opintomatka luvassa, Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa jatketaan työstämistä. (Kauhajoen kaupunki)

### 36 Ruokamatkailun tuotteistaminen:

- Osana UUMAMA -yhtyrityryhmähanketta edistetään neljän eteläpohjalaisen yrityksen ruokamatkailuosaamista ja -tuotteistamista. Edesautettu myös GEOFood-hankkeen syntymistä. (JPYP)
- GEOfood ja siihen liittyvä tuotteistus, ruokareitit suunnitteilla. (LHGeopark)
- GEOfood-hankkeessa mukana, opintomatka luvassa, Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa jatketaan työstämistä. (Kauhajoen kaupunki)
- Ruokaperinteet tutuksi -hanke. (Aisapari)

### 37 Ruoka-alan yrittäjien aktivoiminen mukaan yhteistyöhön:

- Yhteishankkeessa Satafoodin kanssa. Hankkeessa myös kansainvälinen ulottuvuus. Mukaan saatiin muutamia ravitsemustoimintaa harjoittavia yrittäjiä (kahvilat, pitopalvelut). (Leader Suupohja)
- Ruokaperinteet tutuksi -hanke ja Läheltä lautaselle -hanke, Osta tilalta -päivän kampanjointi, Reko-ringin ylläpito. (Aisapari)
- Pikkuhiljaa yritykset kiinnostuvat, hanke sparraa. (LHGeopark)
- GEOfood-hanke aktivoitunut, ja Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa jatketaan työtä. (Kauhajoen kaupunki)

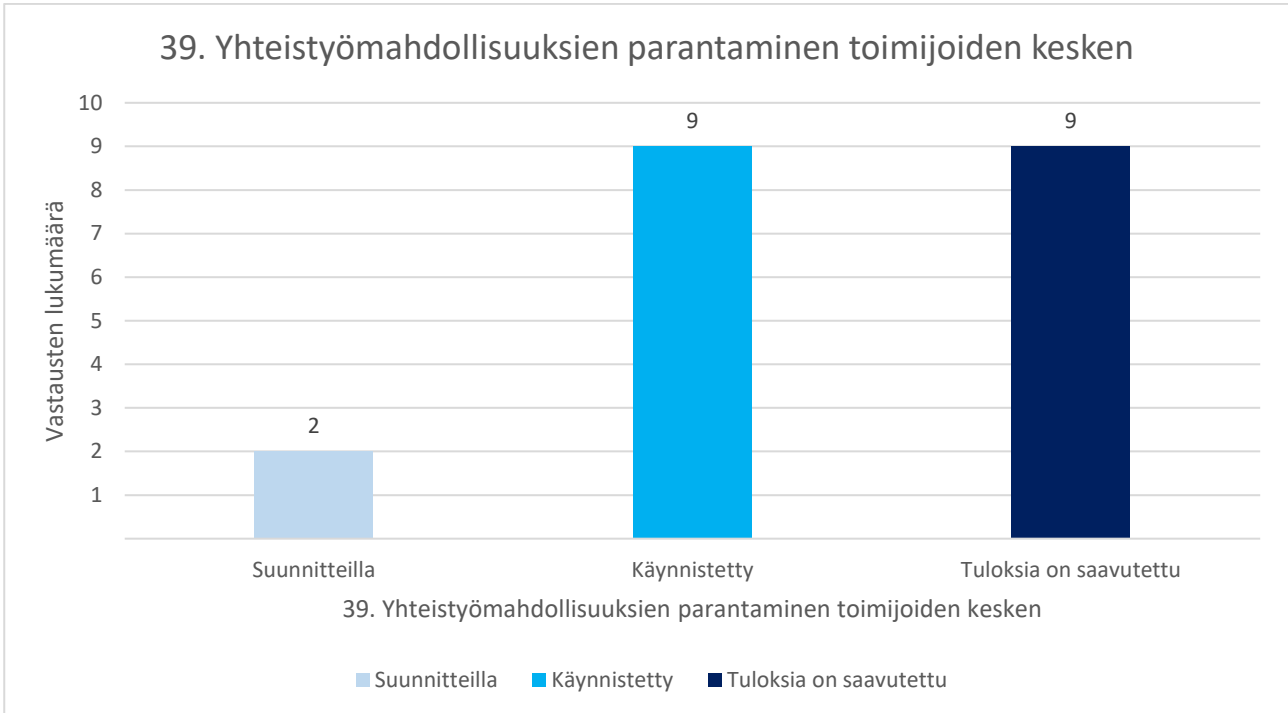
### 38 Ruokaprovinssi-brändin hyödyntäminen ja Ruokaprovinssiverkostossa toimiminen ja merkin käyttöönotto:

- Ruokaprovinssistrategian valmistelutyössä mukana. (SeAMK)
- Ruokaprovinssi 2030 - Paras paikka ruokabisnekselle-strategia toimenpiteineen on valmistunut 12/2022. Strategian toimenpiteet vahvistavat Ruokaprovinssia, maakunnan ruoka-alan verkostoa pellolta pöytään sekä Ruokaprovinssinmerkin käyttöä. (SeAMK)
- Tästä pitäisi keskustella, jotta saataisiin käyntiin. Satakunnassa on vastaava hanke omalla brändillään. (LHGeopark)





- Mietitään sekä Ruokaprovinsi- että GEOfood-konseptien hyödyntämistä. (Kauhajoen kaupunki)



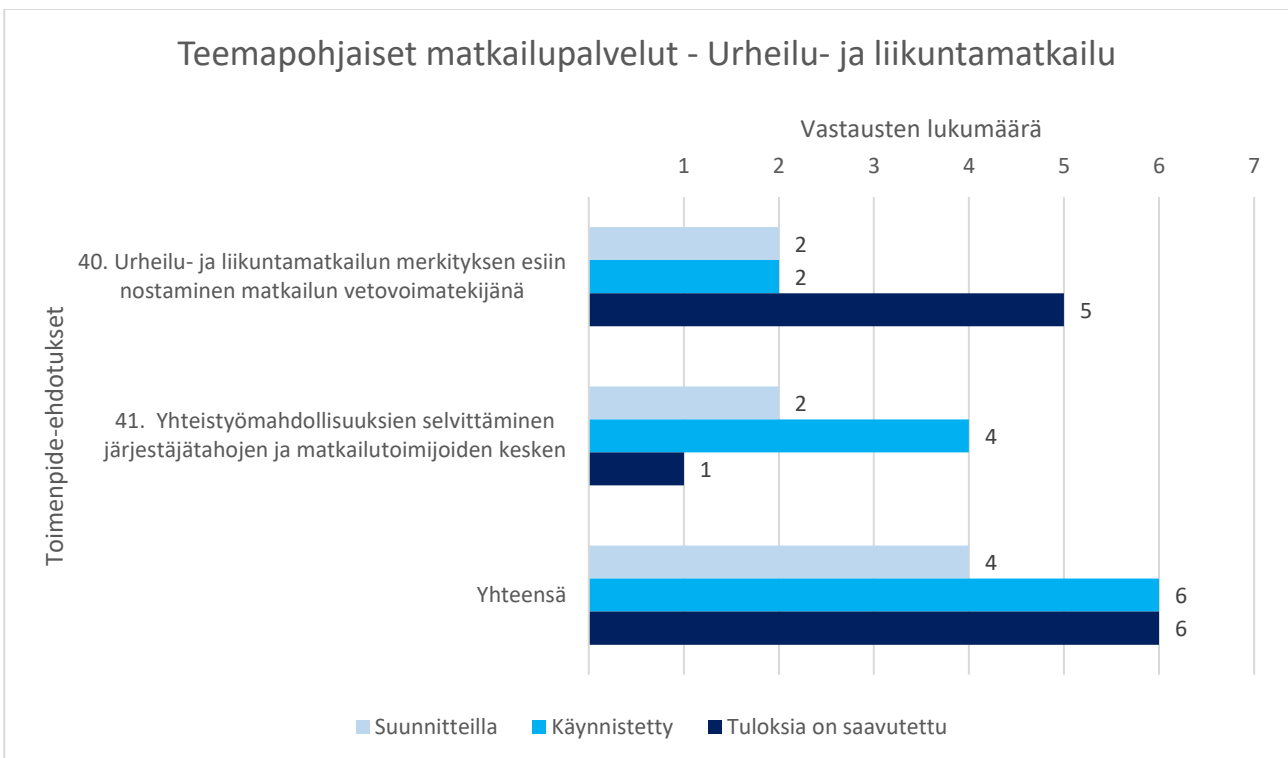
Kuvio 13: Tapahtumat ja kokoukset kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Tapahtumat ja kokoukset** osalta liittyen esille nousi seuraavaa:

### 39 Yhteistyömahdollisuuksien parantaminen toimijoiden kesken

- Kalajärven alueen toimijoiden kanssa kokoonnuttu keväällä 2022 miettien alueen kehittämistä, mahdollisesti jatkossa hankkeen avulla. (Seinäjoen seudun matkailuyrittäjät ry)
- Matkailuhankkeiden toimet yleisesti ovat onnistuneet toimijoiden tavoittamisessa ja yhteistyön tiivistämisessä alueella sekä kansallisesti ja kansainvälisestikin mm. Ruotsin ja Italian suuntaan. (Leader Suupohja)

- Yhteistyöfoorumit ja työryhmät. (Kauppakamari)
- Osana normaalia toimintaa pyritään saattamaan samat intressit omaavia yrityksiä yhteen ja yhteistyöhön. (JPYP)
- Yhteismarkkinointi ja kampanjat/tapahtumat.
- Tässä olisi paljon tekemistä. (LHGeopark)
- Uusi hanke alamassa, jossa yhteistyötä ryhdytään rakentamaan, kysely toteutettu aiemmin. (Kauhajoen kaupunki)
- Yhteismarkkinointi, tapahtumat / kampanjat (Aisapari)



Kuvio 14: Urheilu- ja liikuntamatkailun kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.



