



**Kainuun liitto**

# **Kainuun matkailustrategia 2018–2021**

**Ehdotus 15.1.2018**



# **Kainuun matkailustrategia**

**2018–2021**

**Kainuun liitto 2018**

Kainuun liitto  
Kauppakatu 1  
87100 Kajaani  
Puh. 08 615 541  
Faksi 08 6155 4260  
[kainuunliitto@kainuu.fi](mailto:kainuunliitto@kainuu.fi)

Kannen kuva: Suomussalmen kunta / Hannu Huttu

Kuvat: Suomussalmen kunta / Hannu Huttu; Tuomas Kaakinen, Mediakylpy. Vuokatti-kuvapankki;

Kuhmon Kamarimusiikki/Juuso Westerlund; Kainuun liitto

Kajaani 2018

# Sisällysluettelo

Johdanto.....	1
Matkailustrategian laadinta.....	2
Kainuu matkailualueena .....	3
Matkailun merkitys Kainuulle .....	3
Kainuun matkailukohteet.....	3
Strategian päämäärä: Kasvu kotimaan ja ulkomaan markkinoilla.....	7
Strategia vuosille 2018–2021 .....	9
Markkinoiden kasvattaminen ja kasvun tukeminen .....	9
Matkailutarjonnan uudistaminen ja uudet investoinnit .....	10
Saavutettavuuden parantaminen.....	11
Kehittämisen organisointi ja resursointi.....	12
Lähdeluettelo .....	14
Liitteet .....	15



# Johdanto

Matkailun kehitys on ollut viime vuosikymmeninä nopeaa ja tällä hetkellä se on yksi suurimmista ja nopeimmin kasvavista toimialoista maailmassa. Vuosittaisen matkailijamäärän odotetaan kasvavan nykyisestä reilusta miljardista matkailijasta 1,8 miljardiin vuoteen 2030 mennessä. Matkailun vaikutukset ulottuvat ympäröivään yhteiskuntaan laaja-alaisesti. (UNWTO, 2016)

Sitran (2016) määrittämien megatrendien mukaan globaaleita muutosteemoja tällä hetkellä ovat kestävyyskriisi, globaali keskinäisriippuvuus ja kasvavat jännitteet sekä teknologian muuttama maailma. Näillä on moninaisia vaikutuksia matkailuun. Suomen kasvupotentiaali on hyvä turvallisena, puhtaana ja poliittisesti vakaana matkailukohteena. Ilmastonmuutoksen vuoksi Etelä-Euroopan lämpenevä ilmasto luo edellytykset viileän ja miellyttävän ilmaston markkinointiin maailmalla erityisesti kesäsesongilla.

Kainuulla on oma matkailullinen vetovoimansa, minkä eteen on tehty kymmeniä vuosia pitkäjänteistä kehitystyötä. Tämä on huomioitu myös maailmalla. Lonely Planet valitsi syksyllä 2016 Suomen kolmanneksi mielenkiintoisimmaksi matkailumaaksi ja valintaan vaikutti muun muassa Kainuuseen vuonna 2017 perustettu Hossan kansallispuisto. Wild Taiga palkittiin EDEN – European Destinations of Excellence innovaatiopalkinnolla Maltalla. Maailman suurin matkailulehti National Geographic Travel valitsi Suomen vuoden 2017 kahdenkymmenen kiinnostavimman matkailumaan joukkoon. Lisäksi National Geographic Russia valitsi Suomen kolmanneksi parhaimmaksi ekomatkailukohteeksi.

Lähivuodet ovat merkittäviä Kainuun matkailun kehittämisen kannalta. On aika havahtua siihen potentiaaliin, joka Kainuulla on globalisoituvassa ja teknologian ”pienentämässä” maailmassa. Käsillä oleva Kainuun matkailustrategia 2018–2021 hahmottaa matkailuun haluttavan liiketoiminnan ja työllisyyden kasvun kannalta yhteisiä päämääriä sekä niihin pääsemiseksi tarvittavia toimenpiteitä. Taustaliitteessä kuvataan Kainuun matkailun tilaa ja viime vuosien kehitystä.



Kuva. Hiukan ranta Sotkamossa.

# Matkailustrategian laadinta

Kainuun matkailustrategia on Kainuu-ohjelmaa täydentävä erillisuunnitelma, joka on hyväksytty Kainuun maakuntahallituksessa 15.1.2018. Kainuun matkailustrategiaa on valmisteltu Kainuun maakuntaohjelman 2018–2021, Kainuu-ohjelman rinnalla, jonka tavoitteena on tehdä hyvinvoiva ja vetovoimainen Kainuu. Matkailu on valittu yhdeksi Kainuun kehittämisen kärkiteemoista.

Matkailustrategian laadinta on aloitettu maakuntahallituksen päätöksellä 17.8.2015. Matkailustrategiaa on esitelty Kainuun Etu Oy:n järjestämässä matkailufoorumissa 14.6.2017. Kainuun matkailustrategiaa on käsitelty SOVA-ryhmän (14.8.2017) kokouksissa sekä erillisneuvottelussa Metsähallituksen (3.7.2017) kanssa. Lisäksi 30.8.2017 matkailutoimijoille on järjestetty työpaja matkailustrategian viimeistelyn merkeissä. Matkailustrategian käsillä oleva luonnos on lähetetty laajalle kommentointikierrokselle 1.11–15.11.2017 väliseksi ajaksi (ks. [www.kainuunliitto.fi](http://www.kainuunliitto.fi)). Määräaikaan mennessä saapui 26 lausuntoa.



Kuva: Karhu. Hannu Huttu, Suomussalmen kunta.



# Kainuu matkailualueena

## Matkailun merkitys Kainuulle

Matkailuelinkeinon merkitys on Kainuun taloudelle suuri, kolmanneksi suurin Suomessa Ahvenanmaan ja Lapin jälkeen. Matkailun osuus BKT:sta on Kainuussa maan keskiarvoa korkeampi (Kainuu 3,9 % ja koko maa 2,5 %) (TEM 2017). Kainuun osuus Suomessa rekisteröidyistä yöpymisistä oli vuonna 2016 jopa 4,6 prosenttiyksikköä Kainuun väestön osuuden ollessa suomalaisista vain 1,4 %.

Kainuussa vuonna 2016 matkailun kasvu alkoi uudelleen orastaa v. 2008 alkaneen pitkän talouskriisin ja siitä johtuneen heikentyneen matkailukysynnän jälkeen. Tilastokeskuksen (2017) mukaan vuonna 2016 matkailuyöpymiset kasvoivat Suomessa 3,1 %, samalla kun Kainuussa poljettiin paikoillaan (-0,1 %). Ulkomaisten matkailijoiden osuus Kainuussa kasvoi kuitenkin jopa 14,6 % kun Suomen kasvuvauhti oli 4,7 %. Kotimaisten matkailijoiden määrä väheni samalla Kainuussa 1,4 % (tosin rekisteröityjen yöpymisten ohella Kainuussa arvioidaan olevan jopa + 30 % rekisteröitymätöntä yöpymistä). Paremmen kehityksen turvaamiseksi tarvitaan tiivistä yhteistyötä yhteisessä kehittämisessä ja erityisesti yritysten investointeja sekä kehittämistoimenpiteitä.

