



# KANTA-HÄMEEN MATKAILUN KANSAINVÄLISTYMISEN SUUNNITELMA - NYKYTILA JA MARKKINAVALINNAT

Mistä syntyy Kanta-Hämeen matkailun  
kansainvälinen kasvu?

3.10.2024

# SISÄLLYS- LUETTELO



**01** ALKUSANAT

**02** NYKYTILAN SELVITYS JA  
AUDITOINTI

**03** YHTEENVETO: KYSELY JA  
HAASTATTELUT

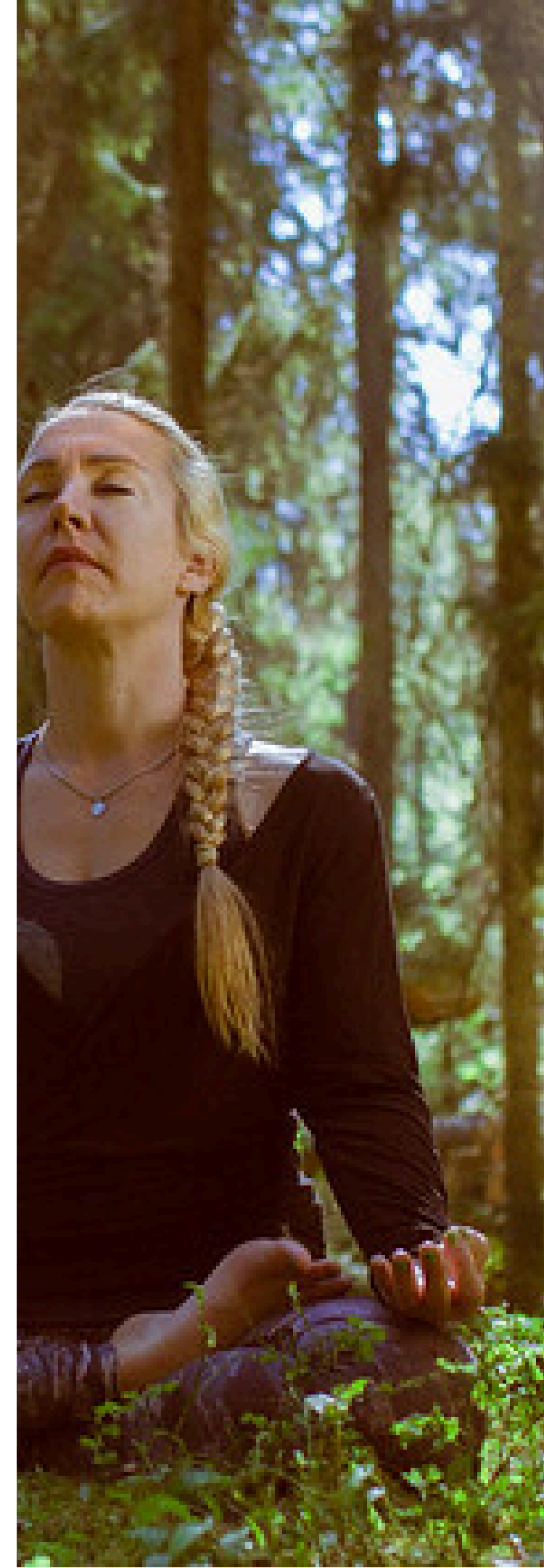
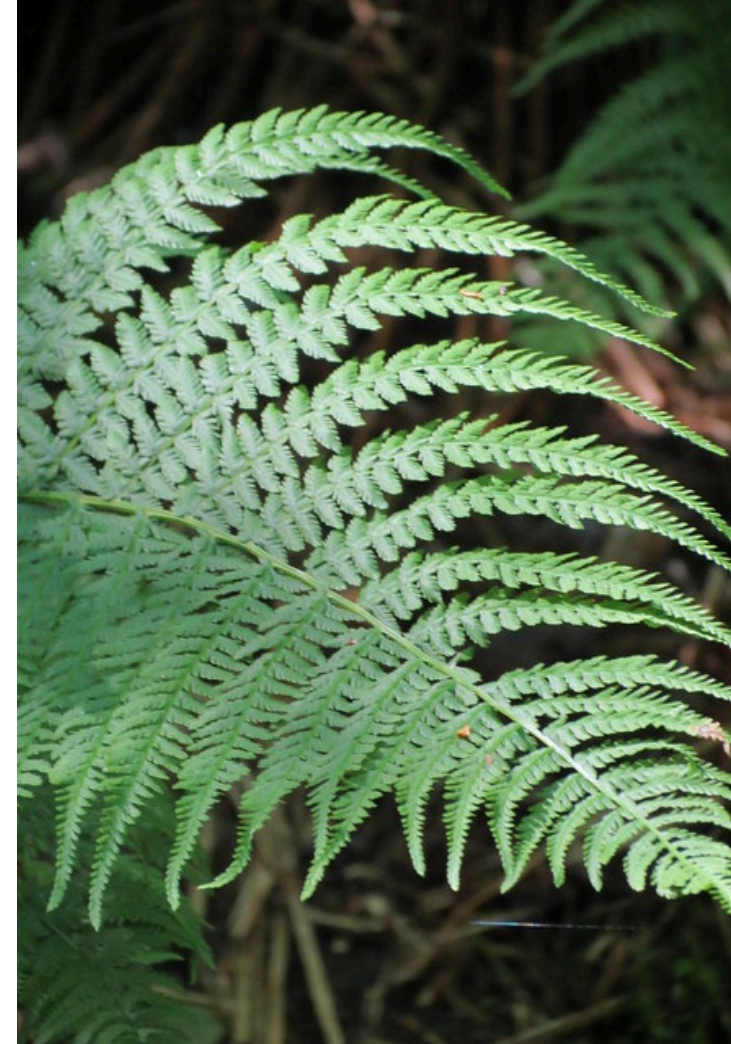
**04** MAAKUNNAN MATKAILUTILASTOT

**05** MARKKINAVALINNAT JA  
KÄRKISEGMENTIT

# 01 ALKUSANAT

Tulevaisuuteen suuntautuva kansainvälistymissuunnitelma rakennetaan maakunnan matkailun nykytilan ja yhteisesti määritellyn vision pohjalta. Tämä nykytilan selvitys perustuu tutkimustietoon eri tietolähteistä sekä sen analysointiin, maakunnan matkailutoimijoille toteutettuun kyselyyn sekä seutukuntien matkailukoordinaattoreiden haastatteluihin. Näillä toimenpiteillä luodaan vahva datalähtöinen pohja koko kansainvälistymissuunnitelmalle.

Tavoitteena oli tarkastella eri näkökulmia, tunnistaa kehittämiskohteet, huomata trendit ja havaita tulevaisuuden mahdollisuudet. Tuloksena on tuore, selkeä ja kaikkien sidosryhmien helposti omaksuttava analyysi maakunnan ja valittujen markkinoiden nykytilasta, kehityksestä, kärkituotteista ja tulevaisuuden ennakoinnista.



# 02 NYKYTILAN SELVITYS JA AUDITOINTI

## Kansainvälistymissuunnitelma rakennetaan nykytilasta ja tulevaisuudesta käsin

Kanta-Hämeen matkailu on kehittynyt viime vuosina tarjoten monipuolisia palveluita ja elämyksiä niin kotimaisille kuin kansainvälisille matkailijoille. Maaakunnan matkailu on kuitenkin hyvin vahvasti kotimaa painoitteista, vuonna 2023 n. 6 % kokonaisyöpymisistä tuli kansainvälisiltä markkinoilta. Huomioitavaa maakunnan matkailun profiilissa on suuri päivämatkailijoiden määrä, jotka eivät ole mukana näissä tilastoissa.

Kanta-Häme pyrkii kansainvälistymään ja vahvistamaan kilpailukykyään hyödyntäen mm. ainutlaatuista sijaintiaan, ja tuoden esiin erityisesti luontoon, kulttuuriin, hyvinvointiin ja paikalliseen elämään liittyviä palveluita. Tavoitteena on lisätä maakunnan tunnettua kansainvälisesti, vahvistaa yhteistyöverkostoja ja kehittää matkailutuotteita vastaamaan kansainvälisten matkailijoiden kysyntää.

Kanta-Hämeessä ei ole matkailun alueorganisaatiota, vaan kansainvälistymistä hoidetaan maakunnan kolmen seudun Hämeenlinnan, Riihimäen ja Forssan matkailukoordinaattoreiden yhteistyöllä.

Nykytilassa maakunnalla ei ole yhtenäistä matkailu- tai kansainvälistymisstrategiaa, mutta strategisen viitekehyksen tämän suunnitelman laatimiselle ja kansainvälisen matkailun kehittämiseksi antavat Lakeland-suuralueen strategiset valinnat sekä seutukuntien omat linjaukset.

# KOHDEMARKKINAT

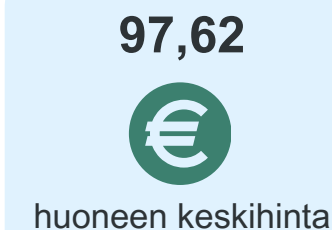
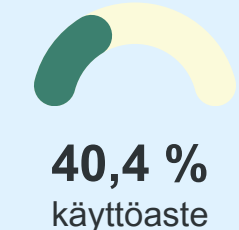
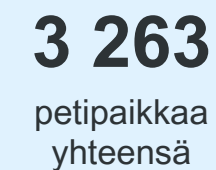
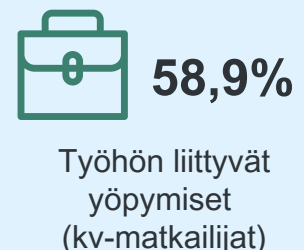
Lakeland

• SAKSA,  
päämarkkina

- UK
- USA
- JAPANI

Kanta-Häme

- SAKSA
- UK
- JAPANI



## Matkailun kärjet



## Segmentit



### nature lover

Luonnon, luonnon  
ilmiöiden ja ihmeiden  
hakija.



### lifestyle traveller

Paikalliskulttuuria ja  
elämäntapaa etsivä.



### culture traveller

Urbaanin kulttuurin  
monipuolinen kuluttaja.