**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Urheilu- ja liikuntamatkailun** osalta liittyen esille nousi seuraavaa:

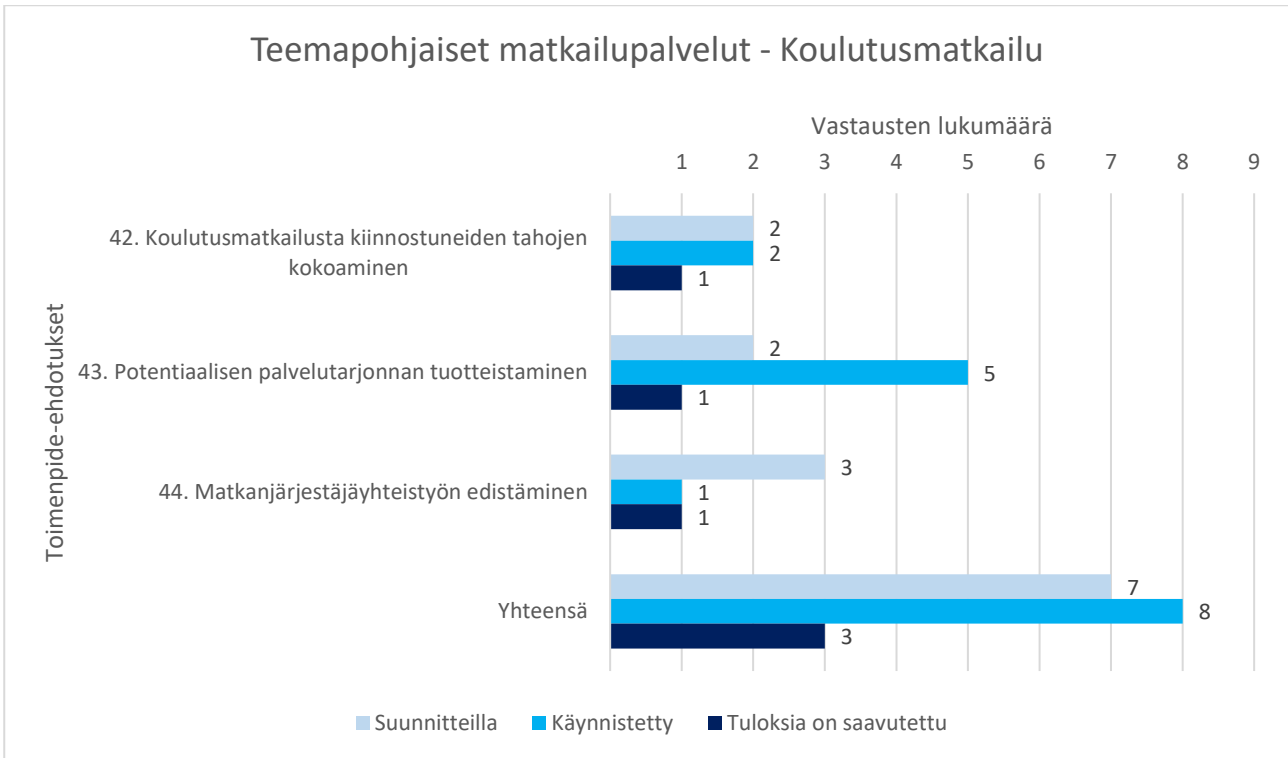
**40 Urheilu- ja liikuntamatkailun merkityksen esiin nostaminen matkailun vetovoimatekijänä:**

- Alajärven kaupungilla potentiaalia ja infraa kehittää urheilu- ja liikuntamatkailua alueellisena matkailun vetovoimatekijänä. (JPYP)
- Liikuntakohteet sisältönä Outdooractivessa, liikuntapaikkahankkeet ja uusien harrastajien aktivointi. (Aisapari)
- Urheilu- ja liikuntatapahtumat luontokohteissa, Lauhanvuorelle suunnitteilla polkujuoksutapahtuma parhaillaan. (LHGeopark)
- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hanke. (Kauhajoen kaupunki)

**41 Yhteistyömahdollisuuksien selvittäminen järjestäjätahojen ja matkailutoimijoiden kesken:**

- Kalajärven alueen toimijoiden kanssa kokoonnuttu keväällä 2022; selvitelty alueen kehitystarpeita. (Seinäjoen seudun matkailuyrittäjät)
- Polkujuoksutapahtuma, pyöräilytapahtumat. (LHGeopark)
- Kysely toteutettu toimijoille 2022. (Kauhajoen kaupunki)





Kuvio 15: Koulutusmatkailun kehittämiseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Teemapohjaiset matkailupalvelut – Koulutusmatkailun** osalta liittyen esille nousi seuraavaa:

#### 42 Koulutusmatkailusta kiinnostuneiden tahojen kanssa:

- Leirikoulujen järjestäjiä koottu yhteistyössä SAMK:n kanssa (LHGeopark)
- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa pohditaan tätäkin. (Kauhajoen kaupunki)

#### 43 Potentiaalisen palvelutarjonnan tuotteistaminen:

- Kulttuurikuokka-hankkeen työpajat. (Aisapari)
- Leirikoulutuotteita tehty. (LHGeopark)
- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa pohditaan tätäkin. (Kauhajoen kaupunki)



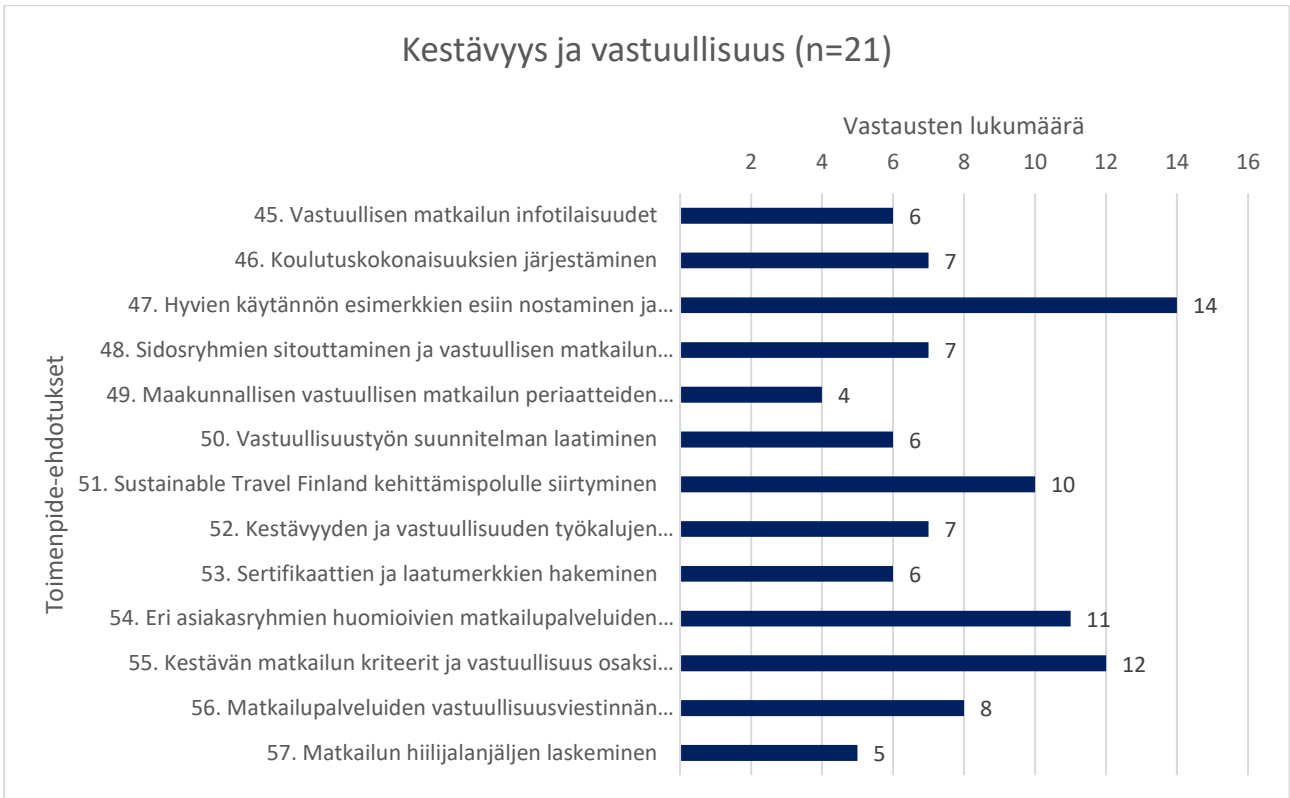
#### 44 Matkanjärjestäjäyhteistyön edistäminen:

- EduTravelille tehtiin tuotteita, mutta sen kaupallinen toiminta lopetettiin, uusia tahoja etsinnässä. (LHGeopark)
- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa pohditaan tätäkin. (Kauhajoen kaupunki)

