



visitory



# Helsingin matkailun potentiaali

*Helsingin Matkailusäätiö*

# TIETOA TUTKIMUKSESTA



Helsingin matkailun potentiaali on Helsingin Matkailusäätiön Visitory Oy:llä teettämä tutkimus, jossa selvitetään Helsingin matkailun kasvun mahdollisuuksia kolmen erilaisen skenaarion avulla. Selvityksessä tarkastellaan minkälainen potentiaali Helsinkiin suuntautuvalla matkailulla on, mikäli matkailijavirtoja pystytään suuntamaan Helsinkiin aiempaa enemmän tärkeimmistä lähtömaista, mutta myös kotimaanmatkailussa. Tätä tarkastellaan suhteessa muiden pohjoismaiden pääkaupunkien ja Hampurin osuuteen matkailijavirroista sekä lähtömaiden kansainvälisten matkailijoiden määrään. Potentiaalın pohjalta lasketaan matkailutulon ja –työllisyyden muutos, mikäli potentiaali toteutuu.

Tarkastelussa mukana olevat kansainvälisen matkailun lähtömaat ovat Yhdysvallat, Saksa, Ruotsi, Iso-Britannia, Ranska ja Kiina. Skenaarioiden matkailuloa ja –työllisyyttä laskettaessa pohjana on käytetty Visitory Oy:n Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset Helsinki 2022 raporttia.

([https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Helsingin\\_matkailun\\_tulo\\_ja\\_tyollisyysvaikutukset\\_2022.pdf](https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Helsingin_matkailun_tulo_ja_tyollisyysvaikutukset_2022.pdf)). Laskelmissa on oletettu, että matkailijoiden kulutustottumukset pysyvät ennallaan. Tämän lisäksi oletuksena on, että rekisteröimättömän ja rekisteröidyn majoituksen sekä päiväkävijöiden väliset suhteet määrissä pysyvät muuttumattomina.

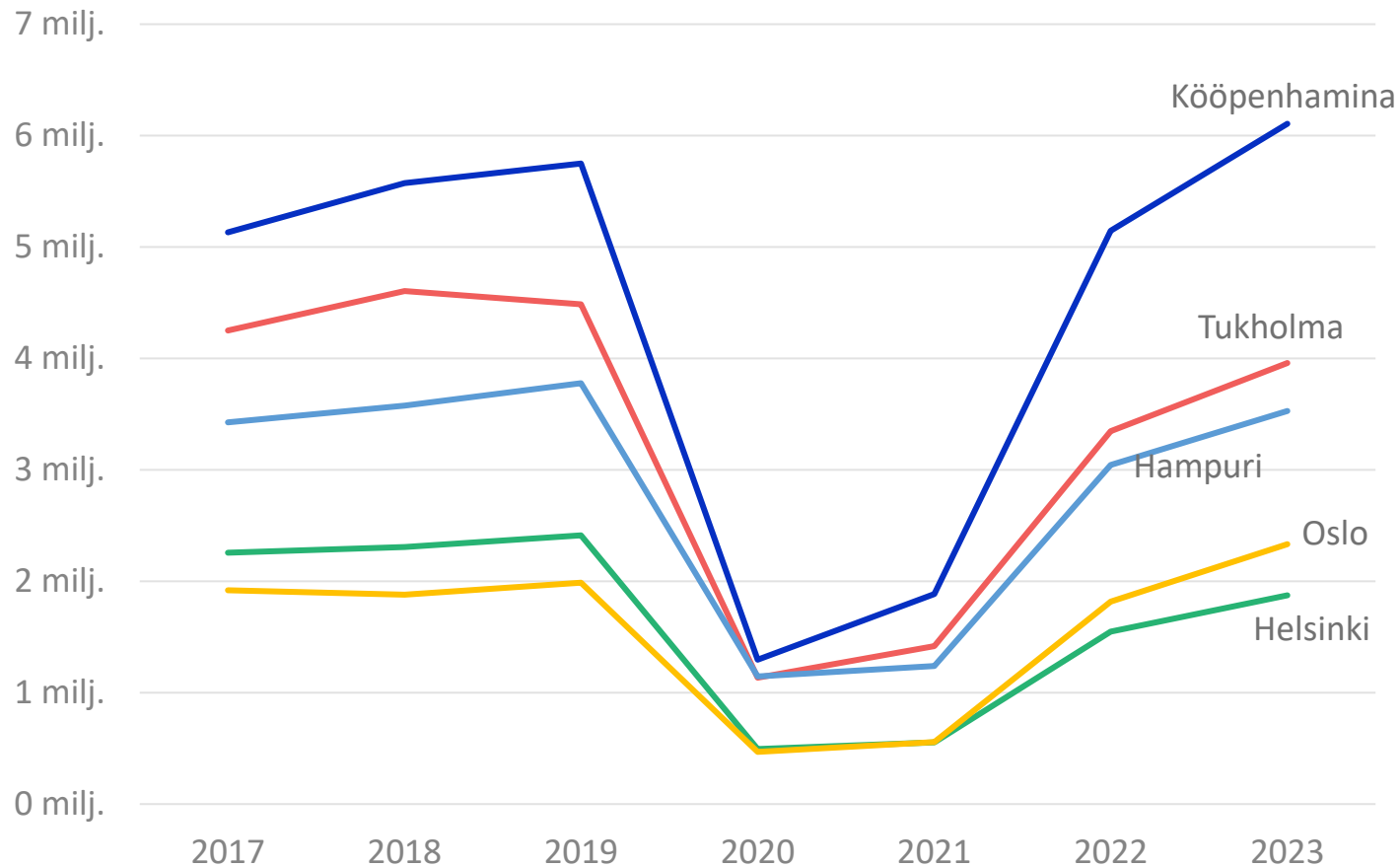
Lisäksi on haastateltu verrokkikaupunkien DMO:den edustajia ja tutustuttu näiden strategioihin. Selvityksen kohteena oli heidän resurssinsa markkinoinnissa ja toisaalta näkemyksensä Helsingin asemasta kilpailussa.