Visit  
Häme

Onnellisten  
ihmisten sydänmaa

Kanta-Hämeen matkailu  
pähkinäkuoressa  
2023

389 846  
yöpymistä

366 403  
kotimaan  
yöpymistä

23 443  
ulkomaan  
yöpymistä

1,8  
kotimaisten  
viipymä

2,3  
ulkomaisten  
viipymä

# 03 YHTEENVETO KYSELY JA HAASTATTELUT



Seuraavassa yhteenvedossa esitetään kyselyn ja haastattelujen yhteenvedot ja keskeiset havainnot. Näiden perusteella voidaan tehdä johtopäätöksiä maakunnan matkailun nykytilasta sekä siitä, miten alue voisi jatkossa tehostaa toimintaansa ja vahvistaa kansainvälistä kilpailukykyään.

Kanta-Hämeen matkailun kansainvälistymisen edistämiseksi olemme toteuttaneet kaksi keskeistä toimenpidettä: kyselyn maakunnan matkailutoimijoille ja haastattelut seutukuntien matkailukoordinaattoreille. Kyselyllä kartoitettiin mm. maakunnan matkailun nykytilaa, haasteita ja kehitystarpeita, kun taas haastatteluissa syvennyttiin seutukuntien matkailukoordinaattoreiden näkemyksiin mm. yhteistyön, resurssien ja tulevaisuuden tahtotilan suhteen. Kysely ja haastattelut toteutettiin syksyllä 2024.



# 03 YHTEENVETO -KYSELY

*Kyselyyn osallistui 43 matkailutoimijaa eri puolilta Kanta-Hämettä. Vastaajina oli muun muassa majoitus-, ohjelma- ja kulttuuripalvelujen tarjoajia.*

## Kansainvälistymisen nykytila ja haasteet

Useimmat vastaajat kokivat, että nykytila kansainvälisen matkailun kehittämisen osalta on kohtuullisella tai heikolla tasolla. Myynnin ja markkinoinnin osalta tilanne nähtiin enimmäkseen kohtalaisena tai tyydyttävänä ja heikkona. Ja yhteistyön osalta puolestaan kohtalaisena tai tyydyttävänä. Suurimmat haasteet liittyivät markkinointiin, jälleenmyyntiin ja vähäisiin resursseihin.

## Strategiset valinnat ja tulevaisuuden toimenpiteet

Kysyttäessä tulevaisuuden markkinavalinnoista ylivoimaisesti eniten kannatusta sai Saksa. Lisäksi selkeää kannatusta saivat Japani, Pohjoismaat, UK ja USA. Tulevaisuuden asiakassegmenteiksi vastaajat valitsivat Nature Lover, Culture Traveller ja Outdoor Explorer. Matkailun sisältöteemoiksi toivottiin lähes yksimielisesti luontoa, kulttuuria, hyvinvointia ja paikallisia elämyksiä. Tärkeimpänä painotuksena myynti- ja markkinointitoimenpiteissä nähtiin panostukset sekä b2b että b2c. Konkreettisiksi toimenpiteiksi toivottiin digitaalista markkinointia b2c sekä b2b, vaikuttajamarkkinointia/PR-työtä sekä matkanjärjestäjävierailuja. Lisäksi selkeä enemmistö oli sitä mieltä, että yhteistyötä pitäisi tiivistää kansainvälisen matkailun kehittämiseksi.

## Tunnistetut tavoitteet ja kehitystarpeet

Suurimalla osalla vastaajista kansainvälisiä matkailijoita on alle 10 % liiketoiminnasta. Tahtotilaa kansainväliseen kasvuun löytyy, mutta yli puolet vastaajista vastasi, että tavoitteita kasvulle ei ole asetettu. Kasvun tueksi toivotaan kuitenkin apua erityisesti matkanjärjestäjäyhteistyön kehittämiseen, myynti- ja jakelukanavien tunnistamiseen ja paikallisen konkreettisen yhteistyön kehittämiseen esimerkiksi tuotteistamisen osalta. Apua kaivattiin myös markkina- ja asiakasymmärrykseen sekä myynti- ja markkinointimateriaalien kehittämiseen.

## Yhteistyö ja resursointi

Yhteistyö matkailutoimijoiden ja seutuntien välillä nähtiin keskeisenä osana kansainvälistymisen onnistumista ja yhteistyön kehittämiseen onkin suurin osa vastaajista valmiita sitoutumaan. Resurssien osalta vastaajat olivat valmiita panostamaan jonkin verran aikaa mm. oman osaamisen kehittämiseen. Lisäksi suurin osa vastaajista oli valmiita, joko kohtalaisesti tai vähän, tarjoamaan omia palveluita ja tuotteita myyninedistämistarkoituksiin. Yli puolet vastaajista oli valmiita panostamaan vähän tai kohtalaisesti myös taloudellisia resursseja (rahaa).

**Vastaajat kokivat, että Kanta-Hämeen tulisi rakentaa vahvempia verkostoja niin alueen sisällä kuin kansainvälisesti ja että markkinointitoimenpiteet tulisi suunnitella yhteisesti, jotta niillä saavutettaisiin suurempi vaikuttavuus. Yhteistyön ja verkostoitumisen avulla matkailutoimijat uskovat, että Kanta-Häme voisi erottua edukseen kilpailijoista ja lisätä tunnettuaan kansainvälisesti.**

# 03 YHTEENVETO -HAASTATTELUT

*Haastatteluihin osallistui 6 edustajaa kaikista Kanta-Hämeen seutukunnista. Vastaajina olivat seutukuntien matkailukoordinaattorit.*

## Kansainvälistymisen nykytila ja haasteet

Maakunnan kansainvälisen matkailun nykytilaa tarkateltaessa haastateltavat olivat sitä mieltä, että matkailun kehittämisen osalta tilanne on ensisijaisesti hyvä. Koettiin, että tahtotilaa kehittämiseen löytyy, mutta resurssit ovat vähäiset. Myynnin ja markkinoinnin osalta vastaukset hajaantuivat hyvään, kohtalaiseen tai tyydyttävään. Koettiin, että myynnillisuus puuttuu eikä tuloksia aina saada kotiutettua. Yhteistyöhön vastaajat olivat tyytyväisiä, ja sen koettiin olevan joko hyvällä tai kiitettävällä tasolla. Ylivoimaisesti suurimmaksi haasteeksi kaikki vastaajat nostivat kuntien vähäiset resurssit ja panostukset. Muiksi haasteiksi koettiin markkinointi ja myyminen sekä yritysten aktiivisuus.

## Strategiset valinnat ja toimenpiteet

Kysyttäessä tulevaisuuden markkinavalinnoista ylivoimaisesti eniten kannatusta sai Saksa, seuraavaksi eniten Japani ja kolmanneksi Benelux-maat. TOP3 asiakassegmenteiksi valikoitui Nature Lover, Wellbeing Seeker ja Lifestyle Traveller. Tulevaisuuden painotukset markkinointi- ja myyntitoimenpiteissä tulisi vastaajien mielestä olla ensisijaisesti b2b matkanjärjestäjyhteistyössä ja jälleenmyynnin kehittämisessä. B2c toimenpiteitä voidaan jatkossakin tehdä Lakeland -yhteistyön kautta.

## Kärkituotteet ja sisällöt

Haastatteluissa nousi esille, että kaikki nykyiset matkailun sisältöteemat (luonto, kulttuuri, hyvinvointi, paikallinen elämä) saivat kannatusta ja näihin teemoihin löytyy myös matkailullista sisältöä maakunnasta. Kärkituotteiksi mainittiin mm. lasinpuhallus, luonto- ja kulttuurikohteet ja opastetut kierrokset, kansallispuistot, tekstiilihistoria ja saunat. Lähes yhtä mieltä oltiin siitä, että luontokohteita tulisi kehittää kaupallisempaan suuntaan tulevaisuudessa.

## Yhteistyö ja vaikuttavuuden mittaaminen

Vastaajien mielestä matkailuun liittyvä yhteistyö kuntatoimijoiden kesken on tällä hetkellä hyvällä tasolla (4, asteikolla 1-5). Vastaajat totesivat, että nykyisillä henkilö- ja raharesursseilla tehdään kaikki mitä pystytään, ja että hankkeilla voisi monistaa lisäresurssia. Tiivis ja konkreettinen yhteydenpito koettiin hyvänä, mutta samalla toivottiin kaikilta osapuolilta yhtä aktiivista otetta yhteistyöhön. Yhtä mieltä oltiin siitä, että aluetason vaikuttavuuden mittaamista pitäisi pystyä kehittämään jatkossa, mutta todettiin, että siihen tarvitaan myös yritysten panostusta, jotta tarvittava data saadaan myös yritystasolta.

**Vastaajat korostivat yhteistyön merkitystä, ei pelkästään matkailuyritysten välillä, vaan myös kuntien ja eri matkailualan sidosryhmien välillä. Lisäksi korostettiin, että alueellisen yhteistyön avulla voitaisiin hyödyntää olemassa olevia resursseja tehokkaammin ja saavuttaa suurempi vaikuttavuus kansainvälisillä markkinoilla.**





# 04 MAAKUNNAN MATKAILUTILASTOT

Maakunnan matkailutilastojen tarkasteluihin valittiin kansainvälisten markkinoiden osalta TOP 5 markkinoiden osalta saapuneet ja yöpyneet vertailtuna koko maan vastaaviin tilastoihin.