### 2.3 Tavoite 3: Kestävyys ja vastuullisuus

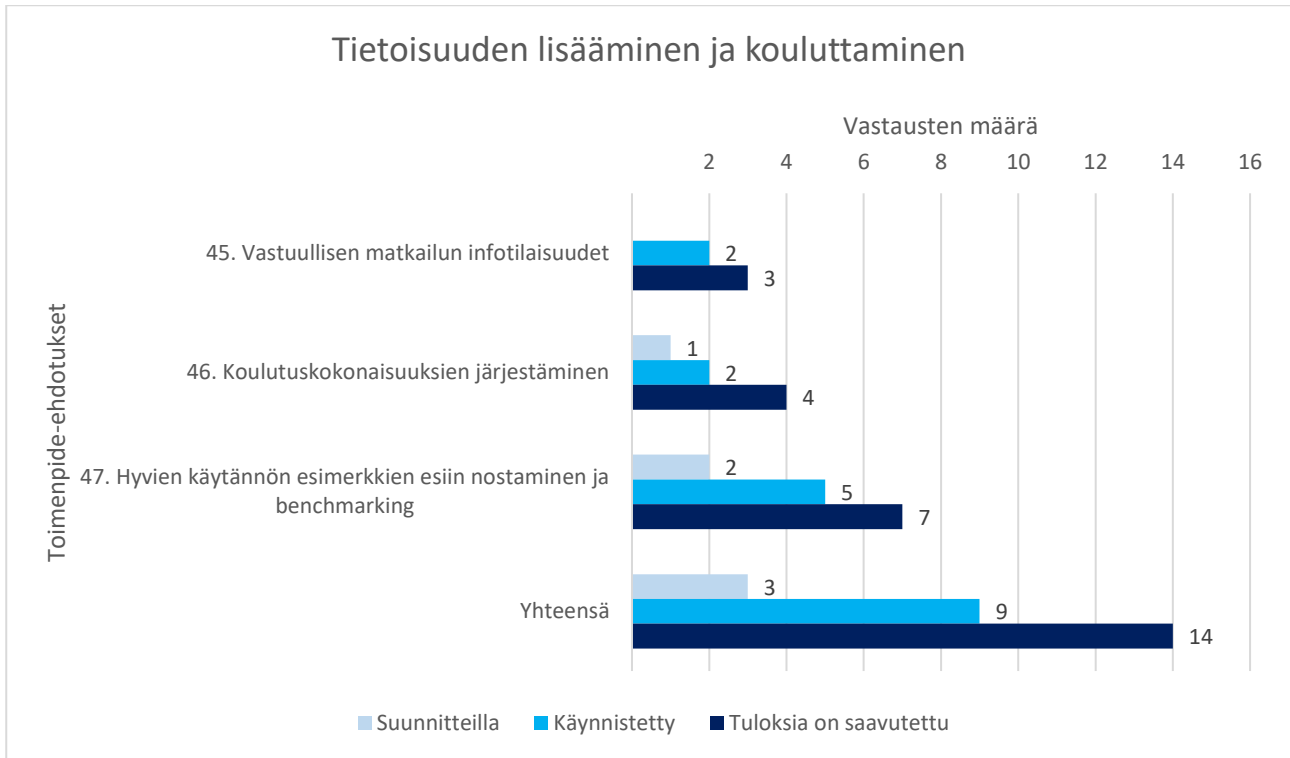
Matkailustrategiassa esitetty kolmas tavoite ja toimenpidekokonaisuus on *Kestävyys ja vastuullisuus*. Toimenpidekokonaisuus jakautuu kolmeen osa-alueeseen: 1) tietoisuuden lisääminen ja kouluttaminen, 2) yhteisen tahtotilan löytäminen ja 3) kestävien käytännön toimien edistäminen. Tähän toimenpidekokonaisuuteen sisältyviin toimenpide-ehdotuksiin otti kantaa yhteensä 21 vastaajaa ja valittujen vastausten lukumäärä oli 103 kappaletta.





Kuvio 16: Annettujen vastausten lukumäärät toimenpide-ehdotuksittain jaoteltuna liittyen Kestävyys ja vastuullisuus -tavoitteeseen.





Kuvio 17: Tietoisuuden lisäämisen ja kouluttamisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Tietoisuuden lisäämiseen ja kouluttamiseen** liittyen esille nousi seuraavaa:

#### 45 Vastuullisen matkailun infotilaisuudet:

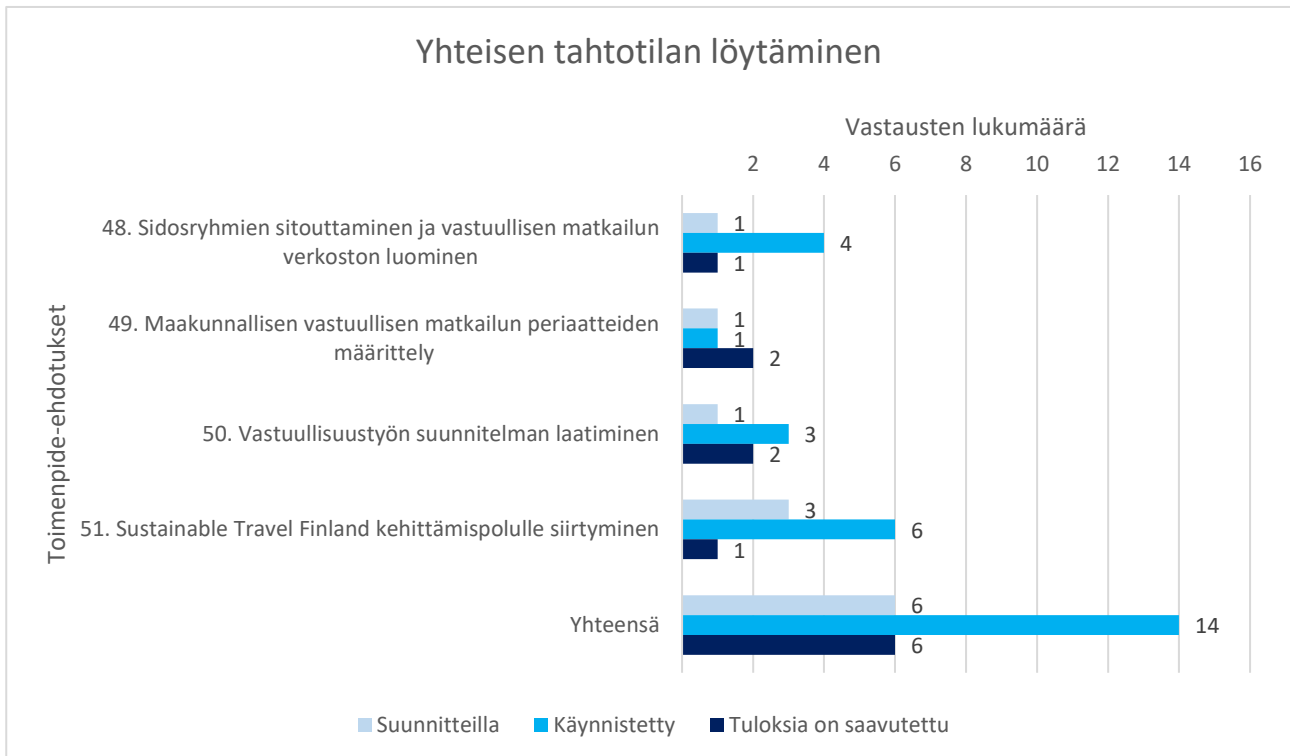
- Infotilaisuuksia pidetty Kohti kestävää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- Tehty yhteistyötä ammattikorkeakoulujen ja hankkeiden kanssa. (LHGeopark)
- Geopark-yhdistys on järjestänyt. (Kauhajoen kaupunki)

#### 46 Koulutuskokonaisuuksien järjestäminen:

- Koulutuskokonaisuuksia on järjestetty Kohti kestävää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- Kulttuurikuokka-hankkeen työpajat. Outdooractive käyttäjäkoulutus. (Aisapari)
- Osana Geopark Ranger -koulutusta. (LHGeopark)

## 47 Hyvien käytännön esimerkkien esiin nostaminen ja benchmarking

- Hyvien käytännön esimerkkien esiin nostamista ja benchmarkingia on tehty Kohti kestäväää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- Lupa strossata – matkailuyritysten vastuullisuusteot näkyväksi -esite. (SeAMK)
- Benchmarking-matkat kestäviin luontomatkailukohteisiin ja -yrityksiin. (Alavuden kaupunki)
- Infotilaisuudet yrityksille. (LHGeopark)
- Kulttuurikuokka-hankkeen työpajat. (Aisapari)
- Geopark-yhdistys on järjestänyt/välittänyt tietoa esimerkeistä. (Kauhajoen kaupunki)



Kuvio 18: Yhteisen tahtotilan löytämisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.





**Yhteisen tahtotilan löytämiseen** liittyen esille nousi seuraavaa:

#### **48 Sidosryhmien sitouttaminen ja vastuullisen matkailun verkoston luominen**

- Yhteistä tahtotilan edistämistyötä on tehty Kohti kestävää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- Tilaisuudet, nyt myös kaikki Suomen Geoparkit yhdessä lähtevät edistämään asiaa (LHGeopark)
- Geopark-yhdistys on tehnyt verkostoimistyötä. (Kauhajoen kaupunki)

#### **49 Maakunnallisen vastuullisen matkailun periaatteiden määrittely:**

- Maakunnallisen vastuullisen matkailun periaatteiden määrittely on tehty Kohti kestävää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- Sustainable Travel Finland -ohjelma pohjana kaikilla, voisi kai sanoa maakunnalliseksi samalla. (LHGeopark)

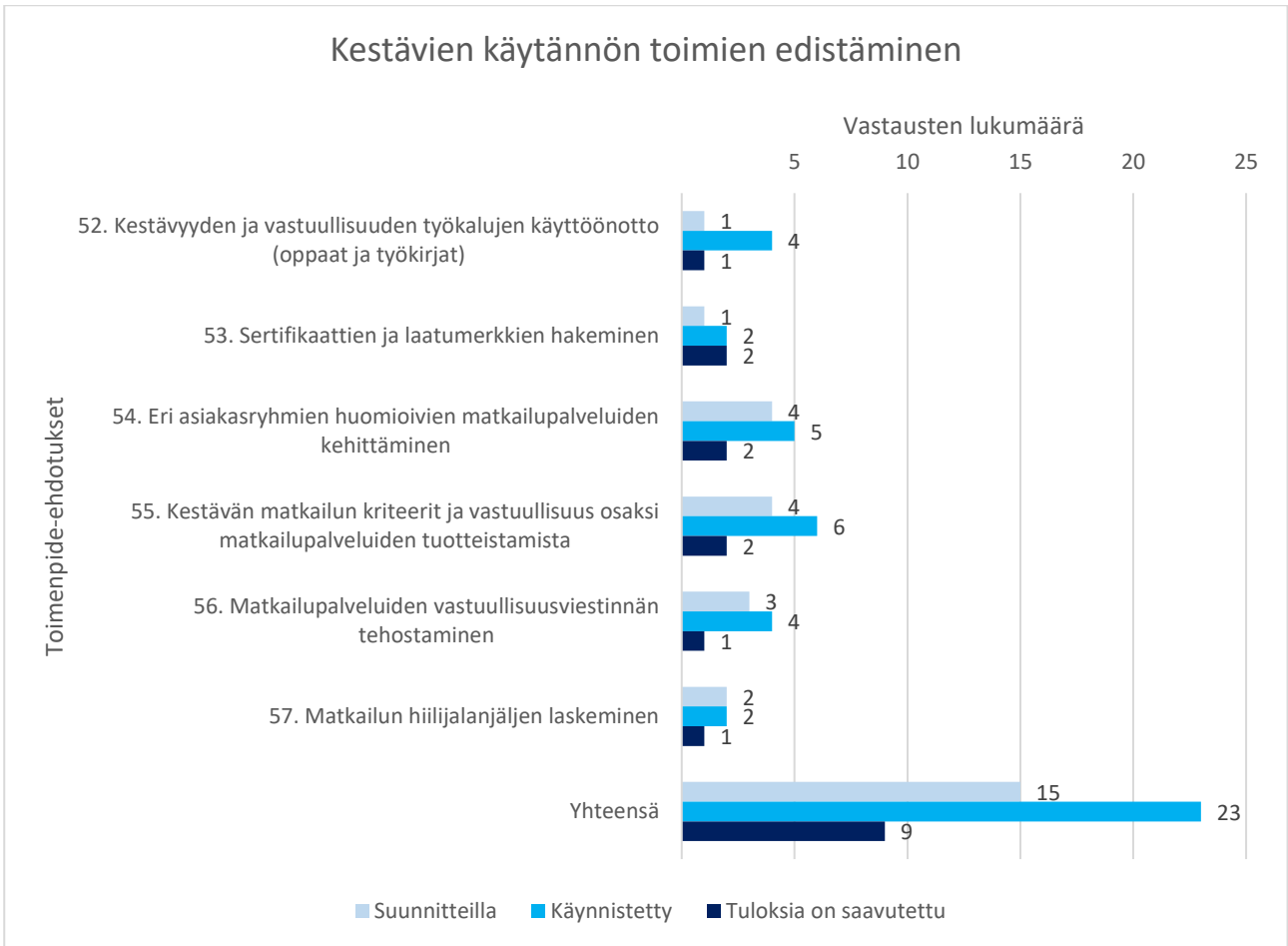
#### **50 Vastuullisuustyön suunnitelman laatiminen**