## Kainuun matkailukohteet

Kainuu tunnetaan monipuolisena ja turvallisena kesä- ja talviloma-alueena aktiivisesti kehitettävien matkailukohteidensa ansiosta. Lomamatkailun ohella Kainuussa on merkittävästi myös urheiluvalmennus-, leirikoulu-, kokous-, ja hyvinvointimatkailutarjontaa. Kainuun matkailussa asiakkaita ovat erityisesti perheet. Kainuussa on useita menestyviä matkailukeskuksia, jotka kaikki tarjoavat monipuolisia palveluja matkailijoille (kuvat 1 ja 2). Matkailullinen vetovoima perustuu erityisesti luontoon ja luontoperustaisiin aktiviteettipalveluihin. Tärkeimpiä matkailuvaltteja ovat kaunis luonto, hiljaisuus, tila ja sen moninainen kestävä hyödynnettävyys matkailullisesti, monipuolisten matkailupalvelujen tarjonta eri ikäryhmille, neljä selkeästi erilaista vuodenaikaa sekä turvallisuus. Kainuussa on lisäksi valtaosaltaan moderni, korkeatasoinen majoitus- ja muu palvelutarjonta. Kainuussa matkailu on ympärivuotista ja sesonkivaihtelut eivät ole yhtä suuria kuin muilla suosituilla matkailualueilla.

Matkailijat nauttivat luontoon liittyvistä aktiviteeteista kuten hiihtoladuista, laskettelurinteistä, husky- ja moottorikelkkasafareista, retkeilystä, kalastuksesta, metsästyksestä ja golfista. Myös erilaiset kulttuuri-, liikunta-, hyvinvointi- ja ruokapalvelut ja tapahtumat sekä historiasta ja paikallisesta elämäntavasta kertovat tarinat aidoissa ympäristöissä ovat monipuolisen lomatarjonnan perustana.

Hiihto- ja lomakeskukset **Vuokatti** sekä **Ukkohalla-Paljakka** vetävät puoleensa valtaosan, yli 80 % Kainuuseen lomalle tulijoista. Vuokatti kiinnostaa eniten perheitä, aktiivisia liikkujia ja kilpaurheilijoita. Sotkamoon tullaan myös pesäpallon takia. Ukkohalla ja Paljakka ovat profiloituneet ympärivuotisina

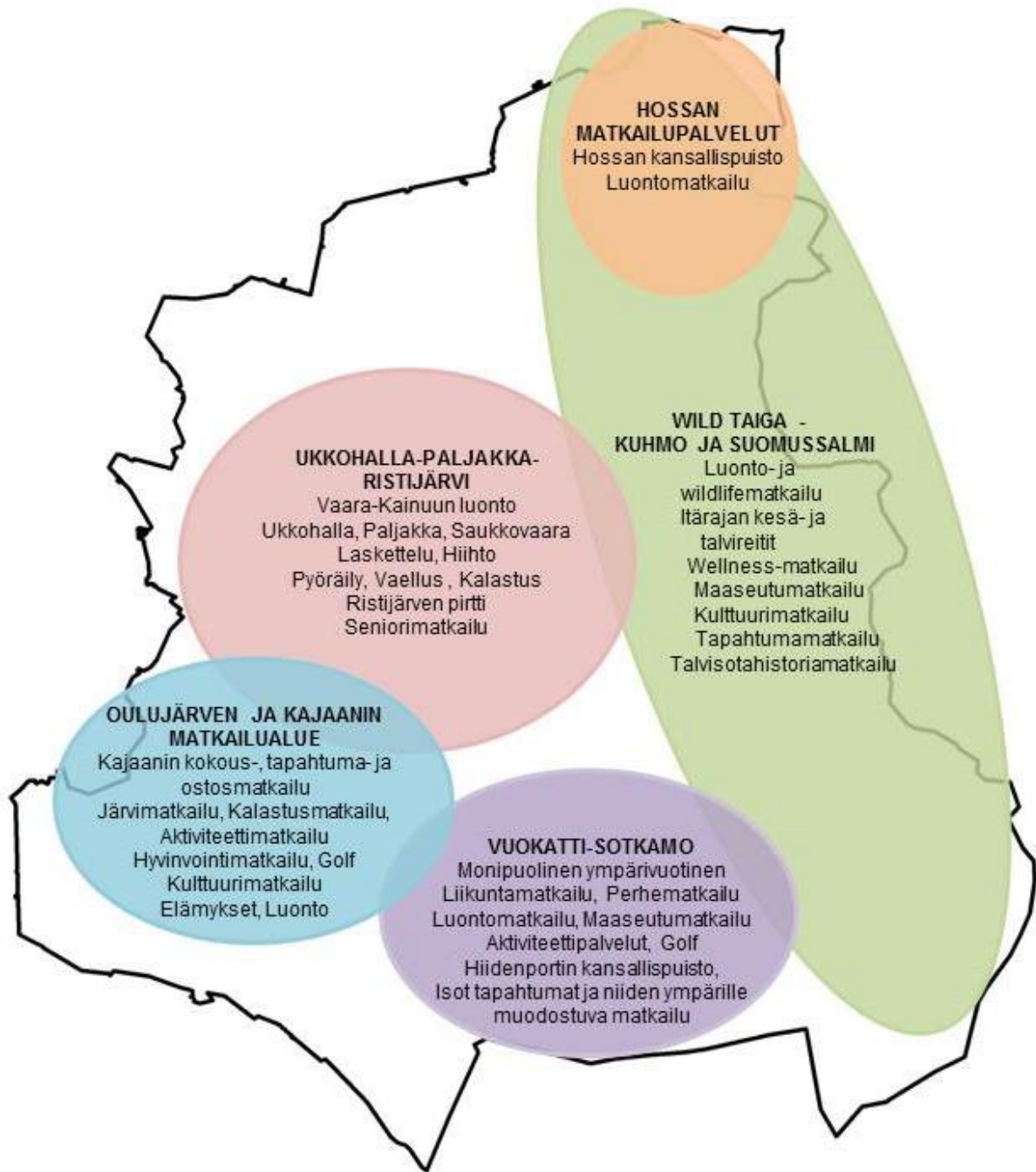
luonto-, aktiviteetti- ja hyvinvointikohteina. Hyrynsalmella järjestettävät **suopotkupallon MM-kisat** vetävät alueelle matkailijoita Suomesta ja ulkomailta. **Kainuun Rastiviikko** -suunnistustapahtuma tuo joka vuosi tuhansia kävijöitä Kainuuseen. Hiihtokeskusten ja urheilutapahtumien lisäksi Kainuussa on myös muita vetovoimaisia sekä nousevia matkailukohteita. Suomen uusin kansallispuisto **Hossa** Suomussalmella on nostanut Kainuun tunnettavuutta Suomessa ja ulkomailla. Kainuun on Suomen suosituin Wildlife-matkailukohde suurpetojen tarkkailussa ja kuvaamisessa. Lintujen, revontulien ja maisemien katselu ovat myös ns. Wildlife-matkailua. Marjojen, sienten ja villiyrttien keräily sekä metsästys ovat kainuulaista lomaohjelmaa. **Wild Taiga** -luontopalvelut Kuhmon ja Suomussalmen alueilla, **Hiidenportin** kansallispuisto, Venäjän rajan ylittävä puistopari **Ystävyyspuisto** ja **Kalevalapuisto** ovat kansainvälisesti vetovoimaisia. Kansallispuistojen ja retkeilyalueiden ohella Kainuussa on runsaasti talousmetsää, jota hyödynnetään virkistyskäytössä aktiivisesti.