Visit  
♥ Häme

KANTA-HÄME KV-SUUNNITELMA

# MATKAILUTILASTOT 2019-2020



- 01** YÖPYMISET JA SAAPUNEET  
KANTA-HÄME 2019-2024
- 02** YÖPYMISET JA SAAPUNEET  
LAKELAND 2019-2024
- 03** YÖPYMISET JA SAAPUNEET  
PK-SEUTU 2019-2024
- 04** YÖPYMISET JA SAAPUNEET  
HELSINKI 2019-2024
- 05** YÖPYMISET JA SAAPUNEET  
KOKO SUOMI 2019-2024

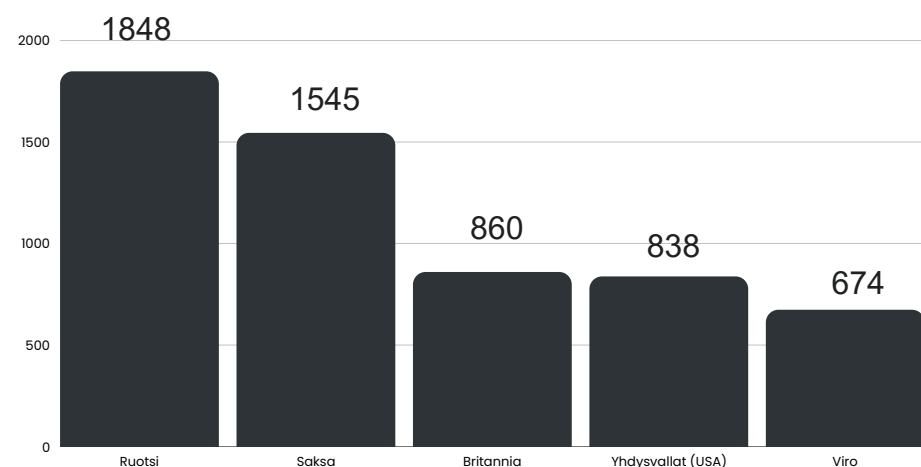
# 1. Yöpymiset ja saapuneet Kanta-Häme 2019-2024

Hämeenlinna tuotteet (kpl) eri markkinoilla\*

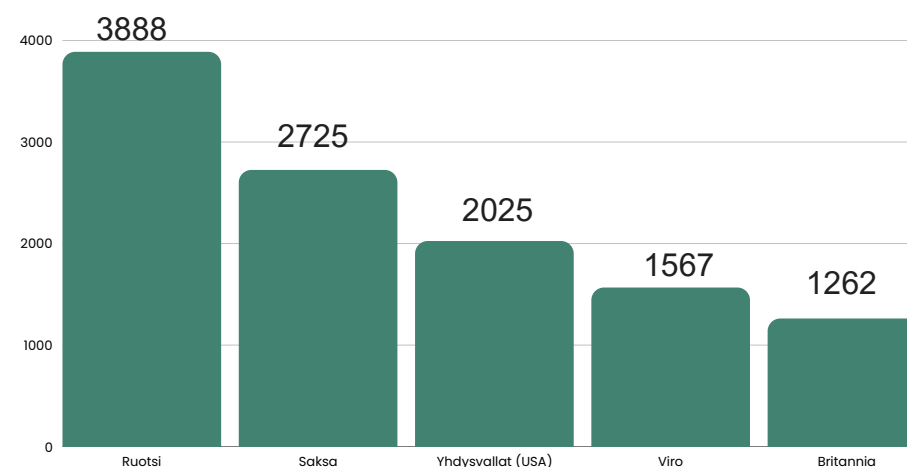
# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: yöpymisten lkm Kanta-Häme



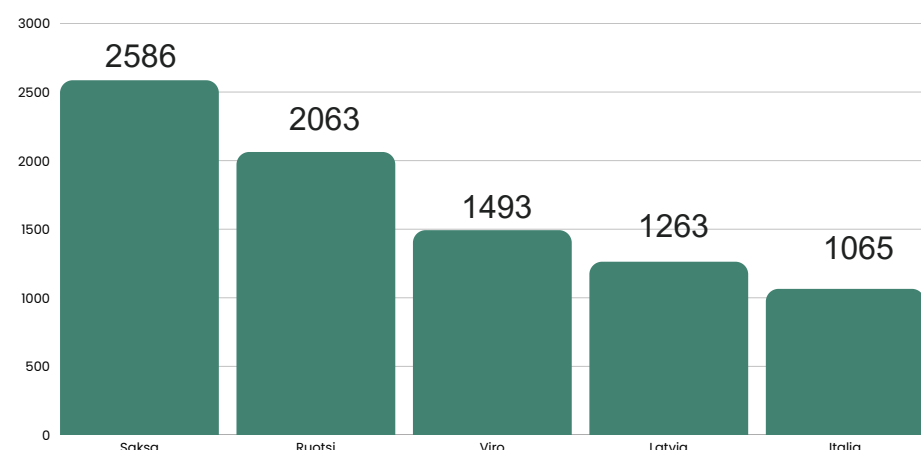
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



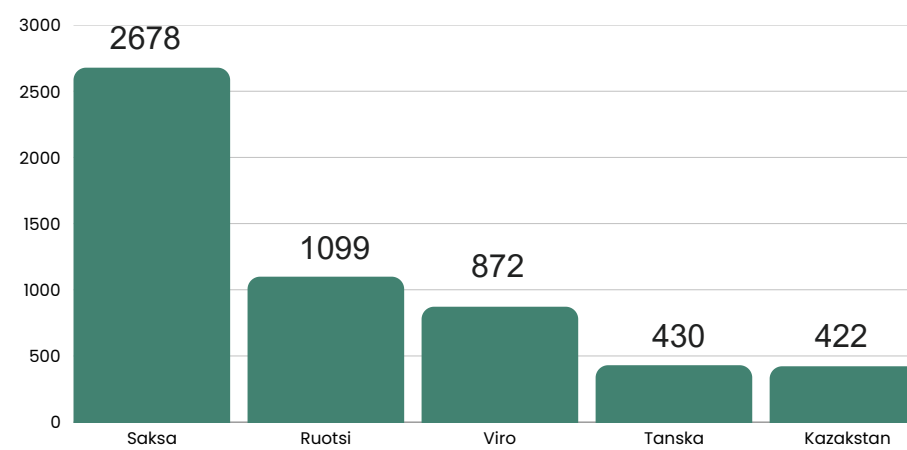
2024 \*2024 data tammi-elokuu



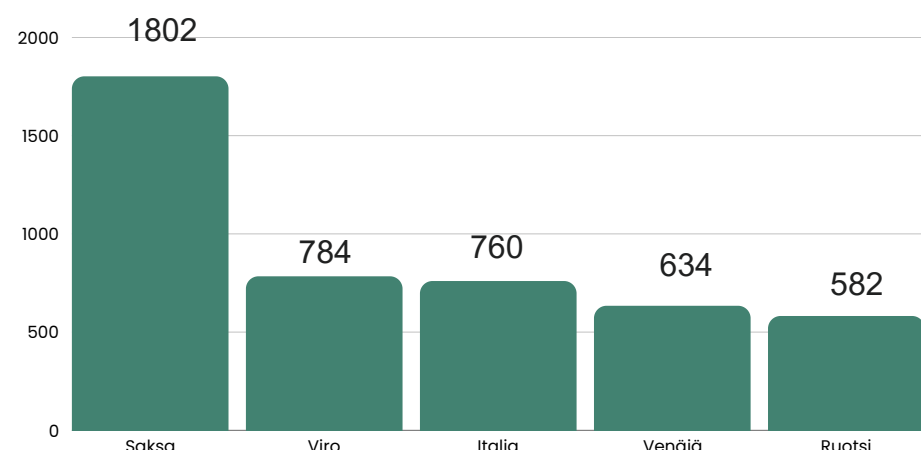
2023



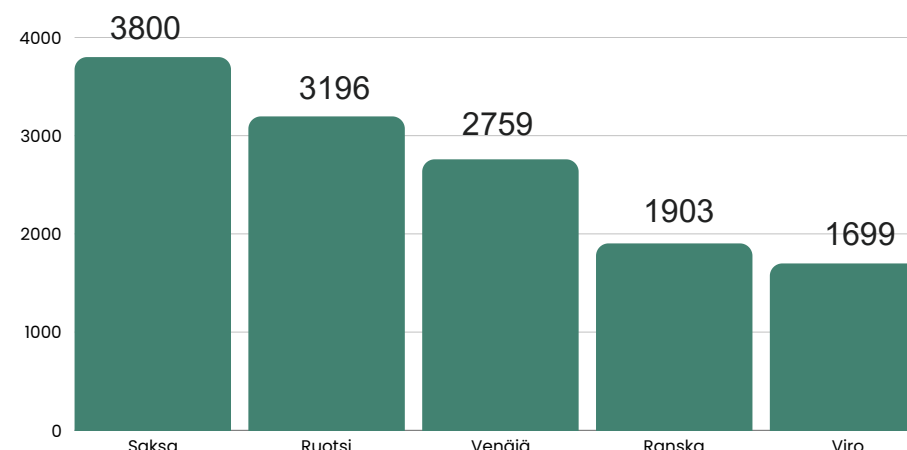
2022



2021



2020



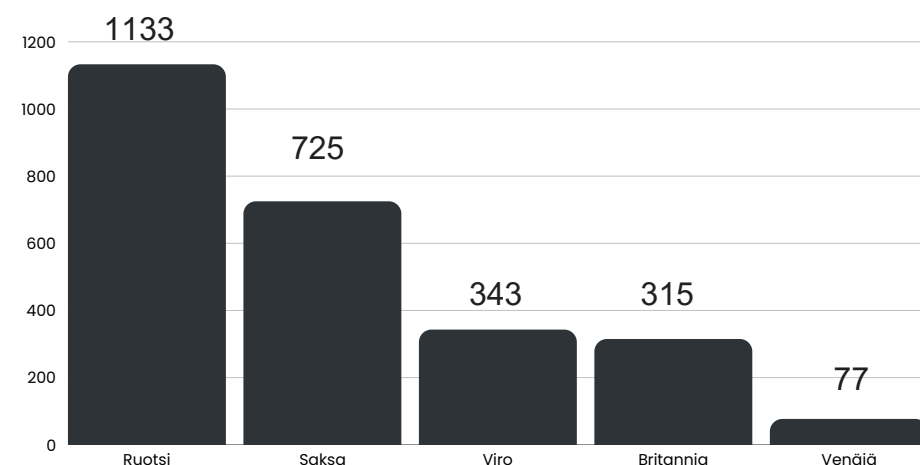
2019

- Ruotsalaisten ja saksalaisten matkailijoiden osuus on ollut vuosittain merkittävä ja he ovat olleet useana vuotena kärkimaita yöpymisten määrissä.
- Näiden kahden maan matkailijoiden määrät ovat kuitenkin vaihdelleet vuosittain.
- Vuosina 2019-2021 Saksa oli yöpymisten määrässä johtava lähtömaa Kanta-Hämeessä
- vuodesta 2022 lähtien Ruotsi nousi ykköspaikalle.
- Saksalaisten yöpymiset ovat kuitenkin pysyneet tasaisina
- Muiden maiden, kuten Iso-Britannian ja Yhdysvaltojen, matkailijoiden määrät ovat olleet nousussa erityisesti vuosina 2022 ja 2023.

