

HANKO*

Hangon kaupungin
matkailustrategia

2012–2020



1. Johdanto

”Matkailulla on Suomessa merkittävä vaikutus kansantalouteen ja työllisyyteen. Pelkän matkailun suora bruttokansantuoteosuus on 2,7 prosenttia. Matkailukulutus on kasvanut kuudessa vuodessa 11 miljardista eurosta noin 13,4 miljardiin euroon. Matkailu aikaansaa myös moninaisia kerrannaisvaikutuksia muille elinkeinoille kuten rakennusteollisuudelle ja elintarviketeollisuudelle, arviolta 1 euron lisäarvo matkailutoimialoilla tuo 56 senttiä lisäarvoa muille toimialoille. Matkailu on ainoa viennin ala, jonka kulutus tapahtuu Suomessa ja joka maksaa toiminnastaan arvonnlisäveroa.

Matkailu on tasapainoista aluerakennetta vahvistava tekijä. Matkailun merkitystä kasvattaa alan paikkasidonnaisuus; matkailutoimialojen työpaikkoja ja paikallisesti tehtyä kehittämistyötä ei voida pääosiltaan siirtää muihin maihin eikä muille paikkakunnille.”

– Työ- ja elinkeinoministeriö, Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015-2025

Matkailu on tärkeä ja kasvava elinkeino Hangossa. Matkailun aikaansaama liikevaihto on vuosittain noin 51 miljoonaa euroa ja sen työllistävä vaikutus on noin 200 henkilötyövuotta. Hangossa on noin 300 välillisesti matkailusta hyötyvää yritystä, joista 200 on matkailupalveluiden tuottajia.

Matkailustrategiassa määritellään visio, tavoitteet, arvot, kohderyhmät ja ensisijaisesti kehitettävät teemat, jotka perustuvat matkailun olemassa oleviin vahvuuksiin ja mahdollisuuksiin.

Jotta matkailustrategian asettamat tavoitteet toteutuvat, tarvitaan kaikkien matkailutoimijoiden (sekä julkisen että yksityisen sektorin) vahvaa sitoutumista ja panostusta. Tavoitteiden saavuttaminen edellyttää myös lisärahoitusta matkailuun.

Matkailustrategia päivitetään säännöllisesti (3 vuoden välein) ja painopistealueet ja toimintasuunnitelma tarkistetaan ja päivitetään vuosittain. Matkailustrategian tulee noudattaa valtakunnallisen ja alueellisen matkailustrategioiden linjanvetoja.

Hankoon luodaan uusia työpaikkoja ja edistetään yrittäjyyttä kehittämällä matkailuelinkeinoa. Tämän myötä kaupungista välittyvä mielikuva paranee ja se takaa myös asukkaille ja vapaa-ajan asukkaille paremmat palvelut. Matkailulla on koko kaupungille suuri imagollinen merkitys.

Visio on saavutettavissa, jos kaikki toimivat yhteisten päämäärien suuntaisesti.

Marika Pulliainen

Matkailupäällikkö

Hangon kaupungin matkailutoimisto

.....
Hangon matkailutoimisto

Raatihuoneentori 5, 10900 Hanko, puh. 019 2203 411

tourist.office@hanko.fi, www.hanko.fi/tourism

2. Hangon matkailun strategiset päämäärät

Visio:

Hanko on vuonna 2020 ympärivuotinen ja ympäristövastuullinen matkailukaupunki.

Päämäärät:

- Hanko on maamme tunnelmallisin lomakohde, rennosti ylellinen Suomen Etelä
- Hanko on aktiivinen ympäristövastuullisuuden sisällyttämisessä matkailuliiketoimintaan
- Hanko on ympärivuotisista kokous- ja hyvinvointipalveluistaan tunnettu ja tunnustettu
- Hanko on kulttuuri-, liikunta- ja tapahtumamatkailullisesti yksi Suomen kiinnostavimmista kaupungeista

Arvot:

- Asiakslähtöisyys
- Laatu
- Osaaminen ja ammattitaito
- Luonto- ja ympäristövastuullisuus

Teemat:

- **Aktiviteetit;** Purjehdus, tennis, golf, sukellus, surffaas
- **Tapahtumat;** Hangon Teatteritreffit, SeaHorse Week, Hangon regatta, Hangon tennisviikot, Itämeri Cup, Hangon musiikkijuhlat, Hangon elokuvajuhlat, Hangon Päivät ja Muinaistulien Yö
- **Historia;** Kylpyläkausi, sotahistoria, siirtolaisuus
- **Kulttuuri;** Taiteilijat, arkkitehtuuri, musiikki
- **Luonto;** Merellisyys, rannat, linnusto
- **Ruokamatkailu;** Slow food, lähiruoka, rapujuhlat
- **Kokousmatkailu;** Kannustematkailu, kick off-tilaisuudet, seminaarit
- **Hiljaisuus;** Mielenrauha, tarinallisuus, hyvinvointi

Kohderyhmät:

Painotus kotimaassa: Pääkaupunkiseutu

Painotus kansainvälisesti: Visit Finlandin linjauksia noudattaen, alueellinen yhteistyö Lumon kautta.