Tutkimuksen toteuttaja Visitory Oy (aiemmin TAK Research) on vuonna 1991 perustettu matkailututkimuksiin erikoistunut tutkimusyriys.

# Helsinki suhteessa kilpailijoihin



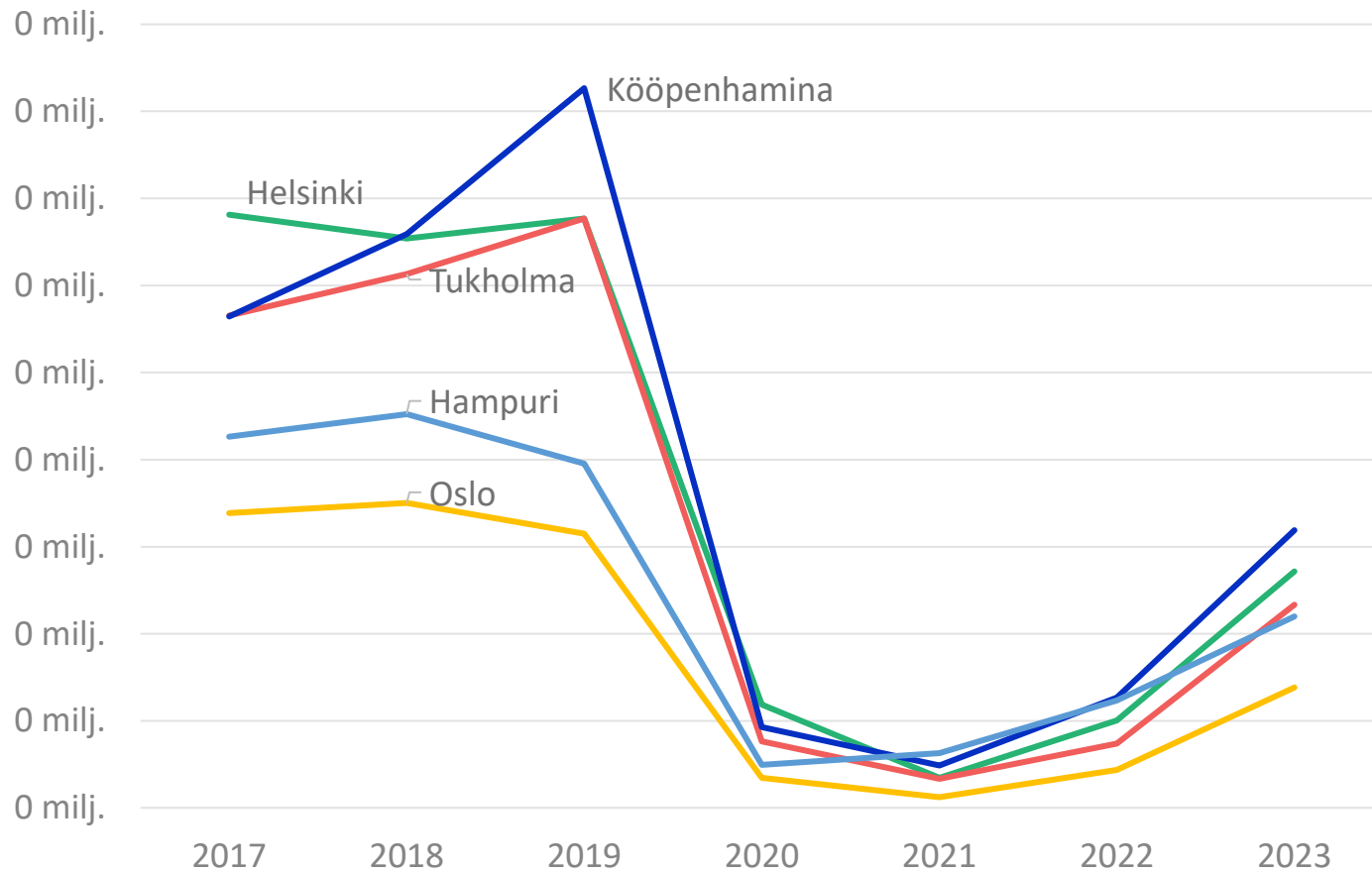
# Ulkomaalaisten yöpymiset vuosina 2017 - 2023



Kööpenhamina on suosituin vertailussa mukana olevista kohteista ulkomaalaisten keskuudessa. Ero muihin on kasvanut koronapandemian jälkeisinä vuosina. Kööpenhaminassa ja Osllossa ulkomaalaisten yöpymiset ovat ohittaneet vuoden 2019 tason. Helsingissä toipuminen pandemiasta on ollut hitainta. Vuonna 2023 yöpymisten määrä oli 78 prosenttia vuoden 2019 yöpymisistä.