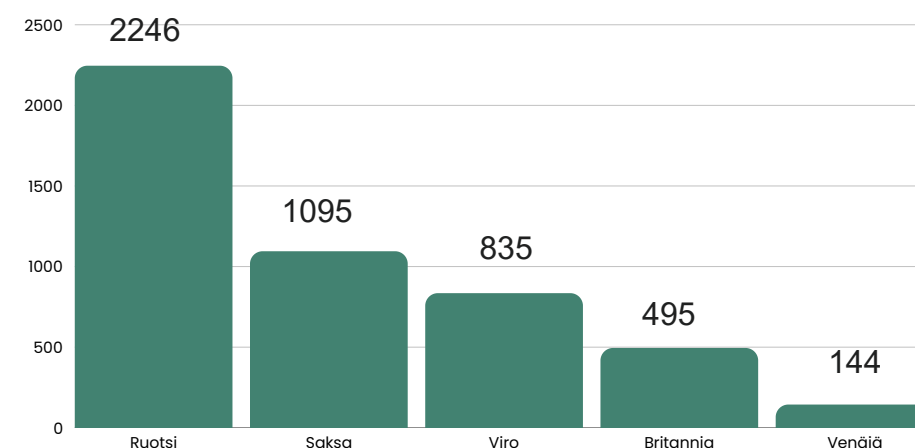
***Vuoden 2024 alkupuolen luvut näyttävät laskevia trendejä monien keskeisten lähtömaiden kohdalla, mikä voi johtua mm. matkailijoiden matkustustottumusten muutoksista ja alueellisten markkinointitoimenpiteiden vaikutuksista. Tämän vuoksi on tärkeää seurata yöpymistrendejä jatkuvasti, jotta voidaan reagoida mahdollisiin muutoksiin ja tukea matkailumarkkinoiden kehitystä.***

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: saapuneet Kanta-Häme

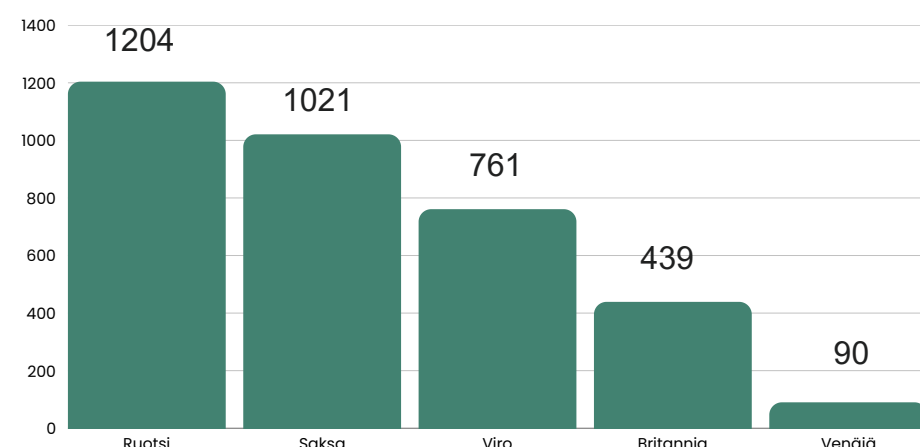
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



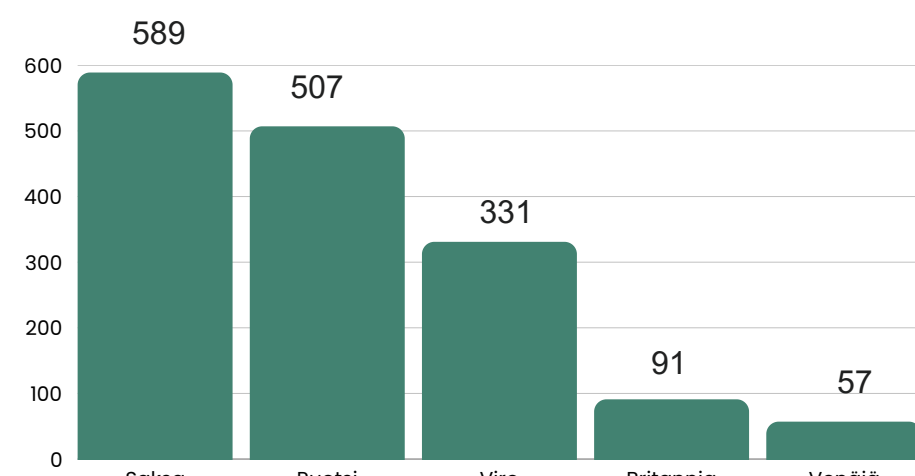
2024 \*2024 data tammi-elokuu



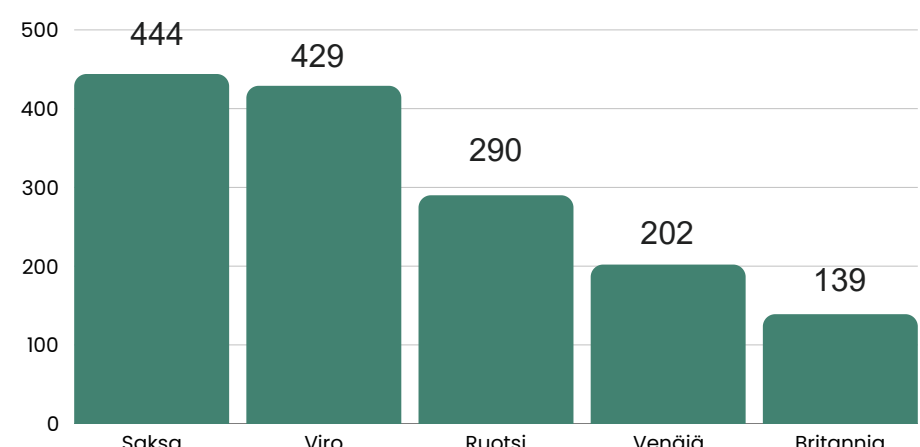
2023



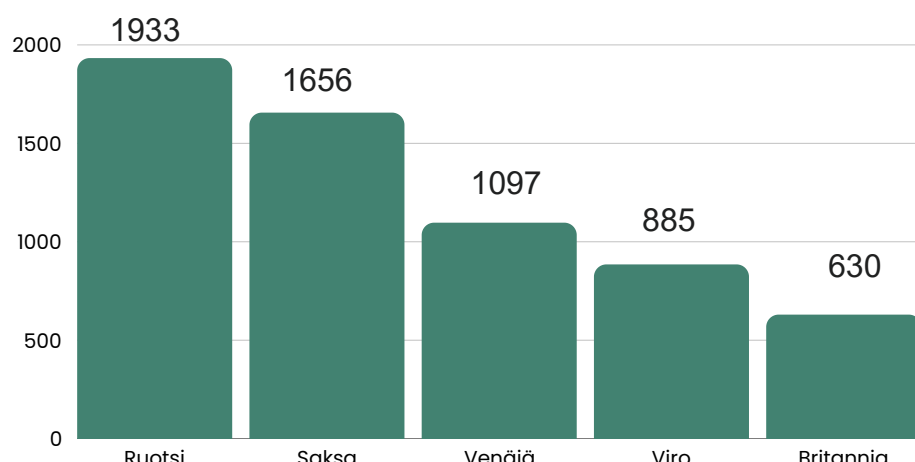
2022



2021



2020



2019

- Saksalaiset matkailijat yksi merkittävimmistä segmenteistä saapuneiden osalta
- Vuoden 2024 tammi-elokuun saapumismäärissä saksalaiset muodostavat edelleen vahvan osan Kanta-Hämeen kansainvälisestä matkailusta.
- Saksan lisäksi Britannian ja Viron matkailijat ovat olleet aktiivisesti mukana Kanta-Hämeen matkailussa, mutta määrällisesti jääneet kuitenkin Saksan lukujen alapuolelle. Viron matkailijat ovat pääsääntöisesti työmatkailijoita.

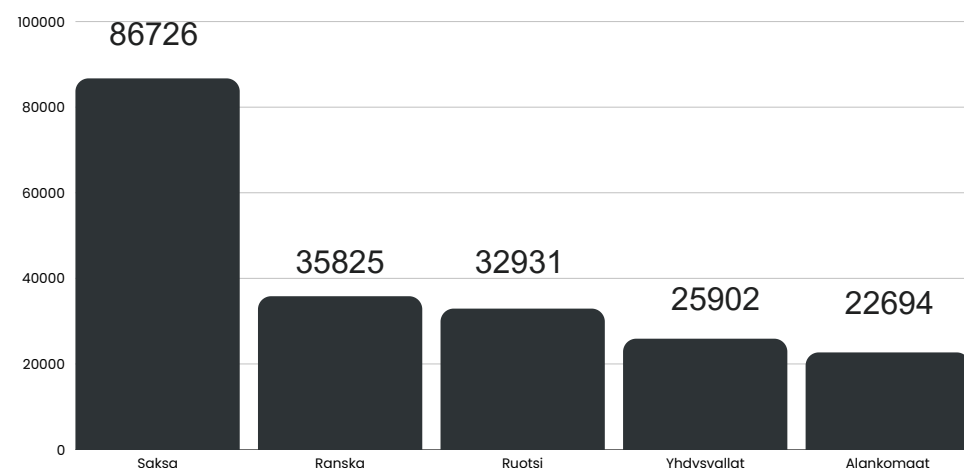
***Vuoden 2024 alun tilastot tukevat aiempien vuosien trendiä, joka osoittaa saksalaisten matkailijoiden olevan Kanta-Hämeelle strategisesti tärkein kansainvälinen kohderyhmä.***