Kansainväliset valtimme ovat merellisyys, saaristo, hiljaisuus ja puhtaus.

• Yritysryhmät ja johtoryhmät

Hanko tarjoaa tälle kohderyhmälle omaperäisiä tuotteita ja rauhallisen ympäristön, joka on oiva paikka luovalle ajattelulle. Tämä kohderyhmä voi pienelläkin henkilömäärällä tuoda paljon rahaa Hankoon. Kokoustilat, majoitus, ruokailut ja ohjelmapalvelut, niillä syntyy tuloksia asiakkaallekin.

• Aktiiviset aikuiset ja Harrastajat (ks.teemat)

Tämä kohderyhmä koostuu eri-ikäisistä aktiivisista aikuisista, joiden kiinnostuksen kohteet voivat olla esim. sotahistoria, lintubongaus tai urheilu: Kolmekymppisten kite-boarding- klubi tai 80-vuotias tennishai, tervetuloa Hankoon!

• ”Bourgeois Bohème” (boheemi kaupunkilainen)

Tämä kohderyhmä koostuu elämästä nautiskelijoista, jotka solahtavat yhtä mielellään taidepajaan kuin sukeltamaankin, viihtyvät esteettisesti kauniissa miljöössä, rakastavat hyvin syömistä ja kirjojen lueskelua riippukeinussa. BoBojen mielestä on etu, että Hangossa ei ole ostoskeskuksia, vaan pieniä liikkeitä. Lapsiperheellinen BoBo ei kaipaa ”puuhamaata”, vaan keräilee perheineen simpukoita ja kiviä hiekkarannoilla...

3. Päämäärien tavoitteet

”Hanko on maamme tunnelmallisin lomakohde, rennosti ylellinen Suomen Etelä”

Tavoitteet:

1. Hanko-brändi on tunnettu
 2. Hangolla on vahva imago matkailukaupunkina
 3. Hanko on haluttu lomakohde ympärivuotisesti
 4. Hanko tarjoaa kohderyhmälleen laadukkaita tuotteita/palveluja
 5. Matkailun painoarvoa kasvatetaan Hangon kaupungin taloudessa ja elinkeinoelämässä
-

”Hanko on aktiivinen ympäristövastuullisuuden sisällyttämisessä matkailuliiketoimintaan”

Tavoitteet:

1. Kaupunki ja jokainen matkailuyritys on sisällyttänyt ympäristövastuullisuuden liiketoimintaansa ja sisäistänyt sen tuomat imagolliset ja taloudelliset hyödyt
 2. Hangon matkailuelinkeino on tunnettu aktiivisesta Itämeren suojelutyöstään
 3. Hankoon on hyvät ja hyvin hyödynnetyt julkiset liikenne yhteydet
-

”Hanko on ympärivuotisista kokous- ja hyvinvointipalveluistaan tunnettu ja tunnustettu”

Tavoitteet:

1. Hangossa on yli 100 huoneen korkeatasoinen Hangon imagolle sopiva kongressihotelli
 2. Hangossa on laaja valikoima omaperäisiä ja laadukkaita kokouspalvelu-tuotteita
 3. Hangon yöpymisvuorokausista puolet tulee liikematkailijoista
 4. Hanko on helposti saavutettavissa
 5. Hangon hyvinvoinnin päätuotteiden tunnistaminen ja tuotteistaminen
-

”Hanko on kulttuuri-, liikunta- ja tapahtumamatkailullisesti yksi Suomen kiinnostavimmista kaupungeista”

Tavoitteet

1. Hangossa järjestetään korkeatasoisia valtakunnallisesti ja kansainvälisesti kiinnostavia tapahtumia ympärivuotisesti
2. Kulttuurin merkitys on tunnustettu
3. Hanko profiloituu luovaksi kaupungiksi
4. Hangossa on Suomen parhaat puitteet harrastaa purjehdusta, tennistä, golfia, sukellusta ja surffausta

4. Yhteenveto

Matkailustrategian tärkeimmäksi tavoitteeksi on saada matkailulle tunnustettu asema yhtenä Hangon kaupungin tukijalkana ja saada Hangon matkailuyrittäjät, kaupungin johto ja päättäjät sitoutumaan strategiaan. Sitoutuminen ja lisäpanostus matkailun rahoitukseen, sekä yksityiseltä että julkiselta puolelta, on edellytys tavoitteiden saavuttamiselle. Työnjako ja vastuualueet on jaettu selkeästi, ja matkailutoimisto tulee seuraamaan toimenpiteiden toteuttamista tarkasti.