**Kuhmon kamarimusiikkifestivaali** on ollut maailmalla Suomen arvostetuimpia kulttuuritapahtumia jo yli 40 vuoden ajan. Suomussalmella sijaitsee kansallisesti merkittävä sotahistoriamatkailukohde **Raatteen portti** ja Kuhmossa **talvisotamuseo**. Ristijärvellä kehitetään seniorimatkailua. Kulttuuri-, vesistö- ja tapahtumamatkailulle on hyvät edellytykset Kajaanissa ja Paltamossa, myös hyvien liikenneyhteyksien ansiosta. **Ärjänsaari** ja **linnan rauniot** Kajaanissa sekä **Jättiläisenmaa** Paltamossa ovat omaleimaisia luonto- ja kulttuurimatkailukohteita. **Kajaanin runoviikko** on jatkuvasti säilyttänyt suosionsa yli 40-vuotiaana, **Suomen suurimpana**, sanataiteen festivaalina.

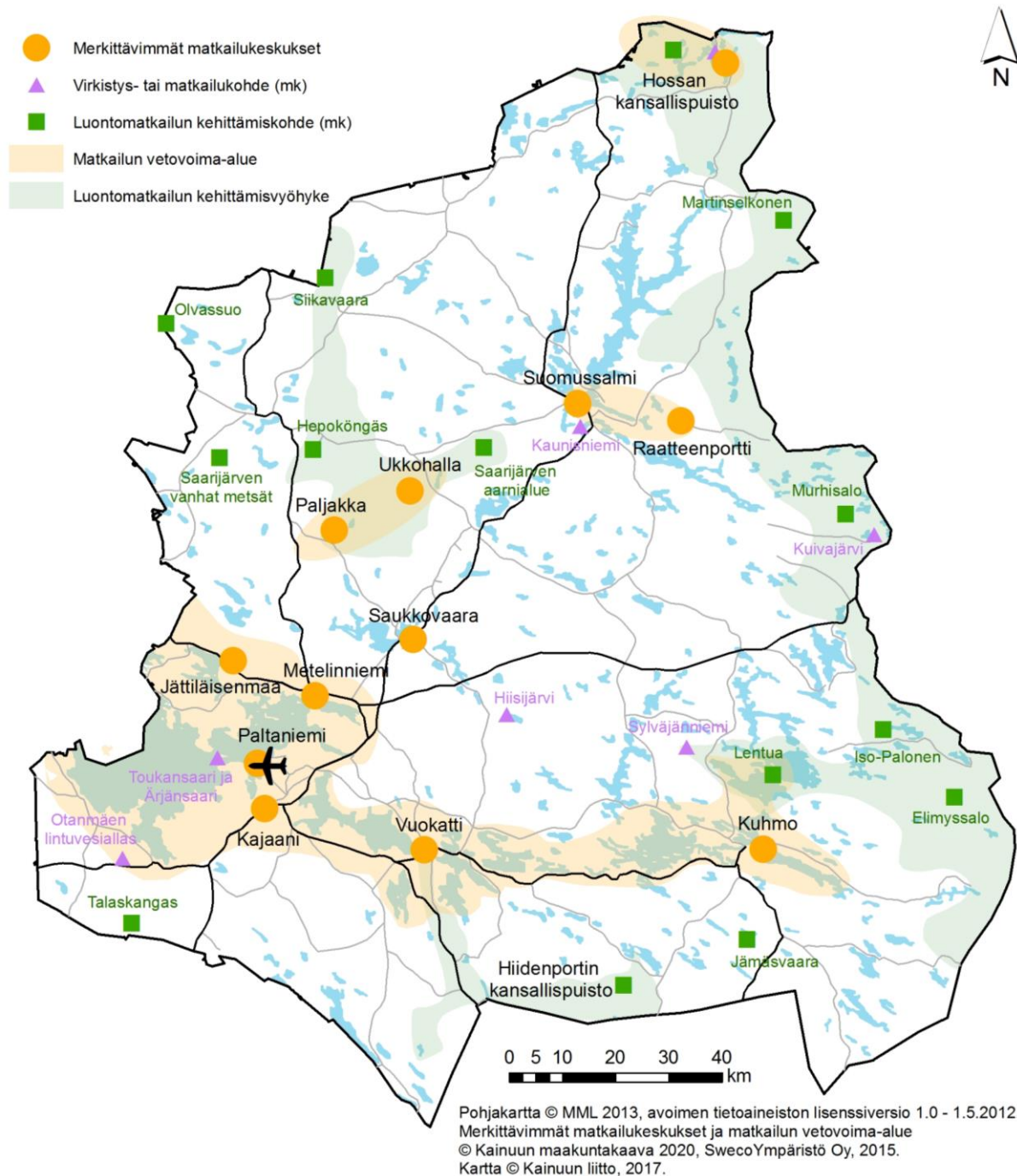
Sujuvat liikenneyhetydet ovat perusedellytys matkailun kehittymiselle. Syrjäinen sijainti ja erämainen luonto luovat oman erityislaatuisen vetovoiman ja potentiaalin Kainuun matkailulle. Kainuun matkailukeskukset muodostavat ~~Hossaa lukuun ottamatta~~ tiiviin ja yhtenäisen matkailualueen, jossa kohteesta toiseen on noin tunnin ajomatka. Kajaanin lentokenttä mahdollistaa kansainvälisen matkailun kasvun.



Kuva: Kalastaja. Hannu Huttu, Suomussalmen kunta.



**Kuva 1.** Kainuun matkailualueet ja niiden erityisvahvuudet. Uudistettu Sweco Ympäristö Oy 2015 pohjalta. (Lisätty kalastusmatkailu)



**Kuva 2.** Kainuun matkailurakenne. Peustuu pääosin Kainuun maakuntakaavaan 2020.

# Strategian päämäärä: Kasvu kotimaan ja ulkomaan markkinoilla

Matkailuelinkeino kasvaa 5 prosentin vuosivauhtia liikevaihdolla ja yöpymisvuorokausilla mitattuna vuosina 2018–2021. Tällöin liikevaihto kasvaa nykyisestä noin 136 milj. eurosta noin 174 milj. euroon ja henkilöstömäärä noin 1 890 henkilöön vuoteen 2021 mennessä. Yöpymisvuorokausiin kasvu tuo noin 216 000 lisäyöpymistä nykyiseen noin 1 miljoonaan yöpymiseen. Kasvua haetaan sekä kotimaan että kansainvälisten markkinoiden ympärivuotisesta matkailusta.

Kainuun kasvutavoite noudattaa koko maan kansainvälisen matkailun kasvun tavoitetta, 5 %:n vuotuista kasvua yöpymisvuorokausissa.