## **2. Yöpymiset ja saapuneet Lakeland 2019-2024**

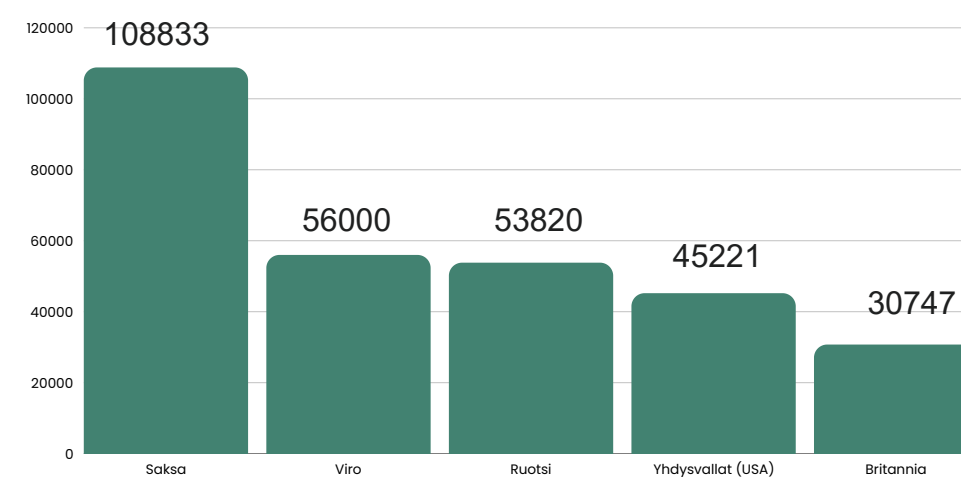
Hämeenlinna tuotteet (kpl) eri markkinoilla\*

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: yöpymisten lkm Lakeland

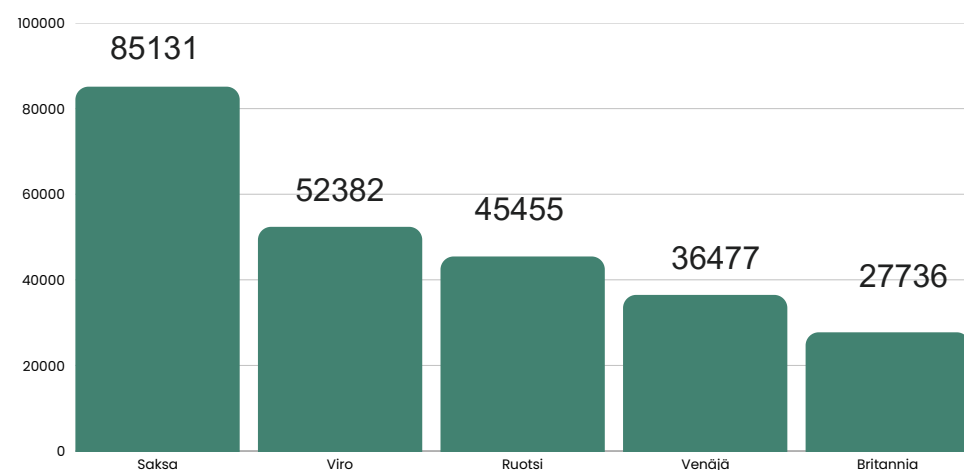
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



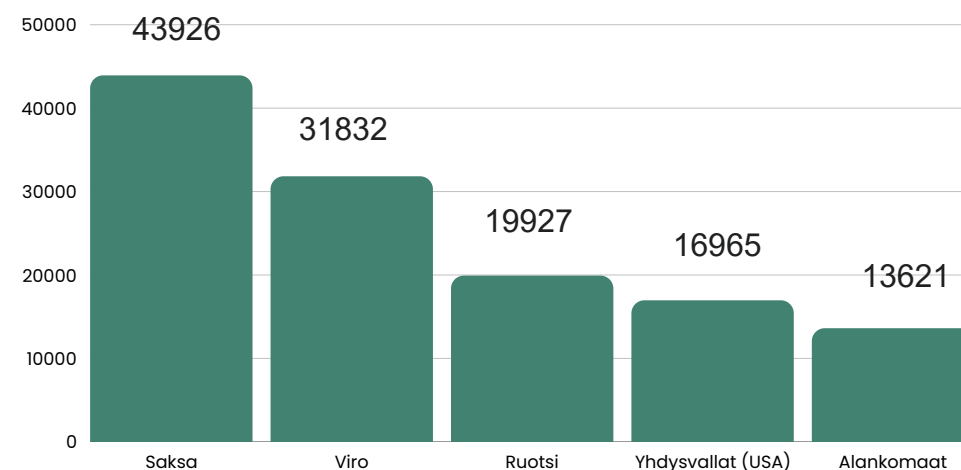
2024 \*2024 data tammi-elokuu



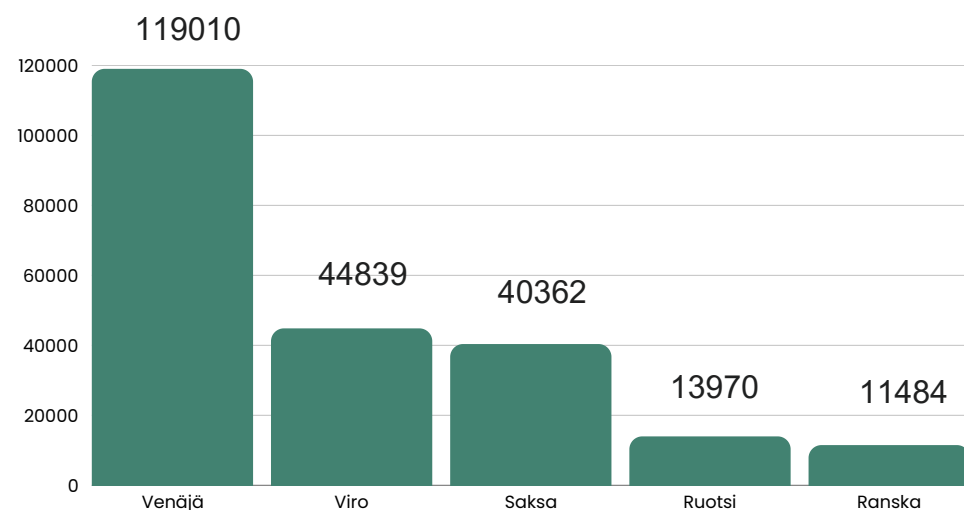
2023



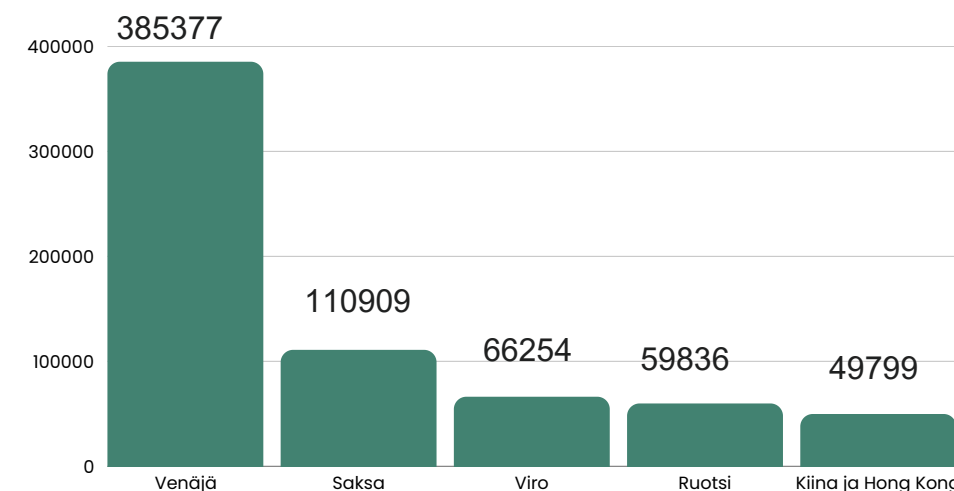
2022



2021



2020



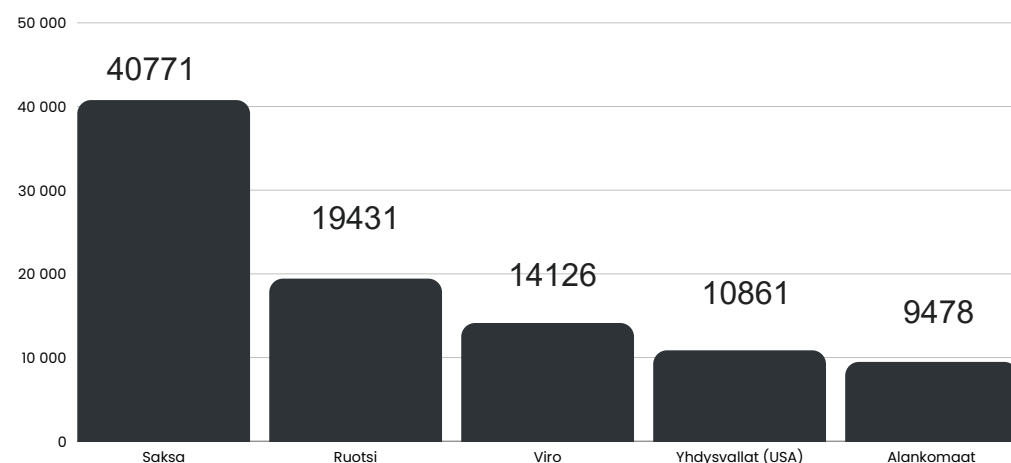
2019

- Venäjän matkailijoiden väheneminen on luonut tyhjiön, jonka ovat täyttäneet erityisesti saksalaiset, virolaiset ja ruotsalaiset matkailijat.
- Saksa nousi suurimmaksi kohdemarkkinaksi vuonna 2022 ja on pysynyt vakaana johtajana myös vuosina 2023 ja 2024.
- Viron ja Ruotsin matkailijat ovat olleet tasaisesti suurimpien matkailijaryhmien joukossa koko tarkastelujakson ajan. Virosta suuntautunut matkailu on suurelta osin työmatkustusta ja Ruotsista puolestaan saavutaan pääosin sukulaisten ja tuttavien vuoksi.
- Brittiläisten ja yhdysvaltalaisien matkailijoiden kiinnostus Järvi-Suomea kohtaan on ollut nousussa, erityisesti vuodesta 2023 lähtien.
- Vuoden 2024 alkuvuoden tiedot (tammi-elokuu) osoittavat saksalaisten säilyttäneen asemansa johtavana matkailijaryhmänä, mutta yhdysvaltalaisien ja Alankomaiden matkailijoiden osuus on kasvanut merkittävästi, mikä viittaa muutokseen Euroopan ja Pohjois-Amerikan matkailutrendeissä.