- Etelä-Pohjanmaan vastuullisuustyön suunnitelma tehty Kohti kestävää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa, julkaistu 2022. (SeAMK)
- Geoparkilla oma kestävän kehityksen toimintaohjelma, ei jalkautettu vielä. (LHGeopark)

#### **51 Sustainable Travel Finland kehittämispolulle siirtyminen:**

- Yritysryhmähanke suunniteltu ja koottu aiheen ympärille, jossa yritykset suorittavat STF-merkin. (Rahoitus myönnetty ja hanke käynnistynyt) (SeAMK)
- Yksi yritys saavuttanut STF-merkin (Härmän liikenne)
- Kansallispuistoille STF -tuotemerkki, Metsähallituksen kohteilla kestävyyttä seurataan LAC-menetelmän avulla. (Metsähallitus)
- Olemme mukana STF-ohjelmassa. (LHGeopark)
- Geopark-yhdistys edistää alueellista STF-kohteen sertifiointia. (Kauhajoen kaupunki)





Kuvio 19: Kestävien käytännön toimien edistämiseen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Kestävien käytännön toimien edistämiseen** liittyen esille nousi seuraavaa:

### 52 Kestävyyden ja vastuullisuuden työkalujen käyttöönotto (oppaat ja työkirjat):

- Kestävyyden ja vastuullisuuden työkalujen käyttöönottoa on tehty Kohti kestävää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- STF-polulla. (LHGeopark)
- Jatketaan Geoparkin aloittamaa työtä (Kauhajoen kaupunki)

### 53 Sertifikaattien ja laatumerkkien hakeminen

- STF-polulla. (LHGeopark)



- Jatketaan Geoparkin aloittamaa työtä (Kauhajoen kaupunki)
- Yrityksiä on tuettu sertifikaattityössä, yritysryhmähanke käynnistynyt. (SeAMK)

#### **54 Eri asiakasryhmien huomioivien matkailupalveluiden kehittäminen:**

- Tiedottamista tehty Kohti kestäväää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- Tuotteistukset. (LHGeopark)
- Opastuspalveluissa huomioitu eri ikäryhmät, erilaista tarjontaa eri ikäryhmille. (Lapuan kaupunki)
- Jatketaan Geoparkin aloittamaa työtä (Kauhajoen kaupunki)
- Kulttuurikuokka-hankkeen työpajat. (Aisapari)

#### **55 Kestävän matkailun kriteerit ja vastuullisuus osaksi matkailupalveluiden tuotteistamista**

- Tunnistettu puute. Tähän tulisi osata vastata, jotta voidaan paremmin myydä. (Lapuan kaupunki)
- Kestävän matkailun kriteerit ja vastuullisuus huomioidaan sekä alkavien yritysten että jo toiminnassa olevien yritysten neuvonnassa sekä tuotteistamissuunnitelmissa. (JPYP)
- Metsähallituksella kestävään matkailun päivitettyt linjaukset ja sopimukset. (Metsähallitus)
- STF-polulla. (LHGeopark)
- Jatketaan Geoparkin aloittamaa työtä (Kauhajoen kaupunki)
- Edistetty Kohti kestäväää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)

#### **56 Matkailupalveluiden vastuullisuusviestinnän tehostaminen**

- Edistetty Kohti kestäväää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa. (SeAMK)
- Lupa strossata – matkailuyritysten vastuullisuusteot näkyväksi -esite. (SeAMK)
- STF-polulla. (LHGeopark)
- Jatketaan Geoparkin aloittamaa työtä (Kauhajoen kaupunki)



- Kulttuurikuokka-hankkeen työpajat. (Aisapari)

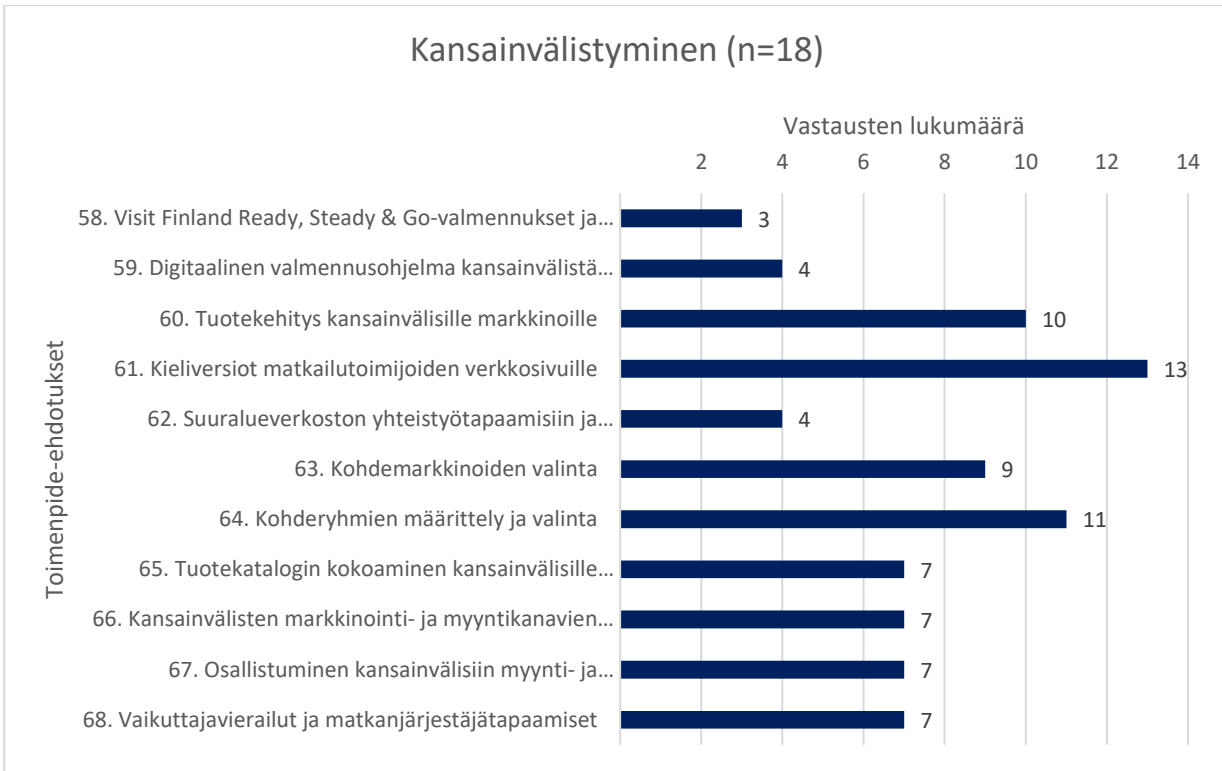
### 57 Matkailun hiilijalanjäljen laskeminen:

- Edistetty Kohti kestäväää matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa tukemalla laskurin käyttöönottoa. (SeAMK)
- Suunnitteilla yhteishanke tiedolla johtamisen teeman kanssa, jossa hiilijalanjäljen laskenta myös mukana. (SeAMK)
- Pirkanmaalla olleita kokeiluhankkeita on tarkoitus laajentaa. (Metsähallitus)
- Yhteistyö Visit Tampereen kanssa. (LHGeopark)

