

**TAMPERE.**  
FINLAND

# Visit Tampere Oy

PALVELUSOPIMUKSEN LIITE  
TOIMINTASUUNNITELMA 2025

VISIT  
TAMPERE



# Visit Tampere Oy

**2014**

**Perustettu**  
-nykymuotoinen  
toiminta 2017

**12**

**Henkilömäärä**

**2,0** Milj. €

**Liikevaihto**

# Tampereen matkailun strategia 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

Lupaus  
**Tampere on  
elämys**

  
Yhteinen  
päämäärä

Matkailutulo  
**Kohti  
miljardia  
euroa**

Matkailijoiden lukumäärä  
**2,3 milj.**

Tehtävä  
**Ympäristö  
menestyväälle  
matkailulle**



# TOIMENPIDEKOKONAISUUDET

1. Matkailumarkkinointi (720 te)
2. Kansainväliset asiakkuudet (430te)
3. Matkailuliiketoiminnan kehittäminen (140.500e)
4. Matkailuinvestointien edistäminen & matkailun edunvalvonta (65te)
5. Kumppanuudet (234te, sis. 110te kumppaneilta)

**Sopimuksen arvo on yhteensä 1 479 500 euroa**

Lisäksi vuodelle 2025 lisätilauksena 200te (Kohdennuksina kv-markkinointi ja kv-liiketoimintakehitys, liikenneketjujen kehittäminen (sis. lentoliikenne) sekä infopisteen mahdollistaminen kesän ajaksi.



## 1. MATKAILUMARKKINOINTI

### TAVOITE: Kaupungin kansainvälinen tunnettuus

- Kasvatetaan tunnettuutta ansaitun median avulla vahvistamalla PR-yhteistyötä pääosin UK:ssa ja Saksassa, mutta myös muilla potentiaalisilla markkinoilla.
- Tuetaan digitaalista näkyvyyttä ja asiakaspolkua hakusanamarkkinoinnin ja yhteiskampanjoiden avulla. Vaikuttajat ja some levittävät kiinnostavia ja viraaleja Tampere-viestejä. Käynnistetään [www.visittampere.fi](http://www.visittampere.fi) –sivuston uudistustyö.
- Erottavia teemoja ovat Sauna Capital ja Muumimuseon koti. Kiinnittäydytään lisäksi Visit Finlandin pääteemoihin, kulttuuriin ja ruokaan. Luonto ja vastuullisuus profiloivat Tamperetta kaupunkikohteena.
- Yhteistyössä kaupungin kanssa hyödynnetään v. 2025 suur tapahtumia, kuten miesten koripallon EM-kisoja, Nuorten yleisurheilun EM-kisoja ja Frisbeegolfin MM-kisoja tunnettuuden kasvattamiseksi.
- Kuva- ja videomateriaaleissa tuetaan valittuja teemoja ja panostetaan yhteiseen kehittämiseen ja hyödyntämiseen kaupunkiorganisaation kanssa. Kartta- ja esitemateriaalit tukevat tuttuun tapaan matkailupalveluiden löydettävyyttä.

### TAVOITE: Ympärivuotisen matkailun kasvattaminen

- Kotimaan näkyvyyttä vahvistetaan ympärivuotisesti asiakaslähtöisillä, erottuvilla sisällöillä. Kumppanit pääsevät mukaan erilliskustannuksin.
- Tiivistetään tapahtumayhteistyötä vaikuttavuuden kasvattamiseksi ja viipymän pidentämiseksi.

## 2. KANSAINVÄLISET ASIAKUUDET

### TAVOITE: Kansainvälisen kasvupotentiaalin kotiuttaminen ja kansainvälisen yhteistyön edistäminen

- Tuetaan matkailuyritysten pääsyä kv. markkinoille.
- Vahvistetaan yritysten kv. osaamista ja –valmiuksia uudistuvien valmennuspolkujen avulla.
- Autetaan yrityksiä luomaan suoria kontakteja kansainvälisiin matkanjärjestäjiin.
- Hyödynnetään olemassa olevista verkostoista potentiaalisimmat kontaktit ja luodaan uusia verkostoja.
- Yhteistyössä kaupungin kanssa panostetaan kaupungin strategisen elinkeinopolitiikan kärkien hyödyntämiseen hankittaessa yritys-/ kokous- ja kongressitapahtumia.