Kainuun matkailun päämäärä on Kainuuseen tulevien matkailijamäärien kasvu kotimaasta ja kansainvälisiltä markkinoilta (kuva 3). Kainuun matkailun vahvuus, kotimaisten asiakkaiden ympärivuotinen lomailu Kainuussa on pysynyt **vakaana** vuosien saatossa. Perusvoimaa ja -kasvua kotimaasta tulee edelleen vahvistaa. Uutta kestäväää ja voimakasta kasvua **tehdään** kansainvälistymisestä.



**Kuva 3.** Kainuun matkailun strategia: tavoitteena kasvu markkinoinnin, matkailutarjonnan ja saavutettavuuden uudistamisella ja parantamisella. (Järjestystä ja ulkoasua muutettu)

Strategiaa **toteutetaan** älykkäästi uudistaen, digitaalisuutta, kainuulaista luontoa ja kulttuuria hyödyntäen sekä markkinoita **vahvistaen** ja matkailualueiden saavutettavuutta parantaen. Kainuun matkailua elinkeinona rakennetaan entistä vahvemmin kestäväälle, resilienssiä (eli muutosjoustavuutta ja kykyä selviytyä muutoksista) parantavalle kasvulle, jolla edelleen tasoitetaan matkailun kausiluonteisuutta.

Matkailun kasvu lisää monenlaista yritystoimintaa ja yritysten liikevaihtoa sekä luo uusia työpaikkoja. Matkailuun liittyvillä toimialoilla, majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmalveluissa, muodostuu noin kolmannes alueen matkailutulosta. Matkailutulosta muodostuu noin yksi kolmannes liikenteen ja yksi kolmannes vähittäiskaupan kysynnän kasvusta.



Kuva: Koiravaljakkoajelu. Hannu Huttu, Suomussalmen kunta.



Kuva. Laskettelua Vuokatissa. Tuomas Kaakinen, Mediakylypy. Vuokatti-kuvapankki.

# Strategia vuosille 2018–2021

## Markkinoiden kasvattaminen ja kasvun tukeminen

Markkinointiyhteistyö Digitaalisuus Markkinoiden laajentuminen  
Positiivinen mielikuva

Vahvan kasvun tavoite edellyttää markkinalähtöistä, myyntiä edistävää kehittämistyötä. Korostetaan liiketoimintakumppanuuksia sekä **markkinointiyhteistyötä** Kainuussa ja erityisesti Visit Finlandin sekä asiakkaiden, median, **liikenneyhtiöiden** ja ulkomaisten matkanjärjestäjien kanssa. Kainuun matkailu muodostaa monialaisen klusterin, jossa yhteistyössä tuotetaan palvelukokonaisuuksia. **Tähän työhön tarvitaan incoming-toimintaa eli palvelukokonaisuuksien tuottamista osista ja niiden myyntiä. Kehitetään mm. Visit Arctic Europe -konseptia, jossa on kyse useamman maan matkailun yhteisestä kansainvälisestä markkinoinnista.** Kainuun alueiden näkyvyys paranee osana suurempia matkailullisia kokonaisuuksia. Matkailun markkinointia lisätään digitaalisuuden mahdollisuuksia käyttäen. **Digitaalisuuden** avulla avataan suorat yhteydet asiakkaisiin, tuotteiden monipuoliseen esittelyyn sekä sujuvimmat menetelmät kaupan ja liiketoiminnan asioiden hallintaan.

Toteutetaan tuloksellista ja kohdennettua sekä vaikuttavampaa viestintää tunnettavuuden parantamiseksi. Matkailuviestintä ja asiakkaiden kokemukset kirkastavat samalla maakuntakuvaa. Kainuun matkailutarjonnasta halutaan muodostaa **positiivinen ja tunnettu mielikuva** kotimaassa (=päämarkkina), kasvavilla markkinoilla Kiinassa ja Japanissa, Venäjällä sekä muilla valituilla ulkomaisilla markkinoilla (esim. Puolassa, Iso-Britanniassa sekä ranskan- ja saksankielisessä Keski-Euroopassa), valikoiduissa asiakasryhmissä. Kohdealueiden tunnettavuutta ja houkuttelevuutta lisätään imagomarkkinoinnilla. Kainuun maakuntakuvatutkimuksen (2017) mukaan Kainuun valtteja ovat mm. puhdas luonto, puhtaat elintarvikkeet, turvallisuus sekä rauhallisuus. Näitä teemoja tulee korostaa matkailutarjonnan kehittämisessä.

Matkailukeskusten, liikenneoperaattoreiden, eri toimialojen, vähittäiskaupan ja muiden palveluyritysten sekä kehittäjätahojen välistä **yhteistyötä ja kumppanuutta** vahvistetaan, myös hankkeissa tehtävällä yhteistyöllä. Matkailumarkkinakanavat, Visit Finland ja ulkomaalaiset matkanjärjestäjät kytketään kehittämishankkeiden työssä Kainuun matkailun **kansainvälistämiseen. Kysynnän lisäämiseksi tehdään pitkäjänteistä työtä.** Kainuun sijainti Visit Finland –aluejaon (Lakeland) pohjoisosissa luo edellytykset sille, että alueella on mahdollisuus tarjota samantyyllisiä talviaktiiviteetteja kuin Lapissa. Monipuolisessa luontomatkailussa korostetaan kansainvälisessä markkinoinnissa kansallispuistojamme, National Park, huomioiden Kainuun kansallispuistojen erämaisuus. Vahvistetaan **itärajan ylittävää yhteistä matkailutarjontaa, mm. luonnonsuojelualueiden muodostamalla puistopareilla ja yhteisellä kulttuuritarjonnalla.**

Kainuu-kuvan vahvistaminen ja maineen hallinta liitetään osaksi matkailun toimintaympäristön kehittämistä.

## Matkailutarjonnan uudistaminen ja uudet investoinnit

Uudistukset uusia kohdemarkkinoita palveleviksi Osaamisen vahvistaminen  
Työvoiman saatavuus Kumppanuus Investoinnit Kainutlaatuisuus

Kotimaiset asiakkaat ovat Kainuussa nykyisin suurin asiakasryhmä, jonka odotuksia ja uudistustarpeita vastaavaa kehitystyötä tarvitaan.

Kainuun matkailuun on mahdollista saada voimakasta kasvua kansainvälistymisellä. Kansainvälisen kasvun saavuttamiseksi on parannettava, muunneltava ja luotava täysin uusia tuotteita uudenlaisia asiakkaita varten. Kasvun aikaansaaminen erityisesti kansainvälisessä matkailussa edellyttää luonto- ja liikuntapainotteisen matkailutarjonnan ohella kulttuuria ja paikallista elämäntapaa sisältävän matkailutarjonnan lisäämistä.

Kuntien on syytä olla edelleen aktiivisia toimijoita matkailun kehittämisessä. Matkailutarjonnan uudistaminen vaatii matkailuyritysten sekä matkailupalvelujen osaamisen vahvistamista sekä ammattitaitoisen työvoiman saatavuuden turvaamista. Myös yrityksiä ja yritysten kumppanuuksia tulee kehittää kasvun aikaan saamiseksi.