## 2.4 Tavoite 4: Kansainvälistyminen

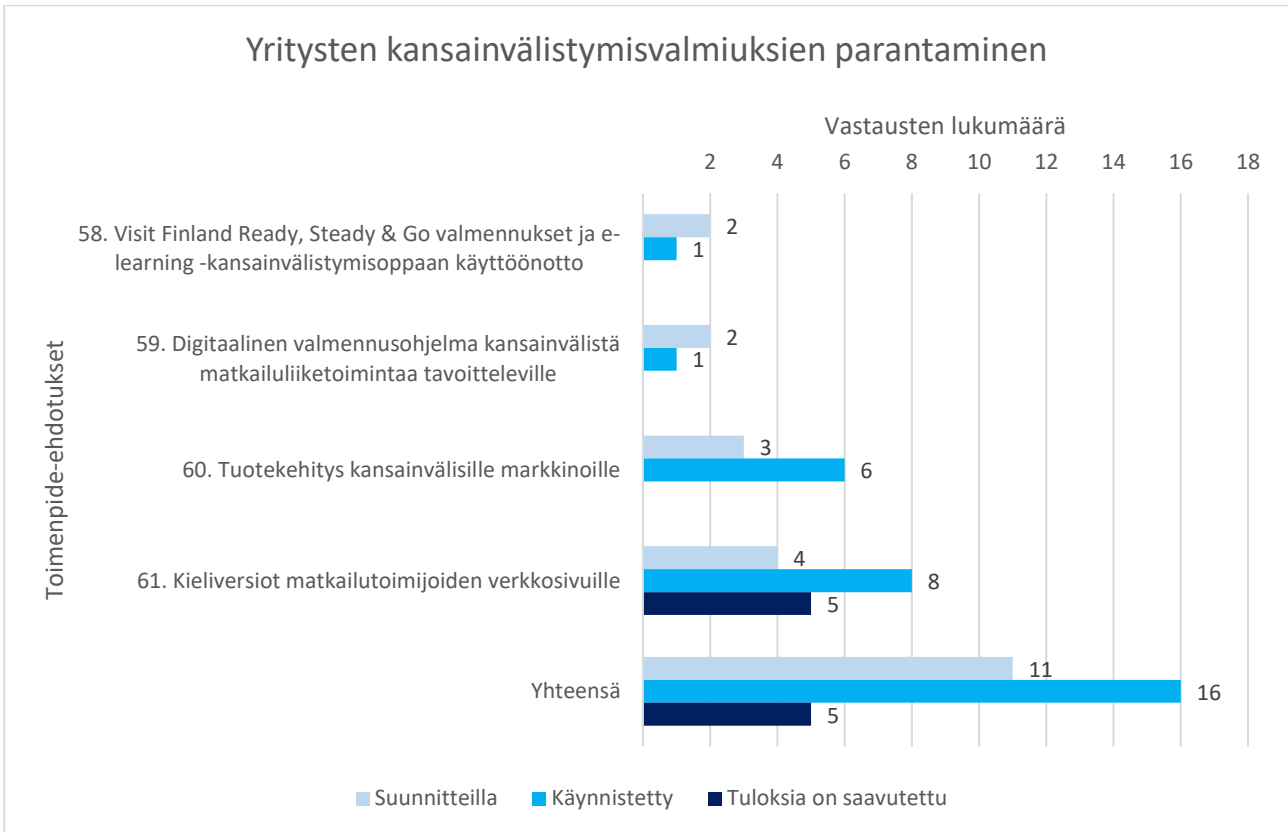
Matkailustrategiassa esitetty neljäs tavoite ja toimenpidekokonaisuus on *Kansainvälistyminen*. Toimenpidekokonaisuus jakautuu kolmeen osa-alueeseen: 1) yritysten kansainvälistymisvalmiuksien parantaminen, 2) suuralueyhteistyön vahvistaminen ja 3) kohdemarkkinoiden valinta ja kohderyhmien määrittely. Tähän toimenpidekokonaisuuteen sisältyviin toimenpide-ehdotuksiin otti kantaa yhteensä 18 vastaajaa ja valittuja vastauksia oli 82 kappaletta.





Kuvio 20: Annettujen vastausten lukumäärät toimenpide-ehdotuksittain jaoteltuna liittyen Kansainvälistymisen tavoitteeseen.





Kuvio 21: Yritysten kansainvälistymisvalmiuksien parantamisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Yritysten kansainvälistymisvalmiuksien parantamiseen liittyen esille nousi seuraavaa:**

### **58 Visit Finland Ready, Steady & Go -valmennukset ja e-learning -kansainvälistymisoppaan käyttöönotto**

- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa myös edistetään kansainvälisyyttä. (Kauhajoen kaupunki)

### **59 Digitaalinen valmennusohjelma kansainvälistä matkailuliiketoimintaa tavoitteleville**

- Tukea ainakin, ja mielellään hyödynnetään muiden järjestämiä valmennusohjelmia. (Kauhajoen kaupunki)





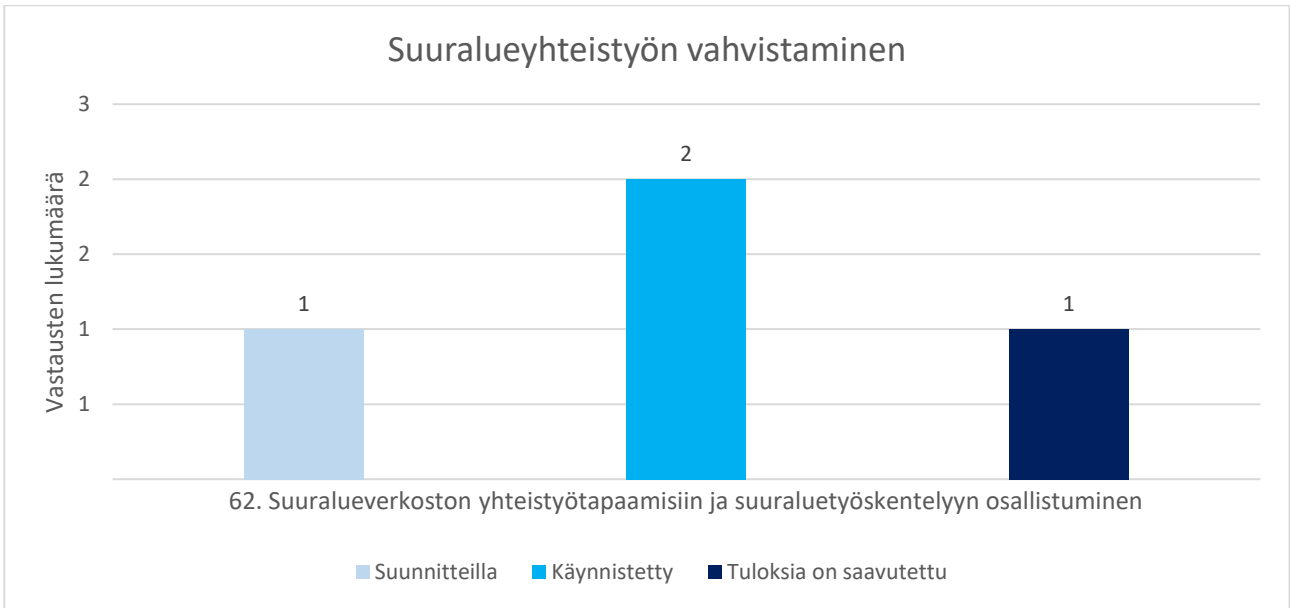
## 60 Tuotekehitys kansainvälisille markkinoille

- Kuuden tähden reitistöön liittyvien palveluiden tuotteistaminen kv-asiakkaille. (Alavuden kaupunki)
- Elämysten Ekonomia Geoparkissa -hankkeessa tehdään kv-tuotekehitystä. (Kauhajoen kaupunki)
- Muutamilla yrityksillä mahdollisuuksia. (LHGeopark)

## 61 Kieliversiot matkailutoimijoiden verkkosivuille

- FIN, SWE, ENG ovat olemassa. (Lapuan kaupunki)
- Kannustettu yrityksiä, tehty itse heille tuotekuvauksia Outdooractiveen myös englanniksi. (LHGeopark)
- GP kieliversioita jo on esim. pyöräilyoppaista ja nettisivut, Taiteiden reitin kieliversiot tulossa, uusia edistetään. (Kauhajoen kaupunki)
- Englannin kieliversio on jo Visit Suupohja sivuilla. Ruotsin kieliversio on tulossa vuoden 2023 aikana. (Leader Suupohja)
- Osana UU MAMA-hanketta kiinnitetään huomiota kansainvälisen matkailun valmiuksiin ja yhdelle osallistujayritykselle toteutetaan englanninkielinen verkkosivusisältö. (JPYP)
- Yleinen tiedotus toimijoille ja yritysrühmähankkeiden toimenpiteet. (Aisapari)





Kuvio 22: Suuralueyhteistyön vahvistamisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

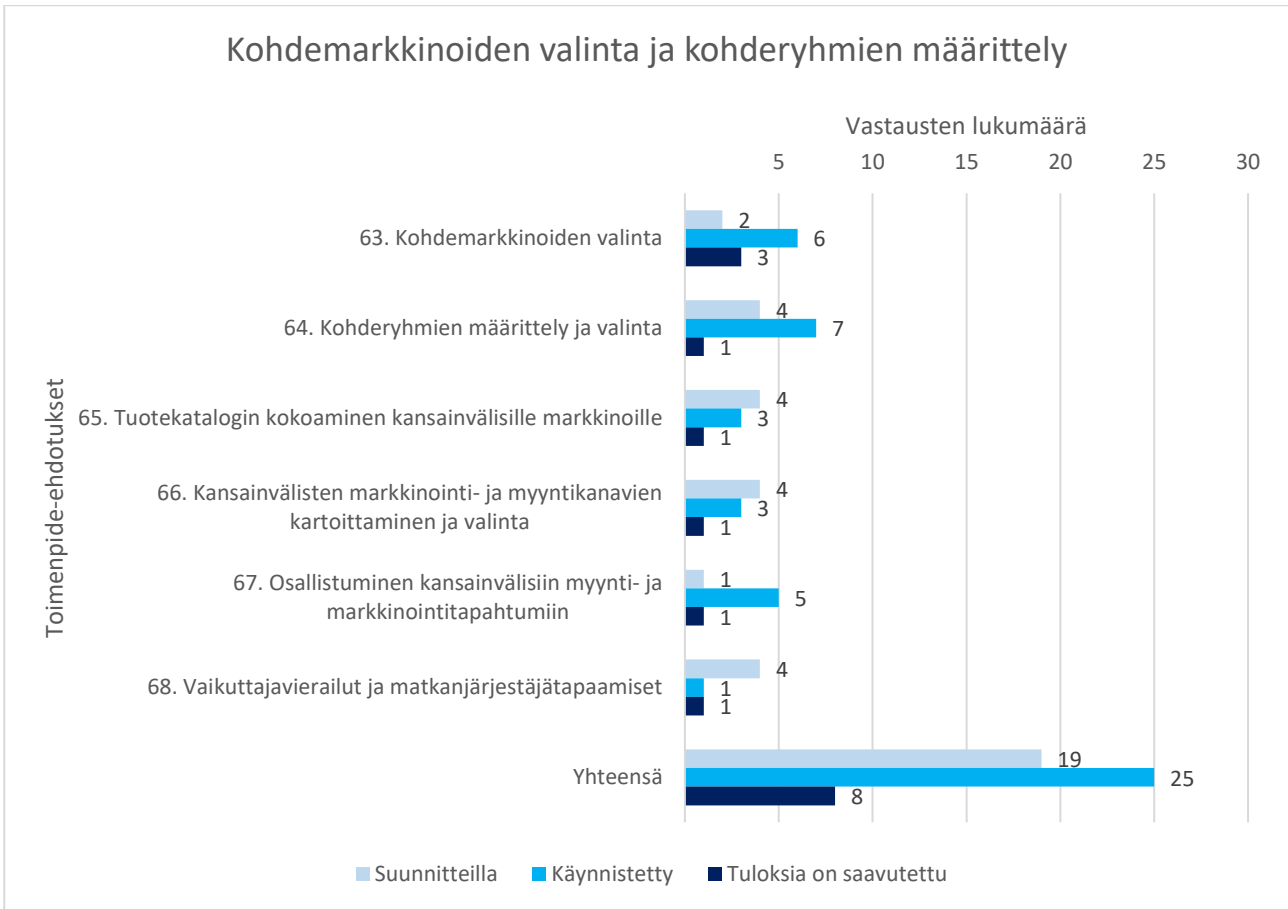
**Suuralueyhteistyön vahvistamiseen** liittyen esille nousi seuraavaa:

**62 Suuralueverkoston yhteistyötapaamisiin ja suuraluetyöskentelyyn osallistuminen:**

- Yhteistyön lisääminen Visit Finlandin, Visit Tampereen, Visit Porin, Visit Lakeuden, Geopark-alueen ja Pohjanmaan kanssa tulee ehdottomasti lisätä. (Kauhajoen kaupunki)







Kuvio 23: Kohdemarkkinoiden valinnan ja kohderyhmien määrittelyn osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Kohdemarkkinoiden valintaan ja kohderyhmien määrittelyyn** liittyen esille nousi seuraavaa:

### 63 Kohdemarkkinoinnin valinta:

- Täsmennetään Elämysten Ekonomiaa Geoparkissa -hankkeessa. (Kauhajoen kaupunki)
- On valittu Ruotsi ja Norja. (Lapuan kaupunki)

### 64 Kohderyhmien määrittely ja valinta:

- Täsmennetään Elämysten Ekonomiaa Geoparkissa -hankkeessa. (Kauhajoen kaupunki)

- Yleisesti matkailun kohderyhminä kotimaiset matkailijat (mm. lapsiperheet, eläkeläisryhmät). Hankkeiden suunnittelun kautta nousussa ehkä urheilu-, metsästys-, luonto- ja kulttuurimatkailijat. (JPYP)

#### 65 Tuotekatalogin kokoaminen kansainvälisille markkinoille:

- Täsmennetään Elämysten Ekonomiaa Geoparkissa -hankkeessa, Geopark teki ensimmäisen katalogin. (Kauhajoen kaupunki)
- Osallistuttu mm. Geocooperation -hankkeen kautta tuotteiden ja palveluiden kokoamista Saksan markkinoille. Välitetty myös liidejä Japanin markkinoille Kraatterijärven Geoparkin mukaan. (JPYP)

#### 66 Kansainvälisten markkinointi- ja myyntikanavien kartoittaminen ja valinta

- Visit Lakeuden avulla ja mukana. (LHGeopark)
- Täsmennetään Elämysten Ekonomiaa Geoparkissa -hankkeessa, Geopark avannut kanavan Visit Finlandin kv-kampanjoihin mm. Ruotsi-kampanja viime vuonna ja Saksa kampanja vuonna 2023. (Kauhajoen kaupunki)

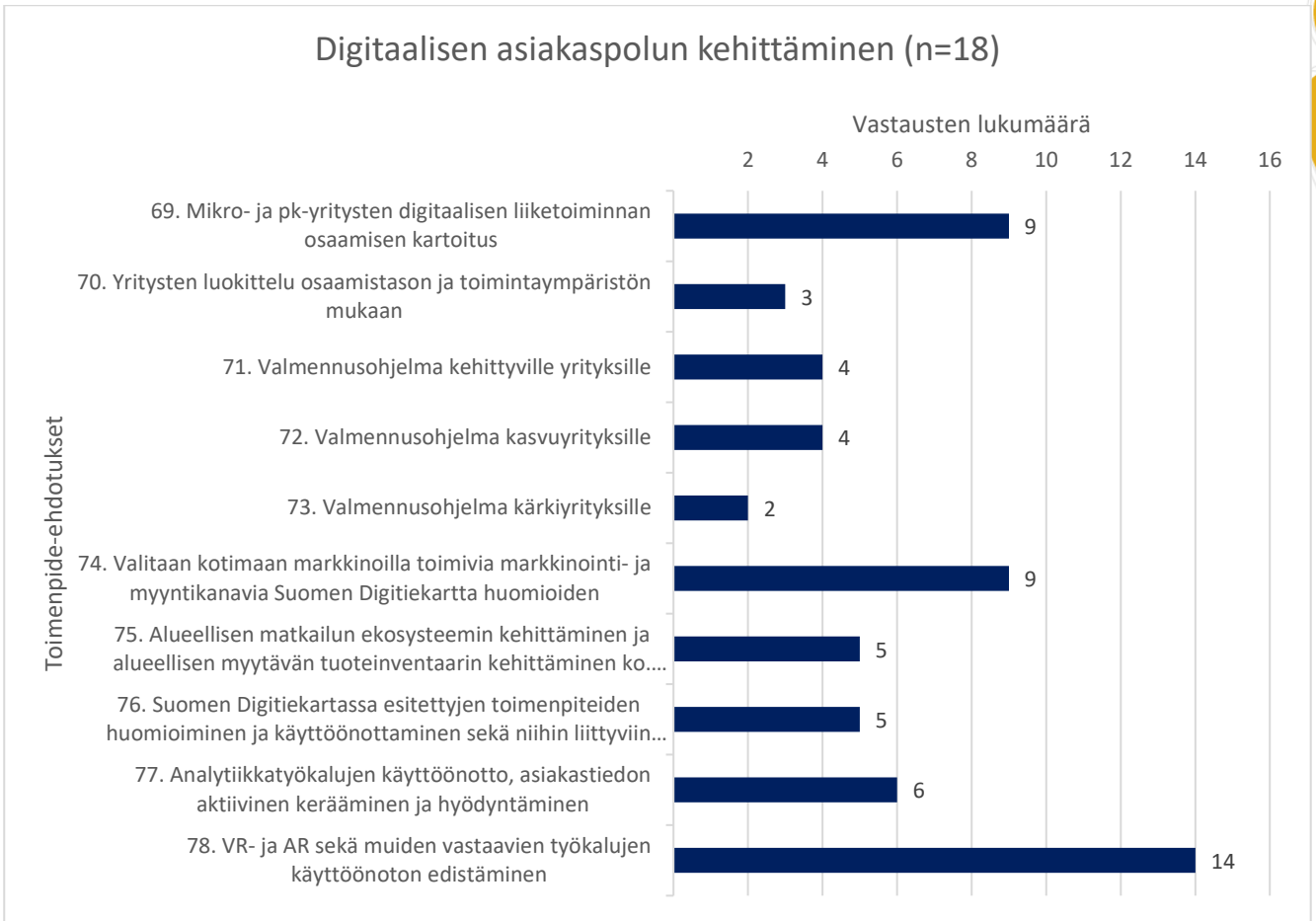
#### 67 Osallistuminen kansainvälisiin myynti- ja markkinointitapahtumiin:

- Lisää tarvitaan. (Kauhajoen kaupunki)
- Kotimaisia tehty pyörämatkailuun liittyen. (LHGeopark)

## 2.5 Tavoite 5: Digitaalisen asiakaspolun kehittäminen

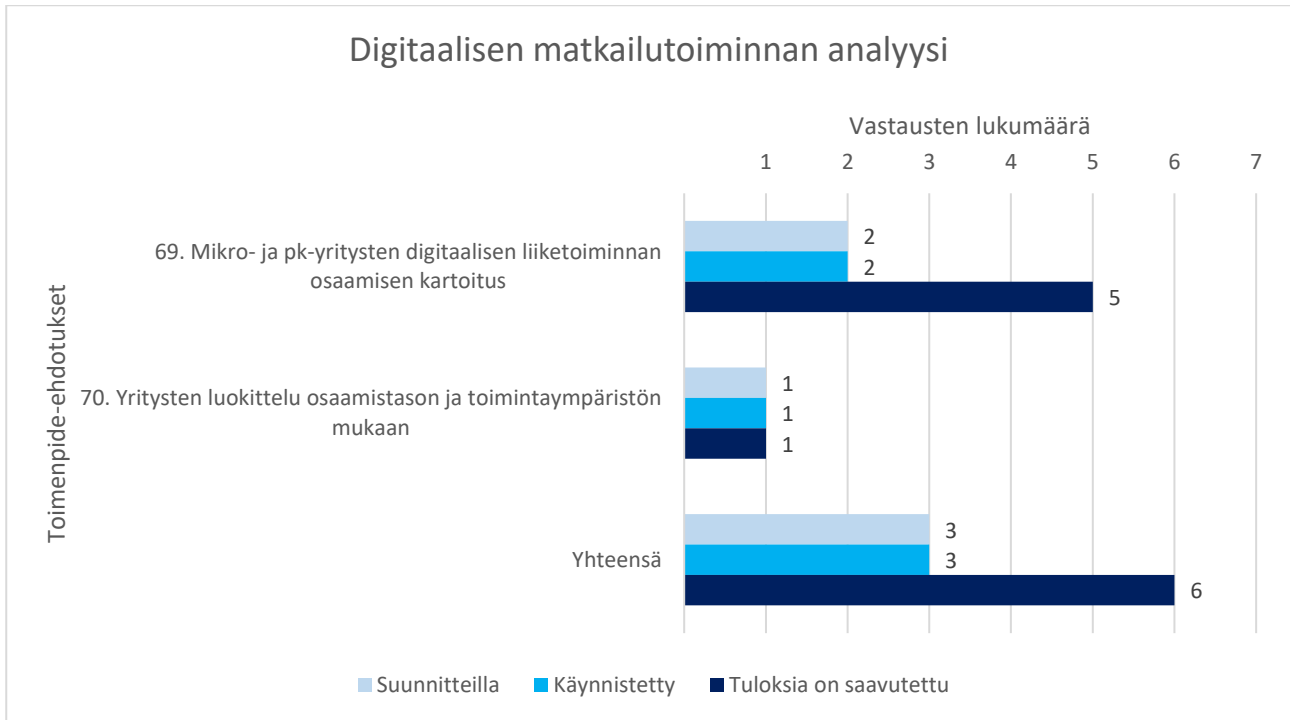
Matkailustrategiassa esitetty viides tavoite ja toimenpidekokonaisuus on *Digitaalisen asiakaspolun kehittäminen*. Toimenpidekokonaisuus jakautuu kolmeen osa-alueeseen: 1) yritysten kansainvälistymisvalmiuksien parantaminen, 2) suuralueyhteistyön vahvistaminen ja 3) kohdemarkkinoiden valinta ja kohderyhmien määrittely. Tähän toimenpidekokonaisuuteen sisältyviin toimenpide-ehdotuksiin otti kantaa yhteensä 18 vastaajaa ja valittuja vastauksia oli 61 kappaletta.