Lähteet: Federal Statistical Office of Germany, Statistics Denmark, Statistics Norway, Statistics Sweden, Tilastokeskus

# Kiinalaisten yöpymiset vuosina 2017 - 2023

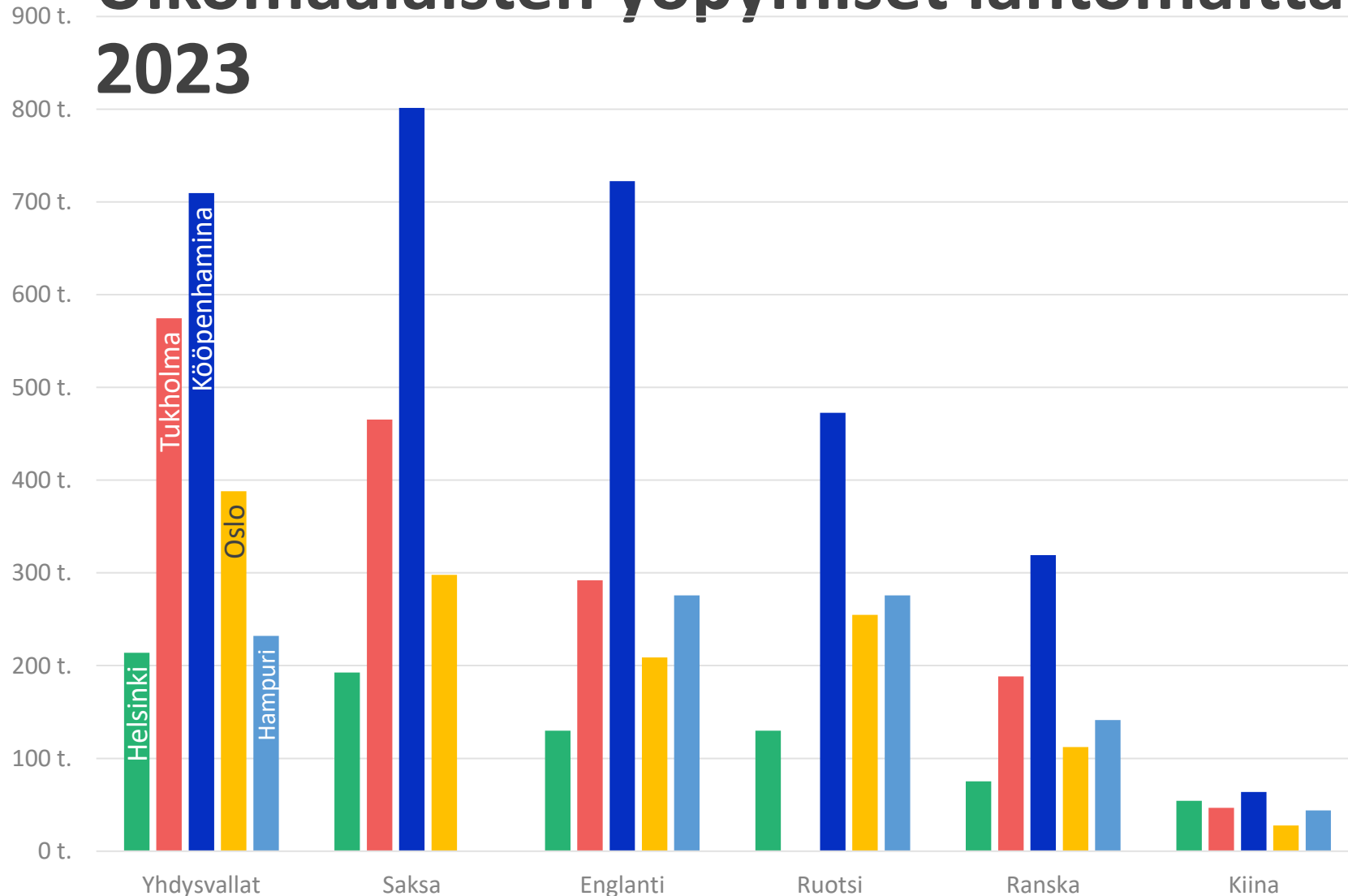


Vuonna 2017 Helsinki oli suosituin tarkastelluista kohteista kiinalaisten keskuudessa. Kööpenhamina kuitenkin ohitti ja Tukholma lähes saavutti Helsingin vuonna 2019. Koronasta toipuminen on ollut nopeinta kiinalaisten osalta Kööpenhaminassa ja Helsingissä. Tukholmassa kiinalaisten yöpymisten määrä oli Helsinki pienempi vuonna 2023. Huippuvuosista ollaan kuitenkin kaukana.