Aktiivinen ja jatkuva investoijien houkuttelu kotimaasta ja ulkomailta on olennaisen tärkeää matkailun palveluinfran ja majoitustarjonnan kasvun aikaansaamiseksi. Investointien saamisessa Kainuuseen tulee tehdä yhteistyötä valtiollisen matkailun kehittämisen, alueen yrittäjien, kuntien sekä yksityisten maanomistajien kanssa. Edistetään alan investointirahoituksen, koulutuksen ja tutkimustiedon saatavuutta, myös yhdessä muiden matkailumaakuntien kanssa.

Panostetaan luontomatkailuinfran, majoituksen, ruokapalveluiden, aktiviteettien, tuotepakettien ja kauppan palveluiden kehittämiseen sekä uudenlaisten ratkaisujen löytämiseen uusia kohdemarkkinoita palveleviksi ja tavoiteltavien asiakasryhmien saamiseksi Kainuuseen. Kehitetään tapahtumamatkailua myös kansainvälisiä matkailijoita palveleviksi. Konferenssimatkailulla on hyvät kasvuedellytykset yhteistyössä Visit Finlandin kanssa. Uudistamisessa pidetään kiinni kainutlaatuisuudesta\*, mm. puurakentamisesta, makuelämyksistä, omien perinteiden ja kulttuurin mukaisista tapahtumista. Kainuulaisien elinkeinoelämän ja järjestötoiminnan vahvuuksia hyödynnetään sektorirajat ylittävästi esim. kulttuuri-, urheilu-, mittaus- ja peliosaamista.

Suuri kokoontumistila tarvitaan tukemaan tapahtumamatkailun kasvua. Kainuussa on useita maailman ja Suomen kärkeä edustavia tuotteita ja palvelukokonaisuuksia. Uudistamisessa toimijoiden olisi hyvä haastaa itsensä yhä uusiin kärkisijoituksiin. Alustatalous luo edellytyksiä matkailun kehittämiseen, mm. majoitustarjonnan lisäämiseen, persoonalliseen tarinankerrontaan ja muuhun matkailutarjonnan moni-



puolistamiseen. Virtuaali- ja lisätyn todellisuuden avulla voidaan luoda uudenlaisia elämyksiä asiakkaille.

**Kainuu-henkeä** kasvatetaan tietoisesti kasvun voimaksi. Toimijoiden yhteistyöllä tarjotaan riittävän monipuolinen tuoteisto kotimaisten ja ulkomaisten matkanjärjestäjien ryhmämatkatuotantoa varten. Kainuun Etu Oy kutsuu säännöllisesti koolle Kainuun matkailutoimijoista koostuvan neuvottelevan organisaation, joka vie ajankohtaisesti Kainuun matkailua eteenpäin.

*\* Kainutlaatuisuudella tarkoitetaan kainuulaista laatua – kainuulaisia sisäisiä vahvuuksia, omanlaista ja omintakeista tyyliä, kulttuuriperintöä ja osaamista; kainutlaatuisuudelle viitataan myös tavaramerkkiin – ”Kainut”, joka tarkoittaa edelläkävijän sauvaa.*

## Saavutettavuuden parantaminen

Lentoliikenne	Mielikuvasaavutettavuus	Vt 5 matkailuliikenteen väylä
	Matkaketjut	Yhteistyö

Kainuun **mielikuvasaavutettavuutta** kehitetään matkailuviestinnän keinoin ja yhteistyössä Kainuun maakuntakuvan kirkastamisen kanssa. Tavoitteena on lentoliikennetoimijoiden kanssa, että riittävät päivittäiset **lentoyhteydet** turvataan (yli 100 000 matkaa / v) ja charter-lentoja tavoitellaan lentoliikenteeseen. Charter-lennot lisäävät erityisesti uusien kansainvälisten matkailijoiden saapumista Kainuuseen. Kainuun tulee ylläpitää laajapohjaista ja jatkuvaa keskusteluyhteyttä matkanjärjestäjiin, operaattoreihin ja Finaviaan lentoliikenneyhteyksien edelleen kehittämiseksi koko Kainuun matkailukentän yksilöidyt tarpeet huomioon ottaen. Kainuun liitto kokoaa säännöllisin väliajoin pidettäviin yhteistyöneuvonpitoihin mukaan riittävän edustuksen matkailutoimijoita koko Kainuun alueelta. Kainuun lentoliikenteen kehittämissuunnitelmassa (2017) on asetettu tavoitteet Kainuun lentoliikenteen kasvun aikaansaamiseksi. Yhteistyössä Finnavian ja matkailutoimijoiden kanssa luodaan Kajaanin lentokentälle matkailullinen vetovoimainen brändi.

**Parannetaan vt 5 sujuvuutta ja matkailupalveluiden näkyvyyttä väylän varrella.** Tieverkoston kuntoa ja hoidon tasoa **parannetaan** valtateillä 5, 6, 22, 28 sekä kantateillä 75, 76, 78, 89 ja Kainuun sisäisillä tieyhteyksillä. Raideliikennetoimijoiden kanssa yhteistyössä parannetaan junayhteyksiä, mm. yömatkustusta. Rajanylitystä Venäjän raja-asemilla pyritään sujuvoittamaan mm. viisumikäytäntöjä helpottamalla. Kiinnitetään erityisesti huomiota **matkaketjujen** toimivuuteen. **Yhteistyötä** alueiden kaikkien eri liikennemuotojen välillä tarvitaan, jotta saadaan aikaiseksi toimivat matkaketjut ja liityntäliikenneyhteydet matkustajille, erityisesti lentomatkustuksessa. Parannetaan Kainuun sisäisiä ja lähiseutujen yhteyksiä palveluihin pääsemiseksi.



Kuva. Tanssija Ksenia Parkhatskaya, ©Kuhmon Kamarimusiikki/Juuso Westerlund.

## Kehittämisen organisointi ja resursointi

Kainuun matkailun kehittäminen vaatii eri toimijoiden välistä luottamuksellista ja tiivistä yhteistyötä. Matkailu on elinkeinoalana aluekehityksen kannalta erityinen: sillä on erittäin vahva yhteys alueen saavutettavuuteen, alueen imagoon ja vetovoimaan. Matkailulla ja muulla aluekehityksellä on vahva keskinäisriippuvuus. Matkailun kehittyminen tukee alueen parempaa saavutettavuutta ja alueen palvelutarjonnan kehitystä ja päinvastoin. Julkisten toimijoiden roolissa korostuu matkailun kehittämisen mahdollistaminen. Matkailutoimijoiden rohkeus ja aloitteellisuus sekä kehittämisorganisaatioiden ja oppilaitosten aktiivinen rooli ovat ensi arvoisen tärkeitä toimialan kehitystyössä.

Yrittäjien ideat ja tahto strategisten linjausten toteuttamiseen ovat kehitystyön lähtökohtana. Kainuun matkailun kasvu tehdään pääosin yrittäjien työllä, yrittäjien keskinäisellä yhteistyöllä sekä matkailualueiden yhteistyöllä. Matkailun kehitystyötä tukevat vahvasti lisäksi Kainuun kunnat, Kainuun ELY-keskus, Metsähallitus, Kainuun liitto ja tuleva Kainuun maakunta (kuva 4). Kajaanin ammattikorkeakoulu ja Kainuun ammattiopisto merkittäviä alan koulutus- ja kehittämisorganisaatioita.