Kuvio 24: Annettujen vastausten lukumäärät toimenpide-ehdotuksittain jaoteltuna liittyen Digitaalisen asiakaspolun kehittämisen tavoitteeseen.





Kuvio 25: Digitaalisen matkailutoiminnan analyysin osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

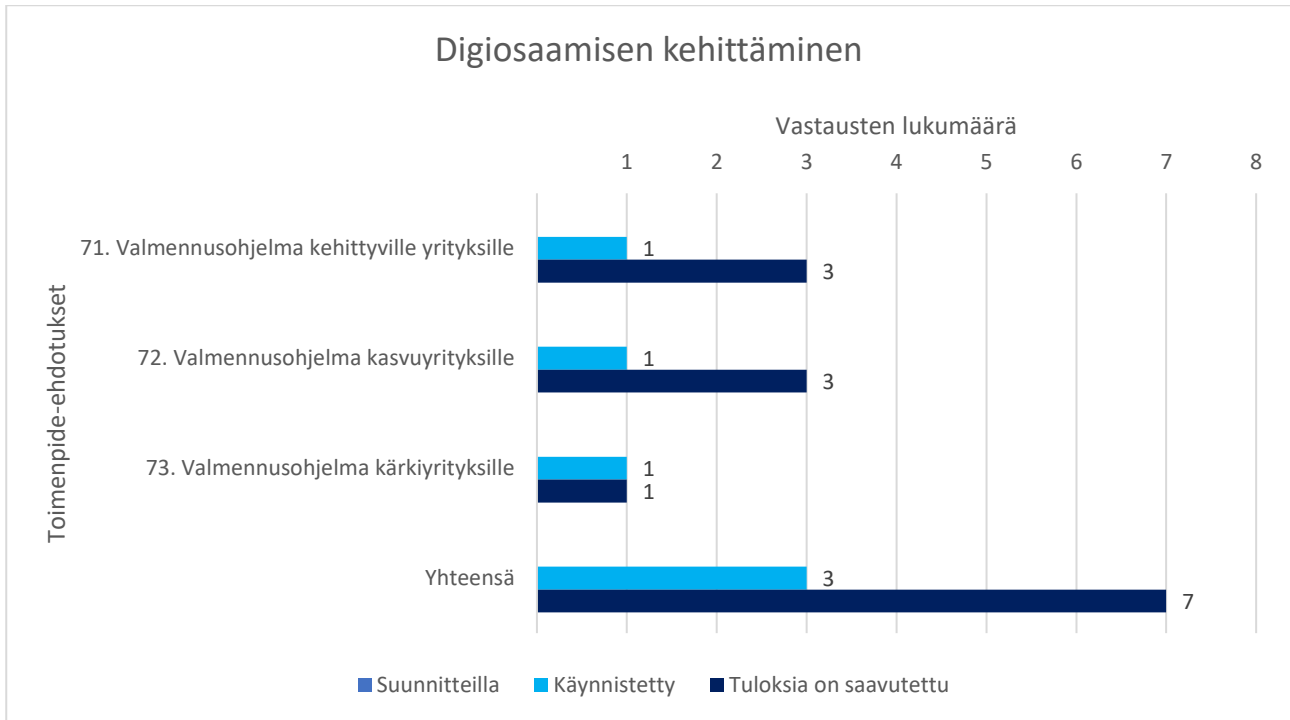
**Digitaalisen matkailutoiminnan analyysiin** liittyen esille nousi seuraavaa:

### 69 Mikro- ja pk-yritysten digitaalisen liiketoiminnan osaamisen kartoitus

- Mikro- ja PK-yritysten digitaalisen liiketoiminnan osaamisen kartoitus on tehty Digitaidot kuntoon matkailuyrityksissä -hankkeessa. Työkaluna käytettiin Visit Finlandin laatimaa digiosaamisen kartoitukseen tehtyä työkalua. (SeAMK)
- Toimenpide on suunnitteilla tehdä Kulttuurikuokka-hankkeessa. (Aisapari)

### 70 Yritysten luokittelu osaamistason ja toimintaympäristön mukaan:

- Yritysten luokittelu kolmeen luokkaan osaamistason mukaan on tehty Digitaidot kuntoon matkailuyrityksissä -hankkeessa. Työkaluna käytettiin Visit Finlandin laatimaa digiosaamisen kartoitukseen tehtyä työkalua. (SeAMK)



Kuvio 26: Digiosaamisen kehittämisen osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

**Digiosaamisen kehittämiseen** liittyen esille nousi seuraavaa:

### 71 Valmennusohjelma kehittyville yrityksille

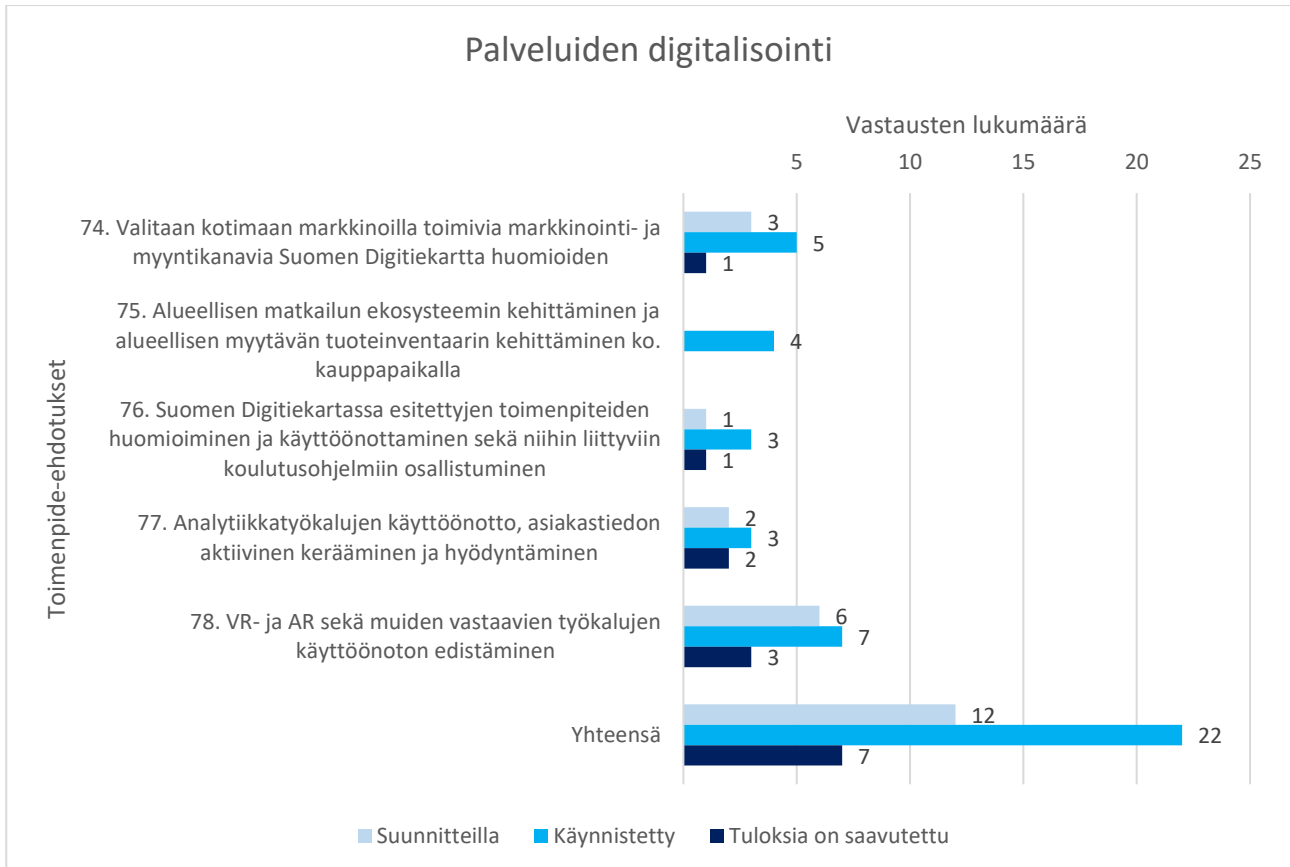
- JPYP:n käynnissä olevan Kasvuyrittäjyyden vahvistaminen Järvi-Pohjanmaalla-hankkeen sisältönä erilaiset sparraukset ja asiantuntijatilaisuudet kasvusta. (JPYP)
- Digitaidot kuntoon matkailuyrityksissä -hankkeessa toteutettiin koulutusohjelma kolmelle eri osaamistasolle; Start- ja Ready -tasot. (SeAMK)

### 72 Valmennusohjelma kasvuyrityksille

- JPYP:n käynnissä olevan Kasvuyrittäjyyden vahvistaminen Järvi-Pohjanmaalla-hankkeen sisältönä erilaiset sparraukset ja asiantuntijatilaisuudet kasvusta. (JPYP)
- Digitaidot kuntoon matkailuyrityksissä -hankkeessa toteutettiin koulutusohjelma kolmelle eri osaamistasolle; Steady-taso. (SeAMK)

### 73: Valmennusohjelma kärkiyrityksille

- Digitaidot kuntoon matkailuyrityksissä -hankkeessa toteutettiin koulutusohjelma kolmelle eri osaamistasolle; Go-taso. (SeAMK)



Kuvio 27: Palveluiden digitalisoinnin osa-alueeseen kuuluvien toimenpide-ehdotusten vastausten lukumäärät jaoteltuna sen mukaan onko toimenpiteitä suunnitteilla, käynnistetty tai tuloksia on saavutettu.