Lähteet: Statistics Denmark, Statistics Norway, Statistics Sweden, Tilastokeskus. Tourmis



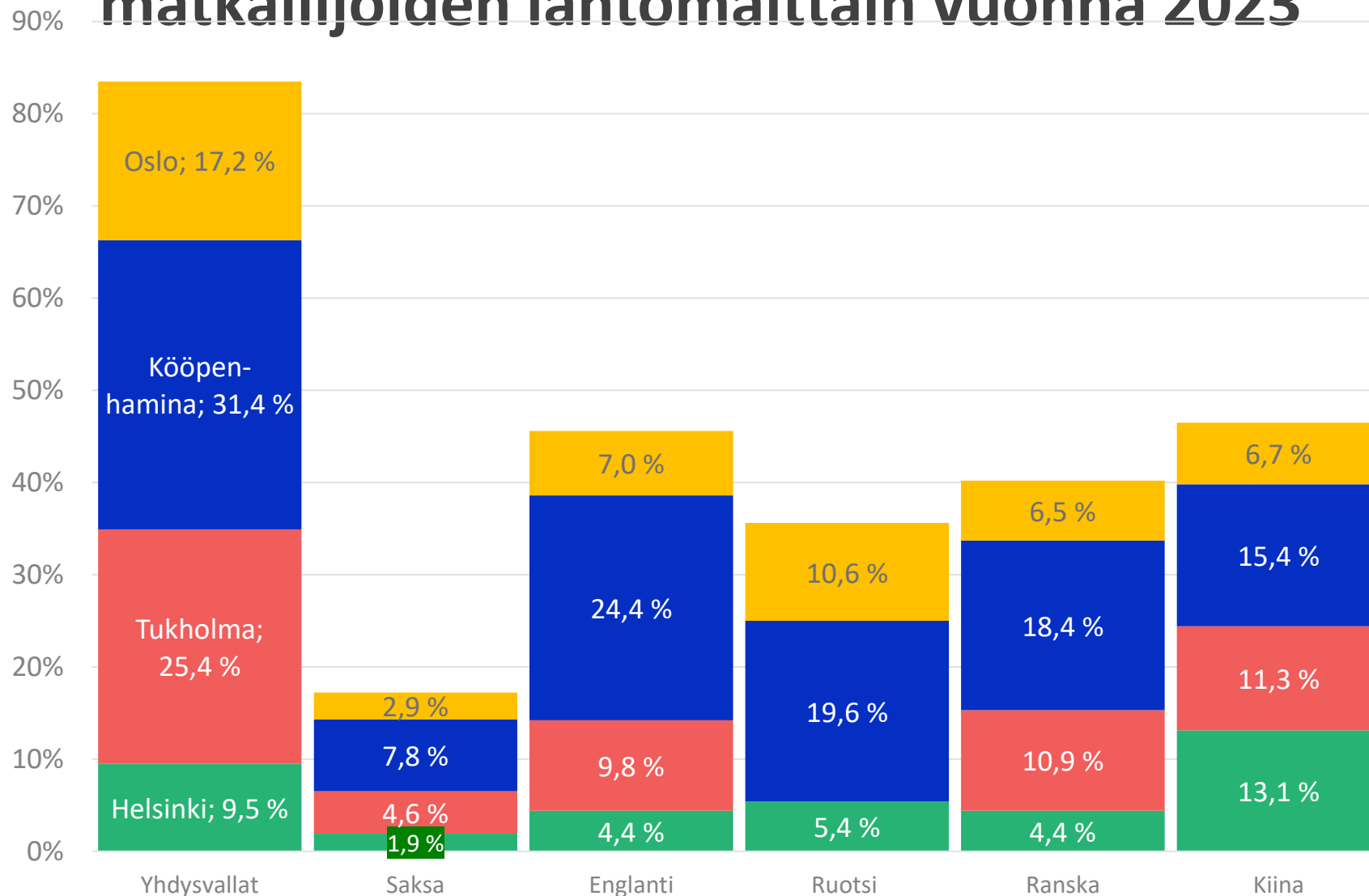
# Ulkomaalaisten yöpymiset lähtömaittain vuonna 2023



Kun verrataan lähtömaittain pääkaupunkeja ja Hampuria, havaitaan Helsingissä olleen yhdysvaltaisten, saksalaisten, englantilaisten, ruotsalaisten ja ranskalaisten yöpymisiä vähiten. Sen sijaan kiinalaisia yöpyi Helsinkiä enemmän vain Kööpenhaminassa. Erittymisen suuri ero on yhdysvaltaisten osalta. Huomattavaa on, että Tukholmassa yhdysvaltaisten yöpymiset ovat lähellä Kööpenhaminan tasoa.

Lähteet: Statistics Denmark, Statistics Norway, Statistics Sweden, Tilastokeskus. Tourmis

# Markkinaosuudet Pohjoismaiden (pl. Islanti) yöpymisistä matkailijoiden lähtömaittain vuonna 2023



Markkinaosuus kertoo kuinka suuri osuus eri maalaisten matkailijoiden yöpymisistä Pohjoismaissa (pl. Islanti) on ollut maiden pääkaupungeissa. Kotimaanmatkailua ei ole huomioitu. Helsingin markkinaosuus on pienehkö verrattaessa Tukholmaan tai erityisesti Kööpenhaminaan lukuun ottamatta kiinalaisia matkailijoita. Kööpenhaminassa oli lähes kolmasosa yhdysvaltalaisien yöpymisistä ja neljäsosa englantilaisten. Tukholmassa yhdysvaltalaisien yöpymisiä oli merkittävä osuus, joskin pienempi kuin Kööpenhaminassa. Oslossa oli enemmän ruotsalaisten yöpymisiä kuin Helsingissä.