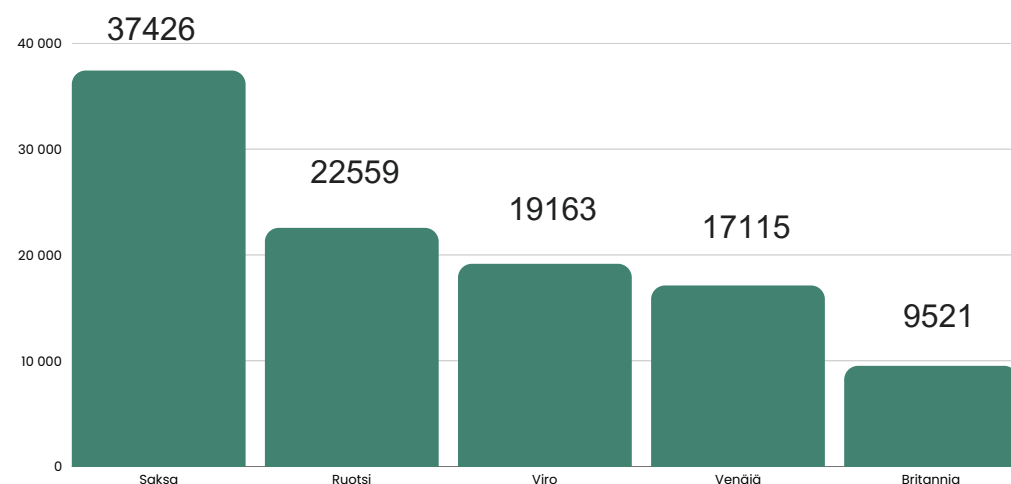
**Järvi-Suomen matkailun elpyminen on suuntautunut yhä vahvemmin Saksan, Viron ja Ruotsin markkinoille. saksalaiset matkailijat ovat olleet erityisen uskollisia ja heidän määränsä on palautunut nopeasti pandemian jälkeen. Myös virolaisten ja ruotsalaisten matkailijoiden suhteellisen tasainen kehitys viestii, että alueelle on onnistuttu luomaan vakaa matkailijavirta läheisistä maista, mikä parantaa kestävyttä matkailutrendien vaihteluissa.**

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: saapuneet lkm Lakeland

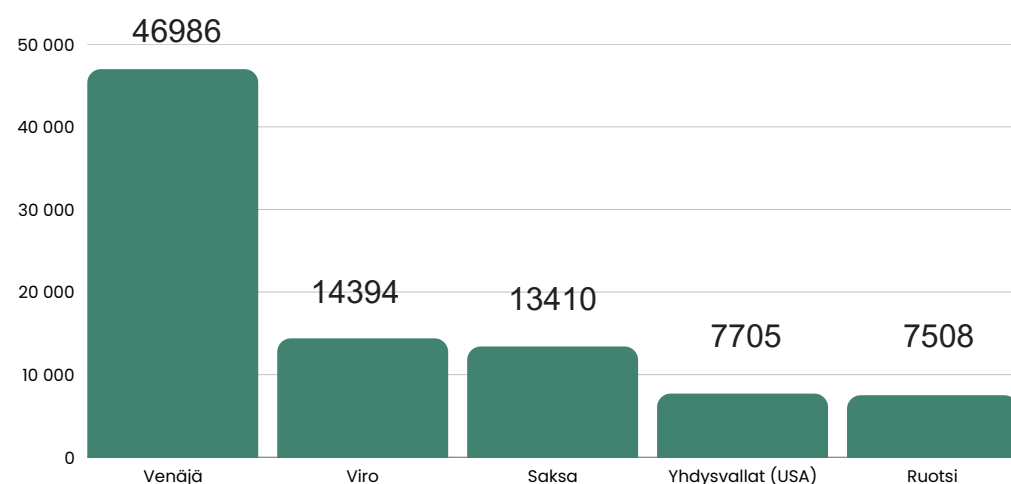
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



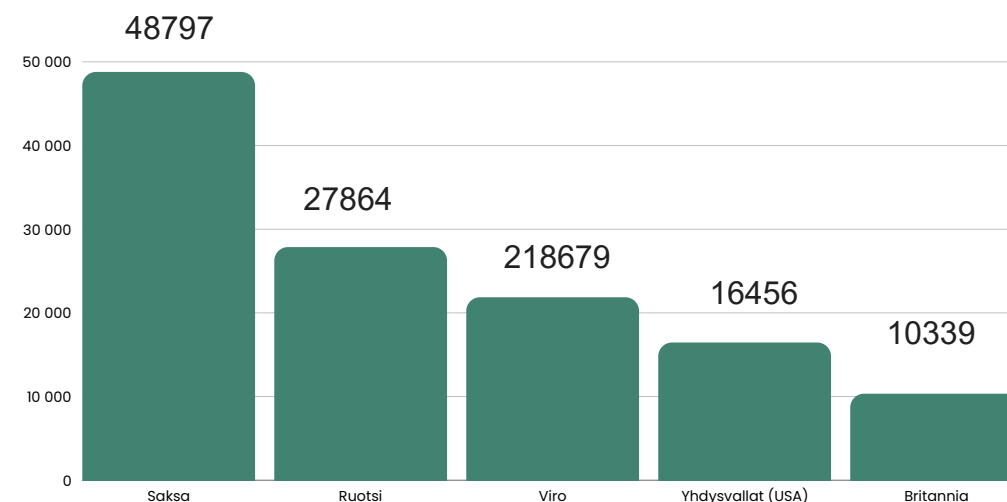
2024 \*2024 data tammi-elokuu



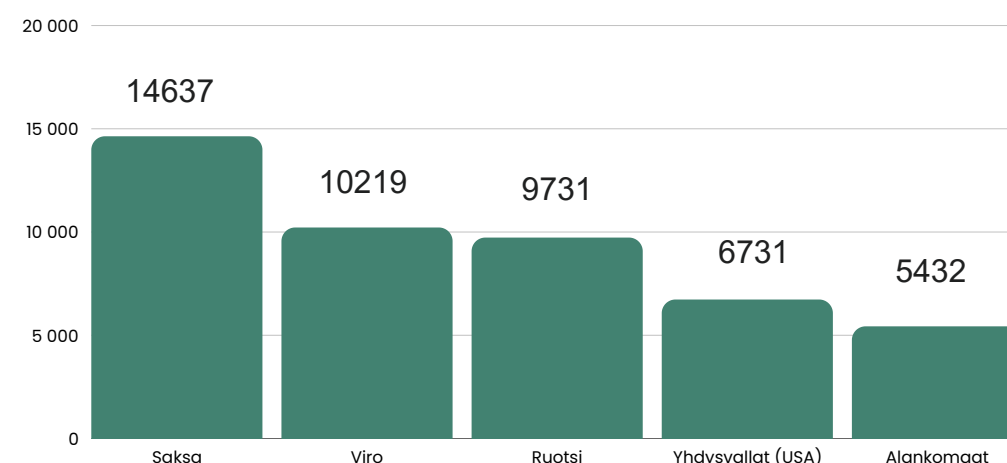
2022



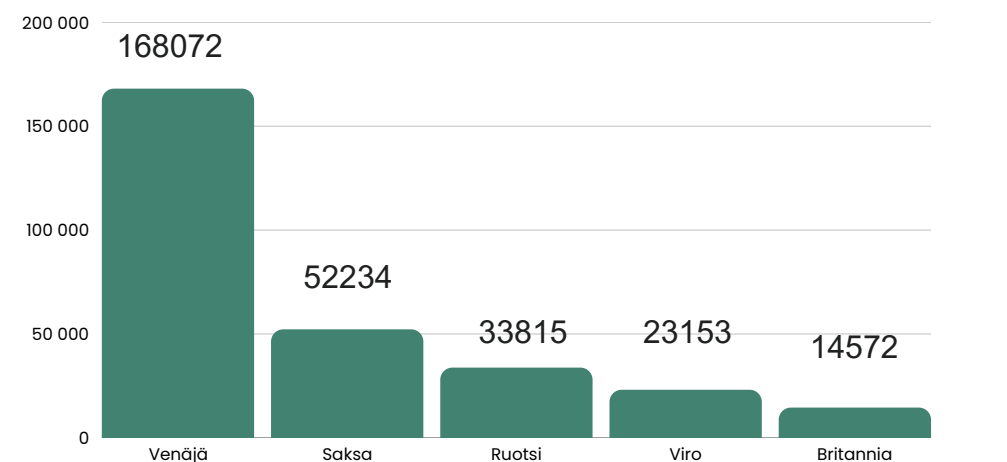
2020



2023



2021



2019

- Saksa on ollut selkeä johtaja sekä yöpymisten että saapuneiden määrissä, mutta yöpymisissä Saksa on noussut merkittävämmäksi, kun taas saapuneiden osalta Venäjä oli vielä alkuvuosina suurempi.
- Venäjän matkailijoiden osuus on saapuneissa ollut suhteellisesti suurempi kuin yöpymisissä. Tämä viittaa siihen, että venäläisten viipymisaika on lyhyempi tai että saapuneiden määrä ei suoraan heijasta yöpymisten määrää.
- Viro ja Ruotsi ovat olleet johdonmukaisesti top 5 -maita molemmissa tilastoissa, mutta saapuneiden määrissä niiden osuus on hieman vaihdellut vuosittain enemmän kuin yöpymisten osalta.
- Yhdysvaltojen matkailijoiden osuus saapuneissa on kasvanut tasaisesti, mutta yöpymisissä kasvu on ollut jyrkempää, mikä voi kertoa heidän pidempään viipymisestään verrattuna muihin matkailijaryhmiin.
- Britannian matkailijoiden määrät ovat saapuneiden tilastoissa olleet matalampia suhteessa yöpymisiin, mikä viittaa siihen, että brittiläisten matkailijoiden yöpymisajat ovat keskimäärin pidempiä.
- Alankomaiden matkailijat eivät ole aina yltäneet top 5 saapuneiden osalta, mutta yöpymisten määrissä he ovat olleet johdonmukaisesti korkealla, mikä viittaa heidän pidempiin viipymisiin alueella.