Kaupungin tehtävänä on varmistaa matkailuneuvonnan palvelujen saatavuus ja toiminnan edellytykset. Kaupunki vastaa matkailun toimintaympäristön infrastruktuurista ja sen kehittämisestä sekä matkailua tukevien reitistöjen ylläpitämisestä ja hoitamisesta. Kaupunki tukee yrittäjyyttä ja yrittäjien yhteistyötä sekä luo mahdollisuuksien mukaan puitteet tuottavalle ja toimivalle matkailuyrittäjyydelle. Kaupungilla on yhdessä matkailutoimiston kanssa matkailustrategian jalkautusvastuu.

Matkailutoimisto vastaa matkailun osalta Hangon markkinoinnista, matkailuneuvonnan tuottamisesta ja jakelusta sekä toimii matkanjärjestäjänä. Toimisto koordinoi Hangon matkailun kehitystä ja tiedottaa säännöllisesti kaupungin koko organisaatiolle ja matkailuyrittäjille matkailuelinkeinon kehityksestä ja mitareiden lukujen toteutumisesta. Matkailutoimisto tekee yhteistyötä matkailuyrittäjien ja muiden matkailun ammattilaisten kanssa paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti sekä toimii yhteistyössä kaikkien asiaan kuuluvien kaupungin tahojen kanssa.

Matkailutoimiston hallituksesta tulee muodostaa matkailun asiantuntijaryhmä tukemaan matkailutoimiston toimintaa. Hallituksen tehtävänä on liiketoiminnan asianmukainen järjestäminen ja valvonta, tavoitteisiin pääsemisen mahdollistaminen sekä oman vaikutusvallan ja asiantuntemuksen antaminen yhtiön voimavaraksi.

Matkailuyritykset vastaavat liiketoiminnastaan ja sen kehittämisestä, tuotekehityksestä sekä matkailupalvelujen ja toiminnan laadusta. Matkailuyritykset vastaavat omasta myynnistään ja markkinoinnistaan, ja osallistuvat paikallisesti ja alueellisesti yhteismarkkinointiin. Myös matkailuyritykset ovat vastuussa Hango-brändistä.



5. Mittarit ja nykytila

Mittari 1:
Julkinen ja yksityinen panostus matkailumarkkinointiin

Kaupungin matkailubudjetti

vuosi	tavoite	toteutunut
2012		175 000 €
2013		165 000 €
2014		165 000 €
2015		160 000 €
2016		160 000 €
2017	175 000 €	160 000 €
2020	220 000 €	

Matkailutoimiston markkinointibudjetti

vuosi	tavoite	toteutunut
2012		48 000 €
2013		35 000 €
2014		41 000 €
2015		42 000 €
2016	45 000 €	40 000 €
2017	45 000 €	
2020	90 000 €	

Mittari 2:
Matkailun liikevaihto

Matkailun tulot (suorat ja välilliset)

(Seuranta: Matkailun tulotutkimus)

vuosi	tavoite	toteutunut
2008		32 milj. €
2014		39 milj. €
2016		51 milj. €
2020	62 milj. €	

7 majoitusliikkeen liikevaihto

vuosi	tavoite	toteutunut
2013		1 612 913 €
2014		1 687 500 €
2015		1 714 788 €
2016	1,8 milj. €	2 176 000 €
2017	2,2 milj. €	

12 ravintolan liikevaihto

vuosi	tavoite	toteutunut
2015		6 154 002 €
2016		6 149 754 €
2017	6,3 milj. €	

3 vierasvenesataman liikevaihto

vuosi	tavoite	toteutunut
2012		316 712 €
2013		365 372 €
2014		389 890 €
2015		402 562 €
2016	405 000 €	418 761 €
2017	420 000 €	
2020	450 000 €	

Mittari 3:

Asiakastyytyväisyys (5 erittäin hyvä – 1 erittäin huono)

	2014	2015	2016	2017
	(tulos)	(tulos)	(tulos)	(tavoite)
matkailuneuvonta	4,60	4,51	4,49	4,55
majoituspalvelut	3,84	3,89	4,13	4,25
ravintola- ja kahvilapalvelut	3,98	4,11	4,23	4,35
risteilyt	4,11	4,33	4,33	4,35
kaupat	3,26	3,54	3,62	3,70
ohjelmapalvelutarjonta	3,58	3,71	3,69	3,80
yleisvaikutelma Hangosta	4,65	4,65	4,66	4,66
hinta-laatusuhde	3,72	3,77	3,93	3,95

Seuranta: laatuverkko, asiakastyytyväisyystutkimus