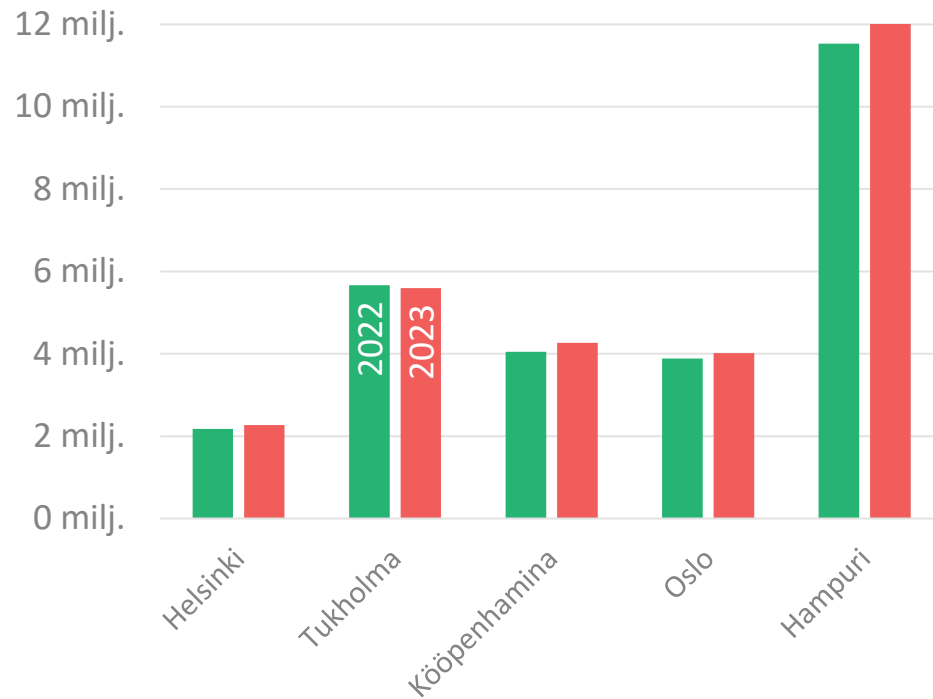
Lähteet: Federal Statistical Office of Germany, Statistics Denmark, Statistics Norway, Statistics Sweden, Tilastokeskus



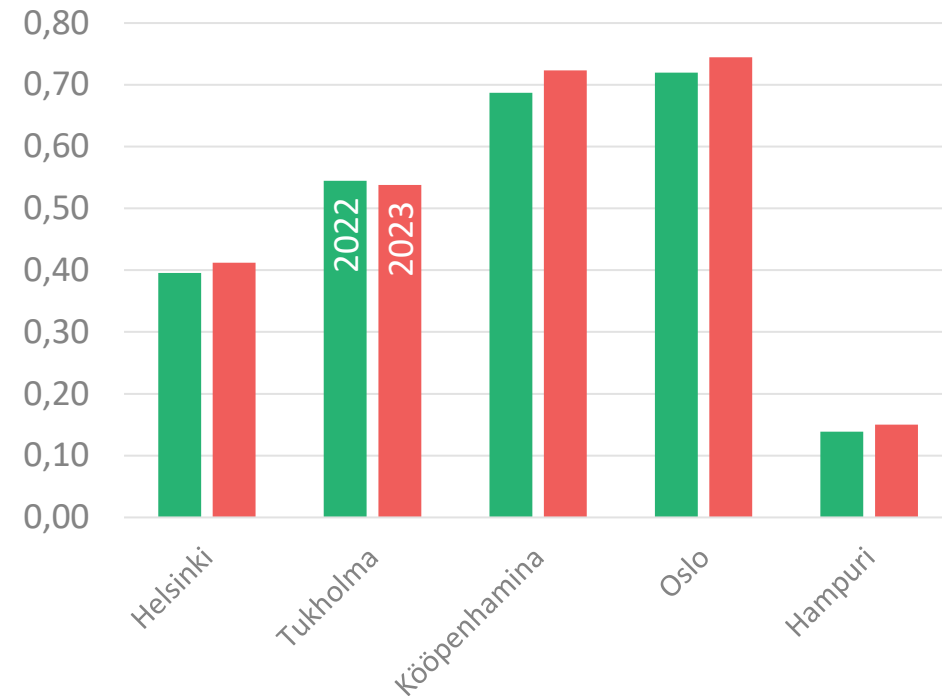


# Kotimaiset yöpymiset vuosina 2022 ja 2023

## Yöpymisiä



## Yöpymiset / maan väkiluku



Kotimaisia yöpymisiä on Helsingissä vähemmän kuin muissa Pohjoismaiden pääkaupungeissa ja Hampurissa. Tilanne muuttuu hieman, mikäli tarkastellaan yöpymisiä suhteessa maan väkilukuun. Kuitenkin myös tällöin Helsinki pärjää Hampuria lukuun ottamatta heikoimmin. Oslossa on lähes kaksi kertaa niin paljon yöpymisiä suhteessa väkilukuun kuin Helsingissä.