***Kanta-Hämeen matkailu voi oppia Järvi-Suomen kehityksestä erityisesti vahvan saksalais- ja ruotsalaisturistien houkuttelun osalta. Vaikka Kanta-Hämeen kohdemarkkinat saattavat erota Järvi-Suomesta, Saksan, Viron ja Ruotsin markkinoille panostaminen voisi tuoda vakautta ja uusia kasvumahdollisuuksia alueelle. Näiden markkinoiden hyödyntäminen voisi auttaa Kanta-Hämettä vähentämään riippuvuutta yksittäisistä maista ja tarjoaisi uusia avauksia potentiaalisten matkailijoiden tavoittamiseksi pitkällä aikavälillä.***

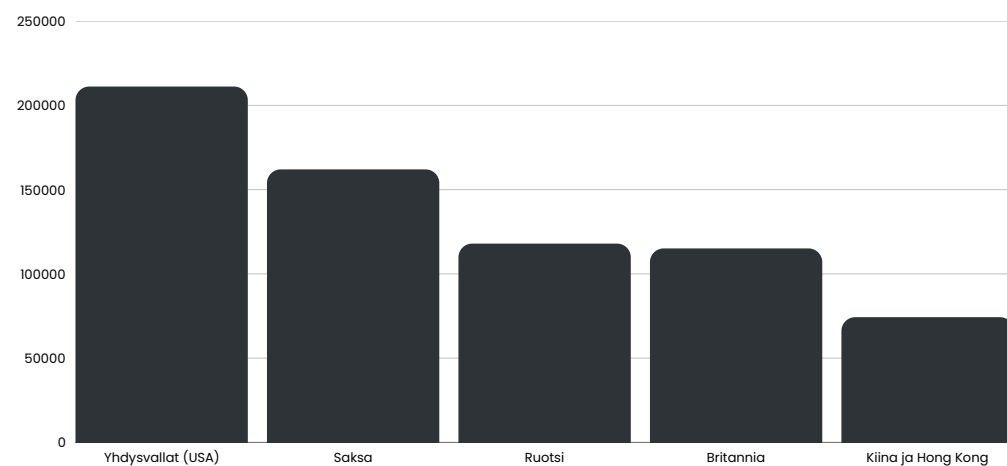


# 3. Yöpymiset ja saapuneet pk-seutu 2019-2024

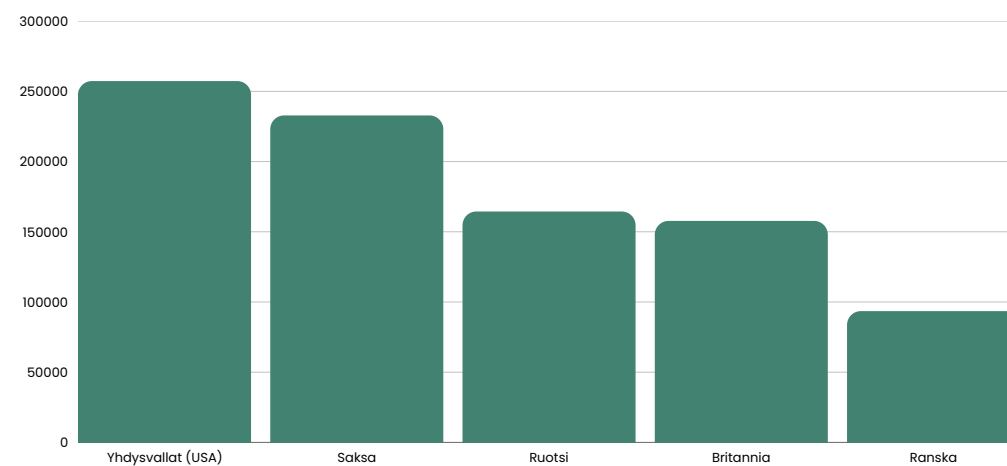
Hämeenlinna tuotteet (kpl) eri markkinoilla\*

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: yöpymisten lkm Pk-seutu

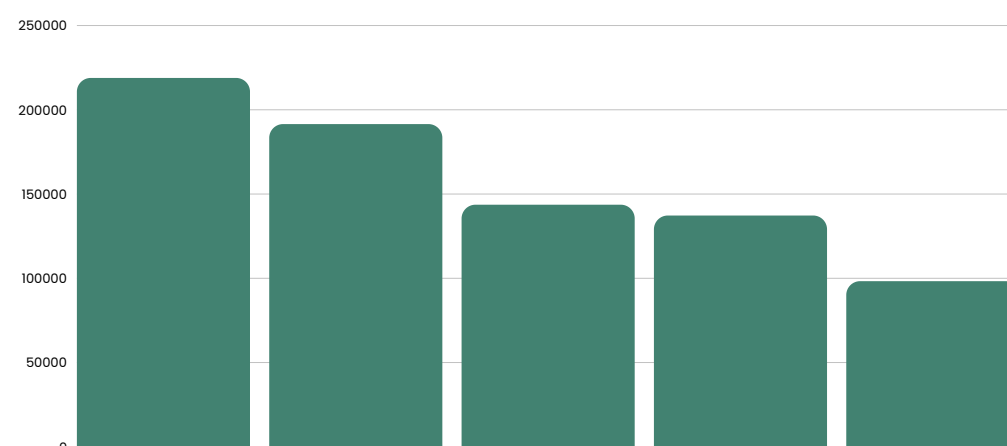
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