Palveluiden digitalisointiin liittyen esille nousi seuraavaa:

### 74 Valitaan kotimaan markkinoilla toimivia markkinointi- ja myyntikanavia Suomen Digitekartta huomioiden:

- Myyntikanavien suunnittelu yritysryhmähankkeissa. (Aisapari)
- Johku, Datahub, Outdooractive. (LHGeopark)



- Täsmennetään Elämysten Ekonomiaa Geoparkissa -hankkeessa. (Kauhajoen kaupunki)
- Yritysryhmähankkeissa myyntikanavien suunnittelua. (Aisapari)

#### **75 Alueellisen matkailun ekosysteemin kehittäminen ja alueellisen myytävän tuoteinventaarin kehittäminen ko. kauppapaikalla:**

- Yritysryhmähankkeiden toimenpiteitä. (Aisapari)

#### **76 Suomen Digitiekartassa esitettyjen toimenpiteiden huomioiminen ja käyttöönotto sekä niihin liittyviin koulutusohjelmiin osallistuminen:**

- Huomioitu eri hankkeissa. (SeAMK)

#### **77 Analytiikkatyökalujen käyttöönotto, asiakastiedon aktiivinen kerääminen ja hyödyntäminen:**

- Aloitettu osana matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelmaa. (SeAMK)
- Yhteistyö maakunnassa. (LHGeopark)

#### **78 VR- ja AR sekä muiden vastaavien työkalujen käyttöönoton edistäminen:**

- Aluekehityshankkeiden toimenpiteenä on lisätty tietoa XR-tekniikoiden mahdollisuuksista sekä suunniteltu ja osittain toteutettu demoversioita AR:ää hyödyntävistä sovelluksista matkailualan yrityksille. Lisäksi tuotannossa on VR-sovellus markkinointityökaluksi alueen myyntivalttien ja -imagon tunnetuksi tekemiseksi. (SeAMK)
- XR-tekniikat osana matkailijan asiakaspolkua -hankkeessa edistetty työpajoissa ja tiedottamalla, tehdään demoja aiheesta. (SeAMK)
- Visit Suupohja -sivuston sisällöntuotannossa rohkaistu ja koulutettu tähän. (Leader Suupohja)
- Virtuaalitodellisuuden hyödyntäminen luonto- ja kulttuurireiteillä esim. opastuksessa. (Alavuden kaupunki)
- Opastuksessa hyödynnetty. (LHGeopark)



- Edistetään Elämysten Ekonomiaa Geoparkissa -hankkeessa. VR ja AR käsitteisiin ja tuoreisiin uusiin palveluihin on tutustuttu benchmarkkaus-mielessä. (Kauhajoen kaupunki)
- Hankesuunnitelmia kumppaneiden kanssa. (Aisapari)

## 3 MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET JA MATKAILUUN SUUNNATTU RAHOITUS

### 3.1 Määrälliset tavoitteet

Eteläpohjalaisille matkailulle laadittiin myös määrälliset kasvutavoitteet vuodelle 2025. Aiempien vuosien tunnuslukujen valossa matkailu oli kasvanut vuosittain noin 2,5–3,0 % kasvuvauhdilla ja tämä huomioitiin vuoden 2025 tavoitelukuja määriteltäessä. Vuosi 2019 oli koko Suomen matkailun ja myös Etelä-Pohjanmaan osalta ennätysellinen ja alkuvuonna 2020 kasvuodotukset olivat noin 4–5 % luokkaa ja vuodesta odotettiin uutta ennätysvuotta. Koronapandemia kuitenkin muutti tilanteen äkisti ja pandemian vaikutuksista johtuen tavoiteasetanta oli haasteellinen ja ennakointi vaikeaa. Guide-hankkeessa strategian päivityksen mahdollisuus haluttiin ottaa mukaan toimenpiteisiin ja erityisesti määrällisten tavoitteiden tarkistamiseksi.

Matkailustrategiaan määrälliset tavoitteet laatinut työryhmä kokoontui uudelleen huhtikuussa 2023 ja asetti uudet tavoiteluvut rekisteröityjen yöpymisvuorokausien, ulkomaalaisten yöpymisvuorokausien ja keskimääräisen viipymän osalta. Uutena taulukkoon lisättiin lisäksi huonekäyttöaste kaikkien majoitusliikkeiden sekä hotellien osalta. Samoin yöpymisen keskihinta lisättiin kaikkien majoitusliikkeiden osalta. Uudeksi tavoitteeksi vuodelle 2025 lisättiin kaikkien majoitusliikkeiden huonekäyttöaste.





Taulukko 2. Etelä-Pohjanmaan matkailun päivitetty kasvatavoitteet vuodelle 2025

	2004	2008	2012	2016	2016	2018	2019	2020	2020	2021	2022	2025
	Toteutunut	Toteutunut	Toteutunut	Tavoite	Toteutunut	Toteutunut	Toteutunut	Tavoite	Toteutunut	Toteutunut	Toteutunut	Tavoite
Rekisteröidyt yöpymisvrk	571 122	649 206	674 228	800 413	692 860	709 192	741 792	900 872	596 070	761 011	750 118	850 000
Ulkomaalaisten yöpymisvrk	19 676	26 314	28 524	48 000	41 240	32 338	45 665	75 000	21 844	25 226	41 860	48 000
Keskimääräinen viipymä vrk	2,75	2,44	1,76	2,75	1,77	1,72	1,8	2,9	1,7	1,8	1,8	1,95
Välitön matkailutulo milj. €	264,5	329,8	353	388,4	331	-	-	454,4	-	295	-	-
Matkailutyöllisyys htv	1480	3468*	1796	-	1720	-	-	-	-	-	-	-
Rekisteröidyt majoitusliikkeet keskim.	43	42	53**	90	48	48	47	110	55	55	54	60
Rekisteröidyt vuodepaikat	3740	3742	4669	4300	4186	4743	4550	4600	4730	4634	4570	4727
Keskim. vuosikapasiteetti (huoneet)	1673	1674	1797	-	1740	1967	1915	-	2016	1960	1936	-
Huonekäyttöaste % kaikki maj.liikkeet	40,7	46,9	42,1	-	45,5	41,5	43,9	-	34,9	40,7	43,1	60
Huonekäyttöaste % hotellit	45,3	51,2	48,5	-	51,2	46,5	48,5	-	37,7	43,4	46,6	-
Yöpymisen keskihinta, kaikki maj.liikkeet €	26,33	33,78	37,27	-	41,30	40,78	40,83	-	40,11	38,31	44,39	-

### 3.2 Matkailuun suunnattu rahoitus

Seurantatiedon varten tarkistettiin myös matkailuun suunnattu rahoitus julkisen rahoituksen osalta vuoden 2020 alusta vuoden 2023 huhtikuun loppuun saakka. Pääasiallisesti maakunnan matkailun kehittämistä on rahoitettu Manner-Suomen Maaseuturahastosta Etelä-Pohjanmaan ELY-keskuksen ja Leader-toimintaryhmien kautta.

Taulukko 3: Matkailuun suunnattu rahoitus 2020-2023

Yhteenveto matkailun kehittämiseen suunnatuista panostuksista 1.1.2020–30.4.2023	Kokonaisrahoitus, €	Julkinen tuki, €
Maaseuturahaston kehittämishankkeet	8 331 375,75	6 712 301,61
REACT-EU EAKR ja ESR	791 325,00	633 060,00
Rakennerahaston EAKR ja ESR	211 717,00	148 201,00
Maaseuturahaston ELY yritystuet	1 162 301,63	232 460,32
Maaseuturahaston Leader yritystuet	1 296 246,13	283 429,35
Muut rahoituslähteet	861 050,10	751 989,36
<b>JULKINEN RAHOITUS YHTEENSÄ</b>	<b>12 654 015,61</b>	<b>8 761 441,64</b>

## 4 POHDINTA

Etelä-Pohjanmaan matkailustrategiassa kehittämisen kärjiksi määriteltiin laaja yhteistyö ja verkostot, digitalisaation tehokas hyödyntäminen sekä saavutettavuuden varmistaminen. Strategiassa todetaan, että yhteistyötä on tehtävä sekä alueen sisällä ja yli alueiden. Lisäksi yhteistyön on kohdistuttava myyninedistämiseen ja yleisesti elinkeinon kehittämiseen. Tehokkaammalla digitalisaation käytöllä edistetään palveluiden saavutettavuutta ja ostettavuutta. Lisäksi asiakastieto ja kestävän matkailun periaatteet on huomioitava tuotekehityksessä.

Matkailustrategian seurantaan liittyvissä tapaamisissa yhteistyön merkitys nousi esille useasti ja se nähdään tärkeänä matkailualan kehittymiselle ja edellytyksenä menestymiselle. Samoin esille nousi yhteinen markkinointi ja digitaalisuuden parempi hyödyntäminen eteläpohjalaisen matkailun tunnettuuden lisäämisessä. Toimintaympäristön vahvistaminen muun muassa yhteistyötä edistämällä ja tiedolla johtamisen kulttuuria kehittämällä on tärkeää. Kestävä matkailu ja tapa toimia vastuullisesti korostuu yhä enemmän ja teemaa kohtaan alkaa esiintyä jopa vaatimuksia. Kansainvälistymisessä nähdään edelleen potentiaalia, mutta vaatii resursseja ja rohkeutta lähteä mukaan kehitystyöhön. Voidaan todeta, että strategiaan valitut viisi tavoitetta ja niihin suunnatut toimenpiteet ovat edelleen ajankohtaisia.

Tässä seurantaraportissa suurin huomio kiinnittyy tehtyyn seurantakyselyyn ja sen tuloksiin. On kuitenkin muistettava, että kaikkia suunnitteilla ja käynnissä olevia toimenpiteitä sekä jo syntyneitä tuloksia ei ole saatu mukaan raporttiin. Lisäksi kaikki kyselyyn vastanneet eivät ole avanneet tarkemmin mitä toimenpiteet tai tulokset ovat. Joten raportti ei ole tyhjentävä selvitys maakunnan matkailun kehittämisen tilanteesta, mutta antaa tilannekuvan siitä missä mennään sekä tukee matkailun kehittämistyötä alueella.