# Skenaariot matkailun kasvusta

# Helsingin matkailutulo vuonna 2022



Välitön matkailutulo

1,2 mrd.€

Matkailun  
kokonaisvaikutukset

2,0 mrd.€

Matkailun aikaansaamat  
välittömät työllisyysvaikutukset

5 700 (htv)

Matkailun  
kokonaistyöllisyysvaikutukset

6 800 (htv)

Matkailutulosta noin 30 % on seurausta ulkomaalaisten matkailijoiden Helsingissä tapahtuvasta kuluttamisesta. Tällöin voidaan arvioida, että vuonna 2022 ulkomaalaisista matkailijoista tuli suoraa matkailutuloa **400 miljoonaa euroa** ja ulkomaalaisten matkailun kokonaisvaikutukset olivat noin **600 miljoonaa euroa**.

Ulkomaalaisten matkailijoiden työllistävä vaikutus oli noin **1700 välitöntä henkilötyövuotta (htv)** ja kokonaisvaikutukset noin **2000 henkilötyövuotta**

[https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Helsingin\\_matkailun\\_tulo\\_ja\\_tyollisyysvaikutukset\\_2022.pdf](https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Helsingin_matkailun_tulo_ja_tyollisyysvaikutukset_2022.pdf)

Arvio ulkomaalaisten osuudesta matkailutulosta perustuu Visitory Oy:n laskelmiin.

# Skenaario 1. Kansainvälinen matkailu kasvaa vuosittain 4 prosenttia vuoteen 2030 asti



Välittömän matkailutulon kasvu kv-matkailusta

400 milj. € → 760 milj. €

Kv-matkailun kokonaisvaikutuksen kasvu

600 milj.€ → 1 140 milj. €

Kv-matkailun aikaansaamat välittömät työllisyysvaikutukset

1 700 → 3 200 (htv)

Kv-matkailun kokonaistyöllisyysvaikutukset

2 000 → 3 800 (htv)

Skenaariossa oletetaan kansainvälisen matkailun saavuttaneen vuoden 2019 tason vuonna 2025, mikä on Visit Finlandin tavoite Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun osalta. Tämän jälkeen kasvu on vuosittain 4 prosenttia. Kasvutavoitetta voidaan pitää maltillisena, sillä kansainvälinen matkailu kasvoi Helsingissä yli 4 prosenttia viimeisen 15 vuoden aikana vuosina 2010-2011, 2015-2017, 2019 ja 2021-2023.

Kasvun seurauksena kansainvälisen matkailun seurauksena syntyvä matkailutulo ja -työllisyys lähes kaksinkertaistuvat verrattuna vuoteen 2022 eli matkailutulo kasvaisi 400 miljoonasta eurosta 760 miljoonaan euroon ja työllisyysvaikutukset kasvaisivat 1 700 htv:stä 3 200 htv:hen. Skenaarion toteutuminen edellyttäisi rekisteröityjen yöpymisten kasvavan 2,9 miljoonaan eli kasvua olisi noin miljoona yöpymistä verrattuna vuoteen 2023 (1,9 milj.) tai 0,5 miljoonaa jos verrataan vuoteen 2019 (2,4 milj.). Tällöin Helsingin pitäisi houkuttaa koronapandemian karkottamien matkailijoiden lisäksi esimerkiksi vain hieman yli 3 prosenttia niistä, jotka ovat matkustaneet Tukholmaan, Osloon, Kööpenhaminaan ja Hampuriin.



## Skenaario 2. Kansainvälinen matkailu kasvaa samalle tasolle kuin Tukholmassa vuonna 2023 tiettyjen kansallisuuksien osalta

Välitön matkailutulo kv-matkailusta

400 milj. € → 820 milj. €

Kv-matkailun kokonaisvaikutukset

600 milj.€ → 1 230 milj. €

Kv-matkailun aikaansaamat välittömät työllisyysvaikutukset

1 700 → 3 500 (htv)

Kv-matkailun kokonaistyöllisyysvaikutukset

2 000 → 4 100 (htv)

Skenaariossa oletetaan kansainvälisen matkailun saavuttavan yhdysvaltalaisien, saksalaisten, englantilaisten ja ranskalaisten yöpymisten osalta Tukholman vuoden 2023 tason, minkä lisäksi ruotsalaisten yöpymiset ovat 15 prosenttia kaikista pohjoismaisista yöpymisistä (pl. Islanti). Muun maalaisten matkailijoiden yöpymiset säilyvät ennallaan.

Kasvun seurauksena kansainvälisestä matkailusta syntyvä matkailutulo ja -työllisyys enemmän kuin kaksinkertaistuu verrattuna vuoteen 2022. Skenaariossa rekisteröityjen yöpymisten määrä kasvaa 3,2 miljoonaan eli kasvua olisi noin 1,3 miljoonaa yöpymistä verrattun vuoteen 2023. Huippuvuoteen 2019 verrattuna yöpymisiä tarvittaisiin lisää vain 0,8 miljoonaa eli noin 25 prosentin kasvun.