Kainuun liiton toimintaan matkailu kytkeytyy usein eri tavoin: liitto on yksi rahoittajataho Kainuun matkailun kansainvälistämiselle ja yhteisille kehityshankkeille, alueiden käytön suunnittelulla ja

liikennejärjestelmäsuunnittelulla mahdollistetaan alan kehitys sovittamalla yhteen eri intressejä ja tavoitteita; matkailu on merkittävä edunvalvonnan ja maakuntakuvan (vetovoiman) kirkastamisen kohde.

Kainuun Etu Oy toimii aktiivisesti Kainuun matkailun alueellisena Visit Finlandin vastuorganisaationa mahdollistaen Kainuun matkailun esille tulon kansallisessa matkailumarkkinoinnissa ja -yhteistyössä. Se kantaa keskeisen vastuun matkailun kehitystyön koordinoinnista Kainuussa ja Kainuusta ulospäin sekä edistää uusien investointien saantia Kainuuseen.

Matkailu on yksi Kainuu ohjelman kärkiteemoista. Kehittämisrahoitukseen kysyntä ja käyttö on ollut Kainuussa erittäin aktiivista viime vuosina. Kainuun liitto, Kainuun ELY-keskus ja muut rahoittajatahot ovat osallistuneet ja sitoutuneet matkailun foorumitoimintaan ja seuraavat aktiivisesti toimialan kehittymistä. Rahoittajien rooli on myös erityisen korostunut ulkomaisten investoijien houkuttelussa ja matkailuinfrastruktuuriin liittyvissä investoinneissa.

Merkittävimpiä kehittämishankkeiden rahoituslähteitä matkailustrategian toimeenpanossa ovat Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020 Suomen rakennerahasto-ohjelma ja erityisesti EAKR-rahoitusosuus (Kainuun liitto ja Pohjois-Pohjanmaan Ely-keskus), Manner-Suomen maaseuturahasto sekä Leader-toimintaryhmät. Kehittämissyhteistyötä tehdään myös kansainvälissä yhteistoiminnassa EU-ohjelmärahoituksilla.



**Kuva 4.** Kainuun matkailun kehitystyöhön ja resursointiin osallistuvat tahot. (Esitystapa muutettu)

# Lähdeluettelo

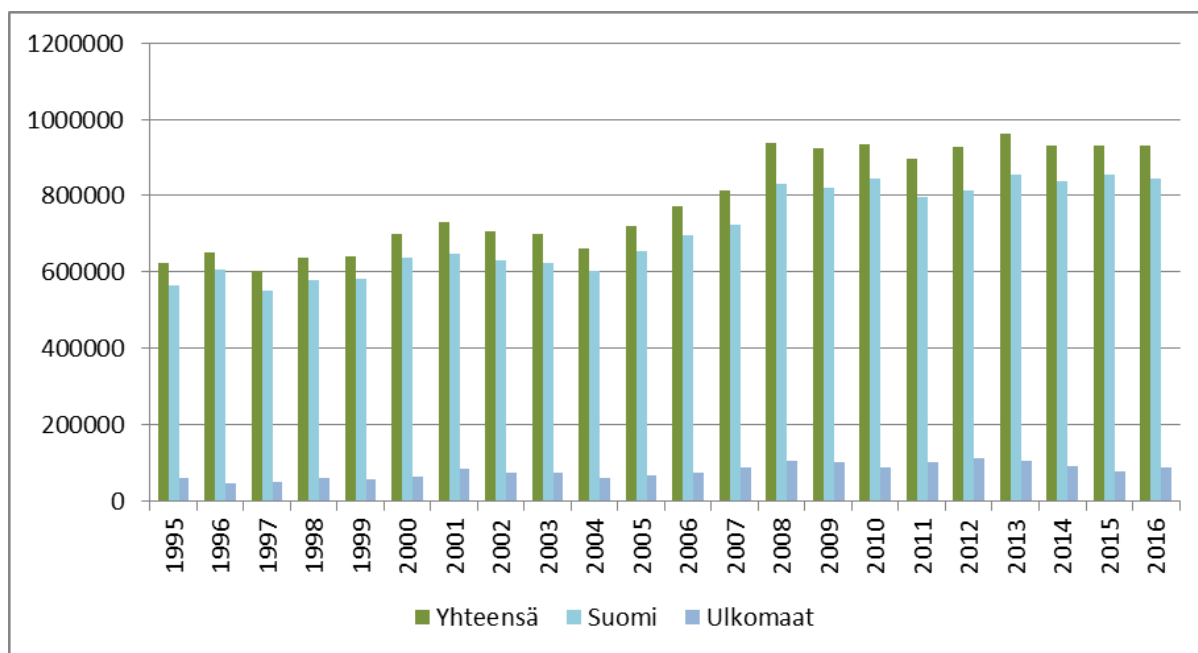
- Heikkinen Reijo & Risto Mäläskä (2017). *Kainuuta kouluamassa. Kulttuuri- ja luontokohteita Kainuun kulmakunnilta*. Rotaryklubi Elias ry. Otavan kirjapaino Oy. Keuruu.
- Hemmi Jorma (2017). *Sinivalkoinen maa 100 vuotta. Matkalla Suomessa*. Bookwell Oy. Porvoo.
- Itä- ja Poshjois-Suomen lentoliikenteen kehittämishanke 2015–2017 (2017). *Kainuun lentoliikenteen kehittämissuunnitelma*.
- Järviluoma Jari (2017). *Kainuun kansainvälisen matkailun kehitys ja nykytila*. Kajaanin ammattikorkeakoulu.
- Kainuun liitto (2017). *Kainuun maakuntakuvaturkimus 2017*. Taloustutkimus Oy.
- Kainuun matkailukeskusten Master planit.
- Sitra (2017). *Megatrendit 2017*. <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/#megatrendit-2017>
- Sweco Ympäristö Oy 2015. *Kainuun matkailun aluerakenne, loppuraportti 15.6.2015*.
- TEM (2017). *Alueellinen matkailutilinpito*. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 21/2017.
- Tilastokeskus (2017). *Saapuneet vieraat ja yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä*.
- UNWTO (2016). *Tourism highlights*. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145>, Haettu 17.10.2016.