### TAVOITE: Kansainvälisen tunnettuuden kasvattaminen

- Olemassa olevat lentoreitit tukevat uusia markkina-avauksia
- Kartoitetaan kansainvälisten tv- ja elokuvatuotantojen tarjoamat mahdollisuudet matkanjärjestäjyhteistyön tukemiseksi



### 3. MATKAILULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN

## TAVOITE: Matkailun liikevaihdon kasvu

#### Kilpailukyvyyn ja myyntiratkaisujen kehittäminen sekä tuotekehityksen edistäminen

- Lisäämme alueen ja toimijoiden kilpailukykyä kehittämällä uusia yhteistyöhön perustuvia myyntiratkaisuja: kaupallinen myyntiyhtiö, online-kanavat (kansainväliset toimijat, AirBaltic ja VR sekä Matkahuolto)
- Helpotamme matkailijan digitaalista ostopolkua yhdessä yritysten kanssa ja kasvatamme online-myyntissä olevien tuotteiden määrää ja näkyvyyttä sivustoilla ja eri jakelukanavissa.
- Saunaelämysalan liiketoiminnan kehittäminen (AKKE-hanke 31.8.2025 asti)



### 3. MATKAILULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN

## TAVOITE: Kasvua kansainvälisyyteen

Kansainvälisen yhteistyön edistäminen, hankeyhteistyö ja uudet EU-hankemahdollisuudet sekä alueellisen kehittämisrahoituksen saaminen seudulle:

- Nykyisillä hankkeilla rakennetaan projektiosaamista ja verkostoja
  - Baltic Sea Region Interreg –rahoitteisen Climate Neutral Destinations – hankkeen koordinointi lead partner -roolissa (10 partneria, 7 maata), 1.3.2025-28.2.2028
  - Interreg Europe –rahoitteisen TaaS – Tourism as a Service –hankkeen toteutus (10 partneria, 9 maata), 1.4.2024-31.3.2028
    - Kansainvälisessä ja strategisessa TaaS – Tourism as a Service –hankkeessa edistämme sujuvia, digitaalisia ja inklusiivisia ratkaisuja, kehitämme kestävän liikkumisen konsepteja ja vahvistamme sidosryhmäyhteistyötä
- Haetaan uusia kansainvälisiä EU-hankkeita ja mahdollisuuksia liittyä partneriksi. **Kärkenä tekoälyn hyödyntäminen matkailussa.**





### 3. MATKAILULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN

## TAVOITE: Kestävä ja ilmastoneutraali matkailu- ja tapahtuma-ala vuoteen 2030 mennessä

Edelläkävijyyden vahvistaminen, vähähiilisen ja vastuullisen matkailuliiketoiminnan kehitys ja kansainvälisen yhteistyön tiivistäminen

- Hyödynnämme kansainvälisiä verkostoja, kriteereitä ja ilmastotavoitteita (GDSi, Glasgow Declaration ja Climate Action Plan, SDG:t) sekä Helsingin ja Tampereen yhteistä toimijaverkostoa (UCL)

Sustainable Travel Finland -ohjelman alueellinen koordinointi ja yritysverkoston kasvattaminen

## TAVOITE: Älykkäämpi matkakohde

- EU-capital of Smart tourism destination –haku yhdessä Tampereen kaupungin kanssa.
- Rakennamme uuden strategian mittariston mukaisen tietonäkymän ja tiivistämme yhteistyössä kaupungin ja elämystalouden kehitysohjelman kanssa tietotalustojen kehittämiseksi.