# Skenaario 3. Helsingissä kotimaanmatkailun yöpymisten volyymi kasvaa samalle tasolle suhteessa maan väkilukuun kuin Oslossa ja Kööpenhaminassa

Välitön matkailutulo kotimaanmatkailusta  
800 milj. € → 1 400 milj. €

Kotimaanmatkailun kokonaisvaikutukset  
1 400 milj.€ → 2 500 milj. €

Kotimaanmatkailun aikaansaamat välittömät työllisyysvaikutukset  
4 000 → 7 100 (htv)

Kotimaanmatkailun kokonaistyöllisyysvaikutukset  
4 800 → 8 500 (htv)

Skenaariossa oletetaan kotimaisten matkailijoiden määrän saavuttavan saman tason suhteessa maan väkilukuun kuin Oslossa ja Kööpenhaminassa vuonna 2023. Kotimaanmatkailun kasvun seurauksena matkailutulo ja –työllisyys kasvaisivat noin 75 prosenttia. Helsingissä olisi rekisteröityjä kotimaisia yöpymisiä noin 3,8 miljoonaa vuodessa eli kasvua vuoteen 2023 verrattuna olisi 1,5 miljoonaa.



# Verrokkikaupunkien matkailun markkinointiorganisaatiot

# Verrokkikaupunkien matkailun markkinointiorganisaatiot



	Visit Stockholm	VisitOslo	Wonderful Copenhagen	Hamburg Tourismus
Budjetti	4,9 milj.	7,5 milj.	36 milj.	9,3 milj.
Työntekijöitä (kokopäiväiset työntekijät)	n. 30	28	n. 75	n. 59
Kv-yöpymiset / työntekijät	132 000	83 000	81 000	60 000
Keskeiset kohdemaat markkinoinnille	Tanska, USA, Saksa, UK, Suomi, Ranska, Alankomaat, Italia, Espanja	Tanska, Ruotsi, UK, Saksa, Alankomaat, Belgia	Saksa, UK, USA, Ruotsi, Norja, Ranska, Italia	Saksa, Tanska, Sveitsi, UK, Itävalta, USA, Alankomaat, Espanja, Ruotsi
Osallistumiset messuihin/vastaaviin ulkomailla	6-8 (tavoitteena vähentää somen ja Tukholmassa tapahtuvien vierailujen avulla)	Muutama	5-10	Ei tiedossa



# Verrokkikaupunkien matkailun markkinointiorganisaatiot



	Visit Stockholm	VisitOslo	Wonderful Copenhagen	Hamburg Tourismus
Keskittyminen kv-matkailuun	Pääkohderyhmä, pandemian seurauksena myös kotimaiset	Pääkohderyhmä, mutta myös kotimaiset matkailijat	Tärkeä kohderyhmä, mutta strategiassa keskeistä vierailijat yleisellä tasolla	Kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat Kotimaan kampanjointi ei erillistä toimintaa vaan kohdistuu koko saksankieliseen Eurooppaan
Sosiaalinen media	Roolia nostetaan tulevaisuudessa "läsnäolon" kustannuksella	Voimakas panostus	Voimakas panostus	"Digitaalinen vuorovaikutus tärkeää"
Kestävän matkailun huomioiminen	Huomioidaan kaikessa toiminnassa	"Kohderyhmät luovat mahdollisimman suuren arvon, mutta kuormittavat ympäristöä ja yhteisöä mahdollisimman vähän"	"Keskeinen elementti kaikessa toiminnassa ja projekteissa"	Erillisiä kampanjoita



# Verrokkikaupunkien matkailun markkinointiorganisaatiot

	Visit Stockholm	VisitOslo	Wonderful Copenhagen	Hamburg Tourismus
Vahvuuksia	Tukholmassa kv-yritysten Pohjoismaiden pääkonttoreita ja liike-elämä kansainvälistä	Oslo taide- ja kulttuurikohteena Oslo talvikohteena	”Kööpenhaminan lentoasema Pohjois-Euroopan solmukohta ja panostusta kansainvälisiin junayhteyksiin”	Hampuri kulttuurikaupunkina Saksankielinen Eurooppa
Huomioita	Markkinointi ei kohdistu vain matkailijoihin vaan myös yritysten ja investointien houkutteluun			Markkinointi ei kohdistu vain matkailijoihin vaan myös yritysten ja investointien houkutteluun

# Verrokkikaupunkien matkailun markkinointiorganisaatiot



	Visit Stockholm	VisitOslo	Wonderful Copenhagen	Hamburg Tourismus
Näkemyks Helsingin markkinoinnista	Helsinki on aktiivisesti näkyvillä kansainvälisillä messuilla ja markkinointitapahtumissa. Huomiota on kiinnittänyt markkinointi tapahtumakaupunkina. Aasian yhteydet olleet arvostettuja, mutta muuttunut maailmanpoliittinen tilanne muuttaa tilannetta.			
Miten Helsingin markkinointia tulisi kehittää	Aasian merkityksen vähentyessä tarvitsee löytää uusia markkinoita. Ruotsissa suurta kiinnostusta Suomea kohtaan, mikä tulisi hyödyntää. Euroopan markkinat kaikkein tärkeimmät, mutta Helsingin tulisi löytää omat vahvuutensa ja keskeiset segmentit. Kaukomaista Yhdysvaltojen markkinat tärkeitä kaikille Pohjoismaille ja siellä pohjoismaista yhteistyötä tulisi kehittää. Saavutettavuus on keskeistä.			