# Liitteet

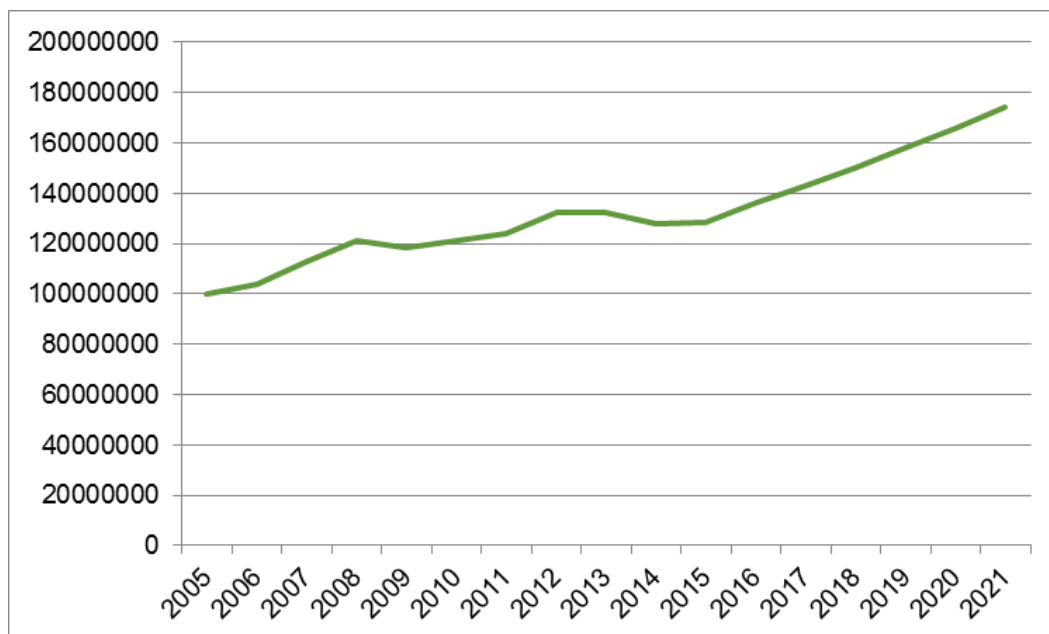
## 1. Kainuun matkailun tila ja kehitys

Kainuussa kansainvälisten matkailijoiden määrä kääntyi jälleen nousuun vuonna 2016 (yhteensä 87 500 yöpymistä) ja vuoden 2015 tilanteeseen verrattuna yöpymiset lisääntyivät jopa 14,6 % (kuvat 1). Venäläismatkailijoiden väheneminen pysähtyi. Kymmenen viime vuoden jaksolla sekä kotimaan että ulkomaisten asiakkaiden määrät ovat Kainuussa kasvaneet. Vuonna 2016 kotimaisten yöpymisten määrä laski lievästi (-1,4 %, yhteensä lähes 850 000) vuoden 2015 tilanteeseen verrattuna. Kaikkiaan vuonna 2016 matkailijoita yöpyi Kainuussa 931 130. (Tilastokeskus 2017, Järviluoma 2017). Kasvuluvuissa on huomioitu ainoastaan tilastoidut yöpymiset.

Kainuun matkailun kehitys euroestimaateilla mitattuna on ollut tasaista viimeisen vuosikymmenen ajan (kuva 2).



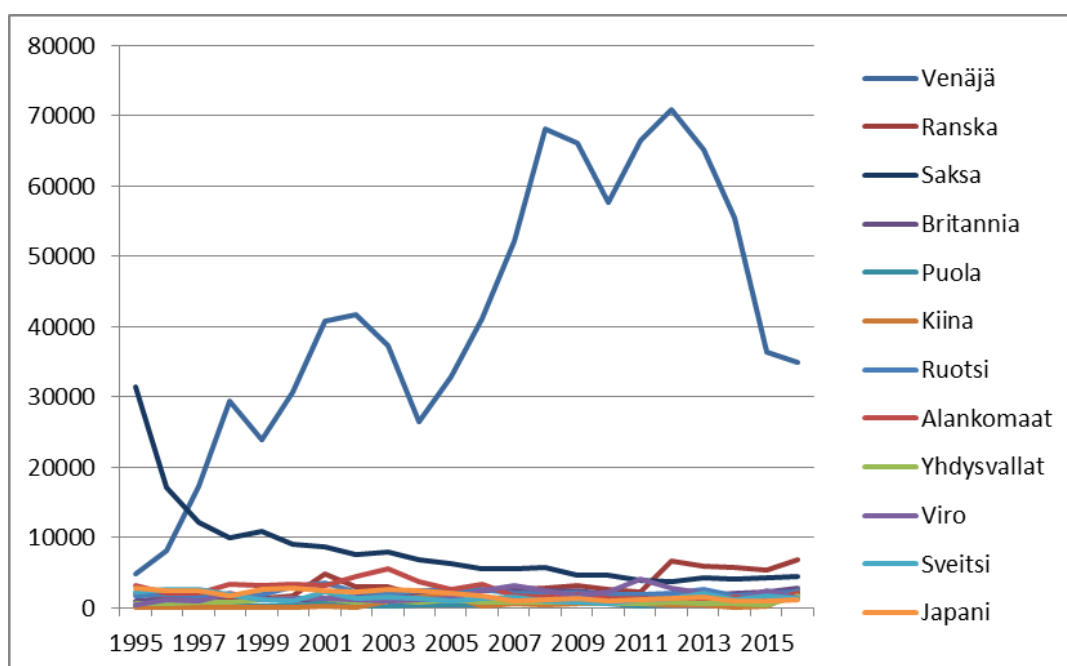
Kuva 1. Kotimaiset, ulkomaiset ja kaikki yöpymiset yhteensä Kainuussa 1995–2016.



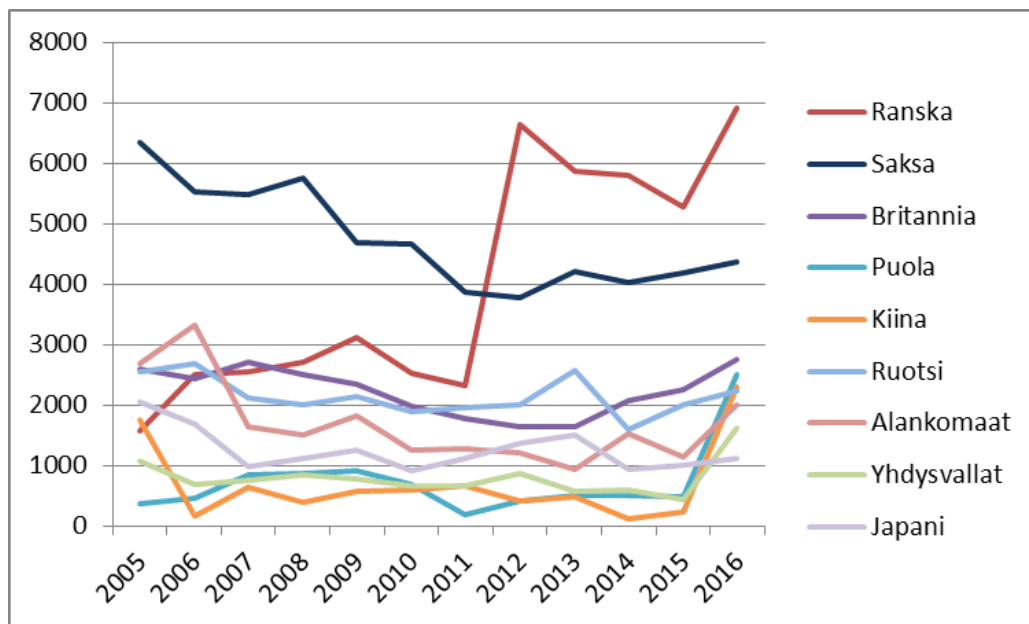
**Kuva 2.** Kainuun matkailun liikevaihdon euroestimaatit. Vuosien 2017–2021 arvot ovat tavoitteita 5 % vuosikasvulla. (Tilastokeskus 2017, asiakaskohtainen suhdannepalvelu)

Kansainvälisten matkailijoiden määrässä kasvua tapahtui eniten ukrainalaisissa matkailijoissa sekä myös aasialaisten, puolalaisten, ranskalaisten ja yhdysvaltalaisien yöpymisten määrä kasvoi (kuvat 3 ja 4). Ukrainalaisten matkailijoiden suuri kasvu selittynee Kainuuseen saapuneilla marjanpöimijöillä.