## 4. INVESTOINNIT JA EDUNVALVONTA

### TAVOITE: Matkailun liikevaihdon kasvu

#### Palvelutarjonnan laajentaminen ja kansainvälisen tason saavuttaminen investointeja kasvattamalla

- Houkuttelemme uusia ja nykyisiä toimijoita investoimaan ja sujuvoitamme investointiprosessia tiivistämällä yhteistyötä mm. kaupungin kanssa.
- Kokonaiskapasiteetin kasvu; uudet matkailuinvestoinnit ja nykyisten investointien kasvattaminen sekä yritysten parantuneet toimintaedellytykset.
- Hyödynnetään Nato-jäsenyyden tuomat mahdollisuudet alueen matkailuyrityksille.

#### Matkailuyritysten parantuneet toimintaedellytykset

- Toimialan edunvalvonta niin paikallisesti, maakunnallisesti kuin valtakunnallisesti.
- Tiedon jakaminen sekä tiiviimpi vuoropuhelu yritysten ja kaupungin kanssa, jolloin saadaan yhteinen näkemys mm. kaavoitus- ja lupa-asioissa.



## 5. KUMPPANUUDET

### TAVOITE: Yritysten kilpailukyvn kehittäminen

- Tunnistetaan osaamistarpeita sekä Visit Tampereen lähtökohdista että yhteistyössä yritysten kanssa.
- Toteutetaan teemoitetut, askelittain etenevät valmennuspolut, joiden avulla kehitetään yritysten kilpailukykyä.

### TAVOITE: Kasvatetaan kumppanuusverkoston tunnettuutta ja kehitetään verkostoa

- Etsitään ja kontaktoidaan aktiivisesti uusia yhteistyökumppaneita, tavoitteena uusien kansainvälisestä matkailusta kiinnostuneiden yritysten löytäminen ja sitä kautta alueen kv. tarjonnan kasvattaminen.
- Startup-kumppanuus; tarjotaan aloitteleville matkailuyrityksille laaja tieto- ja palvelukokonaisuus liiketoiminnan kehittämisen tueksi.
- Tarjotaan kumppaneille verkostoitumisen mahdollisuuksia mm. järjestämällä säännöllisesti verkostotapahtumia.



MITTARIT JA INDIKAATTORIT

# KPI-mittarit (Key Performance Indicators)



**1400**

Yrityksille tuotettujen palvelujen määrä  
2024: 1322 kpl



**NPS >50**

Kumppaneiden asiakastyytyväisyys / kysely



**20 + 80%**

GDSi -sijoitus ja kokonaisindeksi  
2024: 23 / 76,96%



**7**

Uusien yritysten Ikm Visit Tampere Partners –verkostossa  
2024: 11



**70**

Media- ja vaikuttajayhteistyön tulokset  
Kansainvälisten media- ja vaikuttajavieraiden määrä  
2024: n. 100



**3+6**

Aktiivisten investointineuvotteluiden tilanne  
3 investointipäätöstä, 6 neuvotteluissa



**1+1**

Kansainvälisen yhteistyön edistäminen  
1 Haussa oleva kansainvälinen EU-hanke  
1 Varmistunut EAKR-hanke

VAIKUTTAVUUSINDIKAATTORIT

# Matkailuelinkeinon ja ekosysteemin kehittyminen

**579 M€**Välitön matkailutulo  
Tampereella 2023**198**Uusien majoitus- ja matkailu-  
yritysten määrä Tampereella 2023**XXX**Suorat yhteydet lentokentiltä  
(TMP ja HEL) eri vuorokauden  
aikoina**192 000**Kv. matkailijoiden yöpymiset  
2023 Tampereella (14 %  
kaikista yöpymisistä)**3,1 miljoonaa**Keskeisimpien matkailukohteiden  
kävijämäärä Tampereella 2023**NPS 37**B2C-asiakkaiden tyytyväisyys  
(Visit Tampere 2024)**1,6 vrk**Matkailijoiden keski-  
määräinen viipymä 2023  
Tampereen kaikissa majoitusliikkeissä**XXX**Tampereen tunnettuus kansainvälisessä  
vertailussa**NPS 78**B2B-asiakkaiden tyytyväisyys  
(Visit Tampere 2024)