# Yhteenveto



## Yhteenveto potentialialista

Kansainvälisen matkailun osalta Helsingin rekisteröidyt yöpymiset ovat pienimmät Pohjoismaisista pääkaupungeista. Myös Hampurissa yöpymisiä on enemmän. Tarkastelussa ei ole huomioitu Reykjavikia. Helsinki on toipunut muita hitaammin koronapandemian tuomasta matkailun vähenemisestä.

Helsingissä oli yhdysvaltalaisien, saksalaisten, englantilaisten, ruotsalaisten ja ranskalaisten yöpymisiä vähemmän kuin verrokkikaupungeissa vuonna 2023, mutta kiinalaisia yöpyi enemmän vain Kööpenhaminassa. Kööpenhamina onkin verrokkikaupungeista suosituin ulkomaalaisten keskuudessa. Tukholmassa korostui yhdysvaltalaisien yöpymiset, joskin Kööpenhaminassa niitä oli vielä enemmän. Myös Oslon markkinaosuus yhdysvaltalaisien yöpymisistä Pohjoismaissa (pl. Islanti) oli lähes kaksinkertainen Helsinkiin verrattuna.

Ulkomaalaisten matkailijoiden synnyttämä matkailutulo ja –työllisyys kaksinkertaistuisi vuoteen 2030 mennessä jos Helsinki saavuttaisi vuoden 2019 yöpymisten tason vuonna 2025, minkä jälkeen yöpymiset kasvaisivat vuosittain 4 prosenttia. Vielä suurempi vaikutus olisi sillä, että kansainvälinen matkailu kasvaisi samalle tasolle tärkeimpien kansallisuuksien osalta kuin Tukholmassa vuonna 2023. Hyvin merkittävä vaikutus matkailutuloon olisi sillä, että kotimaanmatkailun volyyymi kasvaisi samalle tasolle suhteessa maan väkilukuun kuin Oslossa ja Kööpenhaminassa.

# Yhteenveto verrokkikaupun- kien matkailun markkinointi- organisaatioista

Vertailukaupunkien matkailun markkinointiorganisaatioiden budjetit eivät ole täysin vertailukelpoisia, sillä niiden toiminta poikkeaa toisistaan. Visit Stockholm ja Tourismus Hamburg eivät markkinoi kaupunkejaan pelkästään matkailijoille vaan laajemmin investointikohteena ja yritysten sijaintipaikkana. Monet kampanjat kohdistuvat kumpaankin kohderyhmään eikä niiden budjetteja pystytä erottamaan toisistaan. Kaikilla organisaatioilla rahoituslähteet ovat monipuolisia ja monesti hankeperusteisia, eikä erillisiä ulkomaalaisiin matkailijoihin keskittyviä markkinointibudjetteja pystytä arvioimaan eroteltuna muusta toiminnasta.

Wonderful Copenhagenilla on suurin budjetti ja eniten henkilökuntaa. Epäilemättä osittain tämän seurauksena Kööpenhaminassa on verrokkikaupungeista eniten ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä – yli 3 kertaa enemmän kuin Helsingissä. Kööpenhamina on myös toipunut pandemian aiheuttamasta matkailijamäärien laskusta nopeimmin. Riittävä rahoitus näkyy myös tässä. Kotimaisia yöpymisiä oli eniten Hampurissa, mikä selittyy markkinan koolla. Hamburg Tourismukselle kotimaiset matkailijat yhdessä saksankielisen Euroopan kanssa on tärkein kohderyhmä.

Kaikissa organisaatioissa markkinointi keskittyy pitkälti samoihin maihin. Kaukomaista tärkein on Yhdysvallat.

Sähköistä markkinointia ollaan lisäämässä voimakkaasti kaikissa organisaatioissa. Osassa myös niin, että kansainvälisille messuille ja markkinointitapahtumille osallistumista vähennetään. Toisaalta matkailualan toimijoita, matkailutoimittajia ja –influenssereita halutaan enenevässä määrin vierailulle.

Matkailun kestävyys huomioidaan kaikissa organisaatioissa. Useampi julkaisee vuosittaista raporttia toimintansa kestävydestä. Kestävyuden nähdään olevan tulevaisuudessa matkailutoimialan keskiössä.

Helsingin matkailumarkkinointia arvostetaan, mutta korostetaan tarvetta uusille markkinoille Aasian suunnan ollessa vaikeuksissa. Vaikka Pohjoismaiden pääkaupungit ovat kilpailijoita, erityisesti kaukomaihin suunnattavassa markkinoinnissa ollaan valmiita yhteistyöhön. Tämä koskee erityisesti Yhdysvaltoja. Helsingin tulisi myös löytää omat muista poikkeavat vahvuutensa.