Vuonna 2016 Kainuun alueen majoituskapasiteetti on kasvanut kolmella prosentilla. Vuoteita on yhteensä 8 249. Vuodepaikkojen käyttöaste oli 29,8 % vuonna 2016, mikä on vähemmän kuin vuotta aikaisemmin, johtuen osittain majoituskapasiteetin kasvusta. (Tilastokeskus 2017)



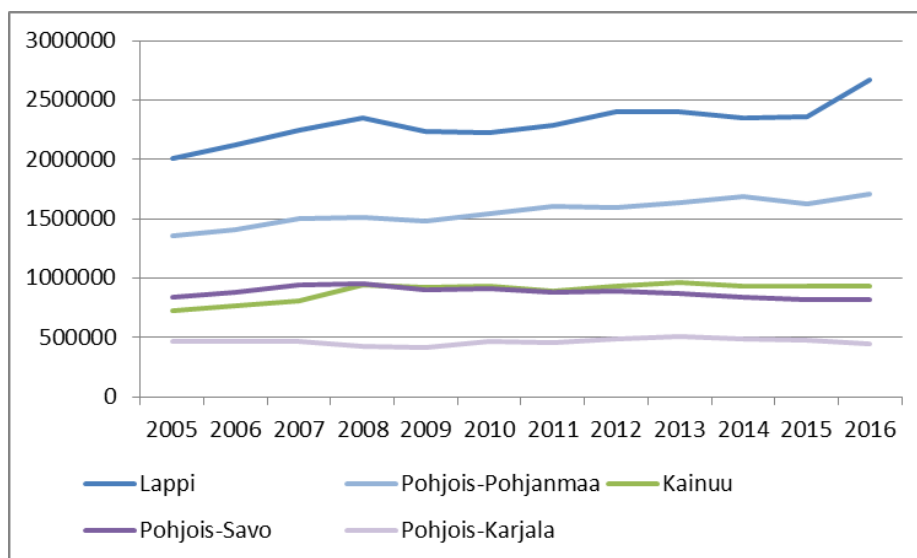
**Kuva 3.** Ulkomaiset yöpymiset Kainuussa 1995–2016. Ukrainalaisten osuutta ei näy kuviossa.



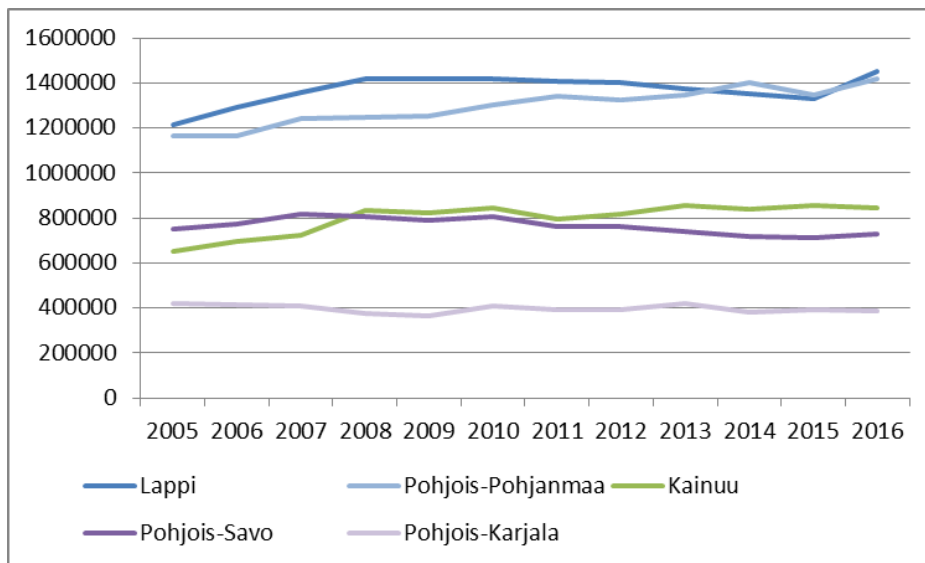
Kuva 4. Ulkomaiset yöpymiset ilman Venäjää Kainuussa 1995–2016.

#### Maakuntakohtainen vertailu naapurimaakuntien kanssa

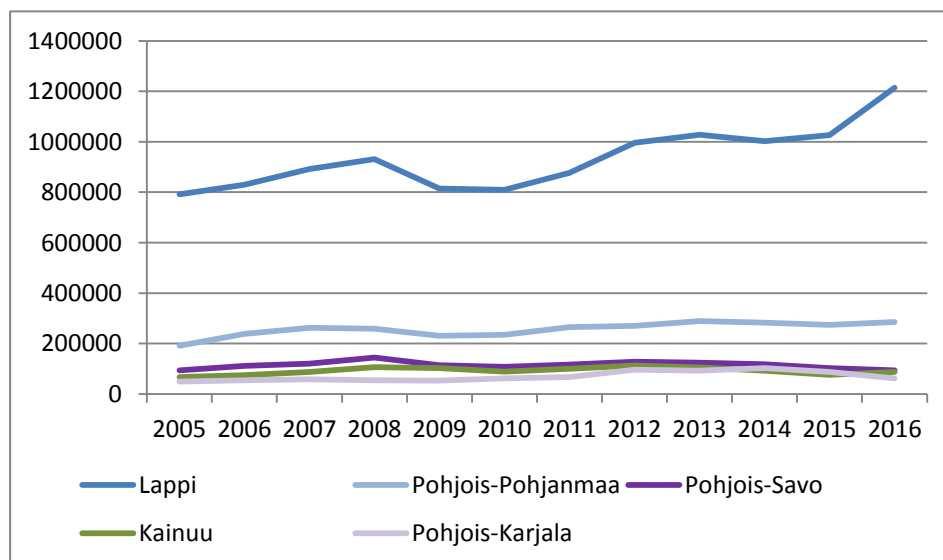
Kokoonsa ja matkailukeskusten lukumäärään nähden Kainuun matkailu on hyvin vertailukelpoinen myös suurempiin maakuntiin verrattuna (kuvat 5, 6 ja 7). Kainuun matkailu on suunnilleen samansuuruista verrattuna Pohjois-Savoon ja Pohjois-Karjalaan. Kainuulla on vahva kotimainen matkailijapohja, mutta kansainvälisissä matkailussa on edelleen parannettavaa hyvästä kasvuvauhdista huolimatta suuriin maakuntiin Pohjois-Pohjanmaan ja Lappiin verrattuna.



Kuva 5. Kaikki matkailijoiden yöpymiset maakunnittain 2005–2016.



Kuva 6. Kotimaiset yöpymiset maakunnittain 2005–2016.



Kuva 7. Ulkomaiset yöpymiset maakunnittain 2005–2016.







**Kainuun liitto**

Kainuun liitto  
Kauppakatu 1, 87100 Kajaani  
Puh. vaihde 08 615 541, faksi 08 6155 4260  
S-posti kainuunliitto@kainuu.fi

[www.kainuu.fi](http://www.kainuu.fi)