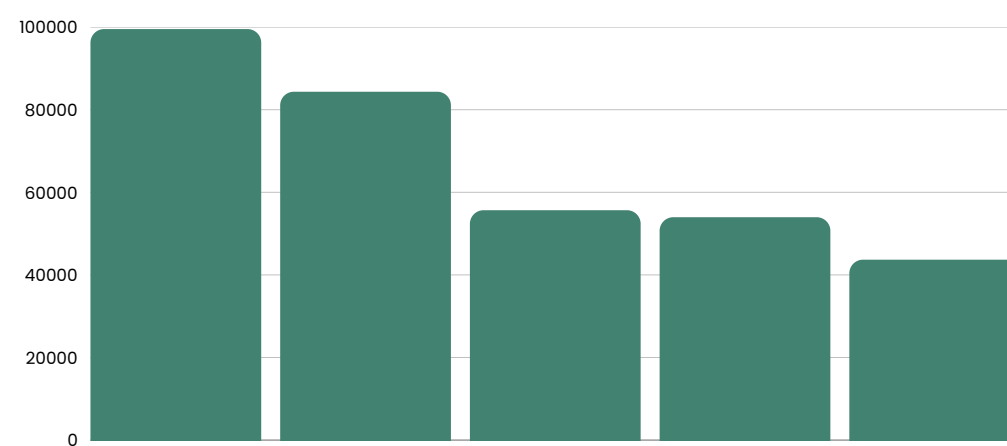
2024 \*2024 data tammi-elokuu



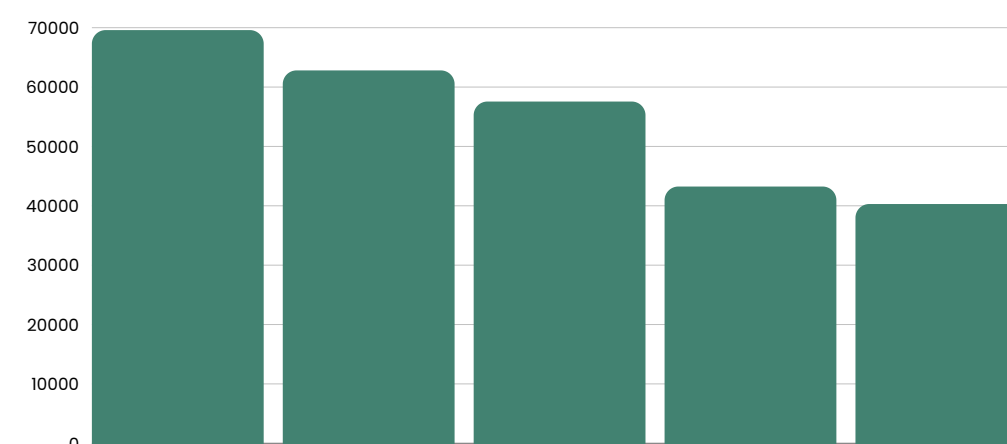
2023



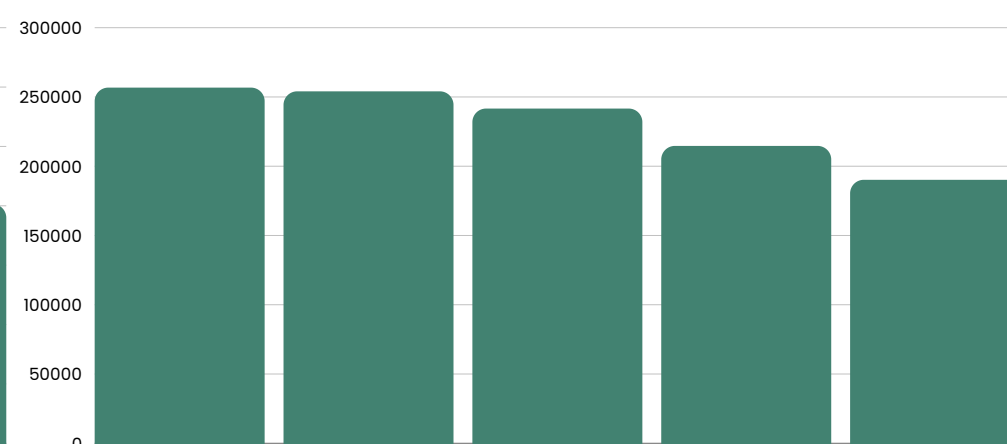
2022



2021



2020



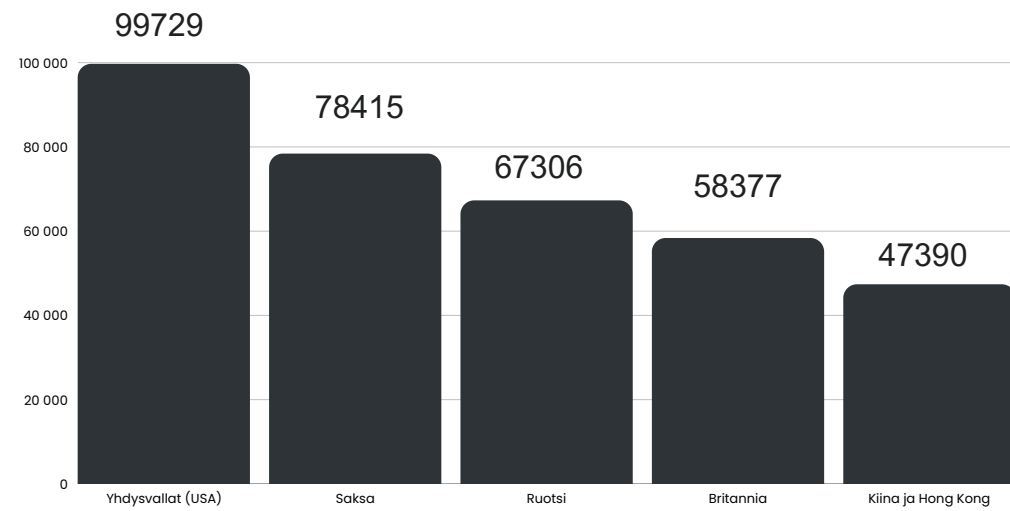
2019

- Tarkastelujaksolla erityisesti saksalaiset ja yhdysvaltalaiset matkailijat ovat olleet johdonmukaisesti suurimpien yöpymismäärien maiden joukossa
- Vuonna 2019 Venäjä, Saksa ja Yhdysvallat olivat suurimmat lähtömaat, mutta pandemia-aikana (2020-2021) venäläisten ja kiinalaisten matkailijoiden määrät laskivat merkittävästi. Sen sijaan saksalaisten matkailijoiden osuus säilyi huomattavan vahvana läpi koko tarkastelujakson.
- Pandemian jälkeisen elpymisen myötä matkailu alkoi palautua vuodesta 2022 eteenpäin. Saksan ja Yhdysvaltojen matkailijoiden yöpymismäärät ovat kasvaneet nopeasti, ja ne nousivat suurimmiksi lähtömaiksi myös vuonna 2023.
- Vuonna 2024 Yhdysvallat on ollut edelleen suurin lähtömaa, ja myös saksalaisten yöpymismäärät pysyivät korkealla tasolla, vaikka pientä laskua edelliseen vuoteen verrattuna oli havaittavissa.
- Koko tarkastelujaksolla voidaan huomata, että suurten Euroopan maiden, kuten Britannian ja Ruotsin, matkailijat ovat säilyttäneet vakaan asemansa yöpymismäärissä. Ranska ja Kiina nousivat mukaan suurimpien lähtömaiden joukkoon vuoden 2023 aikana, mikä kertoo näiden markkinoiden elpymisestä. Kiinan ja Hong Kongin matkailijoiden määrät kasvoivat erityisesti vuoden 2024 alkupuolella.

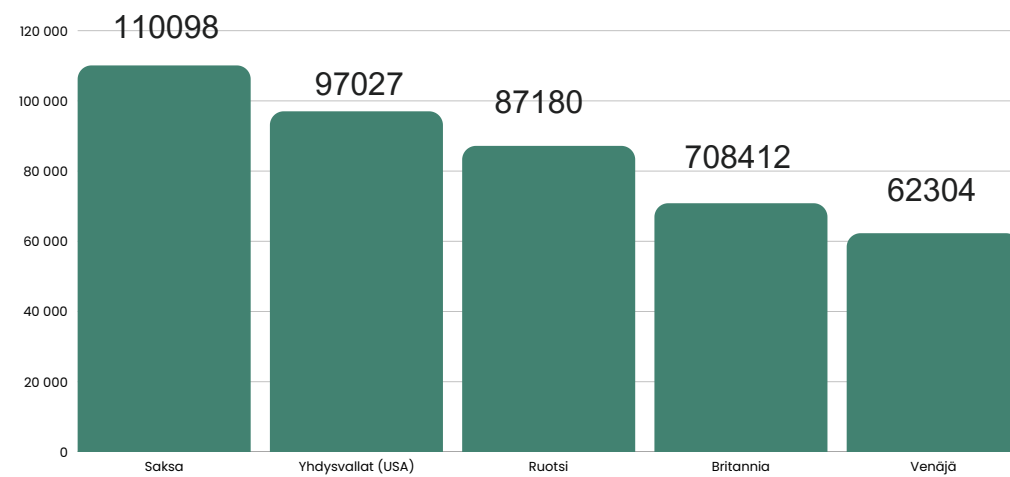
**Pääkaupunkiseudun matkailu on elpynyt, ja erityisesti Yhdysvaltojen ja Saksan matkailijat ovat olleet keskeisiä markkinoita palautumisen tukemisessa. Samalla Kiinan ja Hong Kongin matkailijoiden paluu top 5 -lähtömaiden joukkoon vuonna 2024 osoittaa näiden markkinoiden potentiaalın vahvistuvan entisestään.**

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: saapuneet lkm pk-seutu

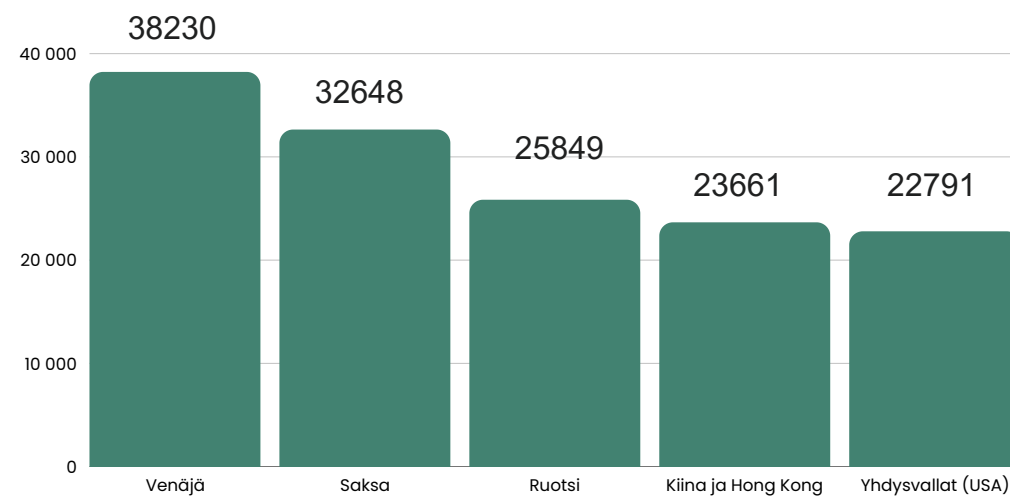
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



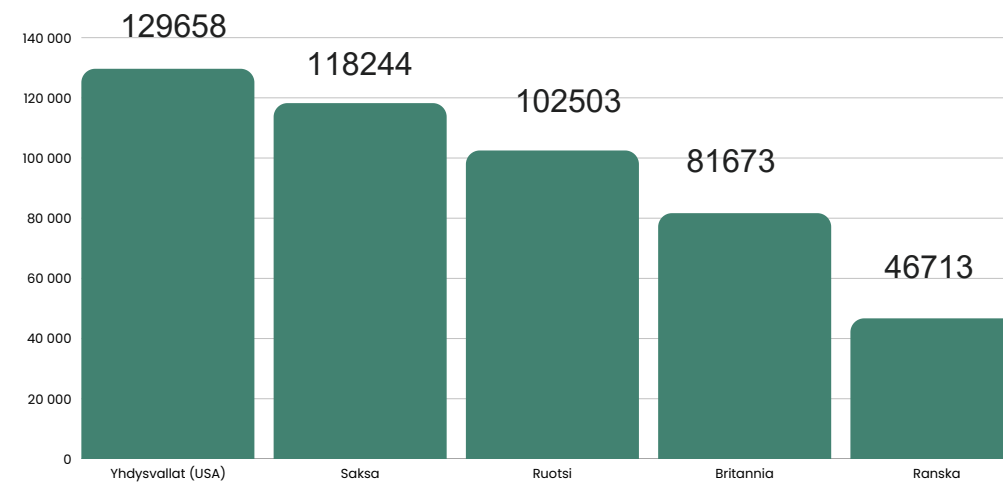
2024 \*2024 data tammi-elokuu



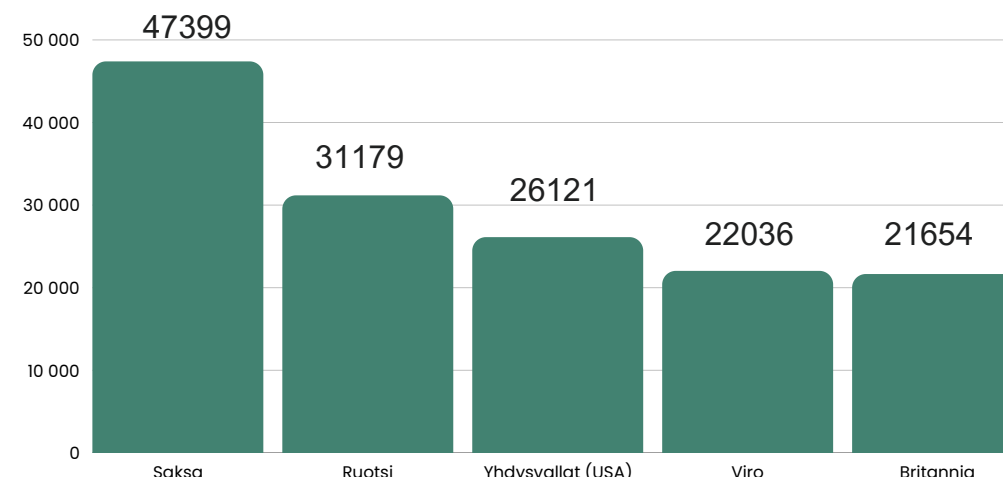
2022



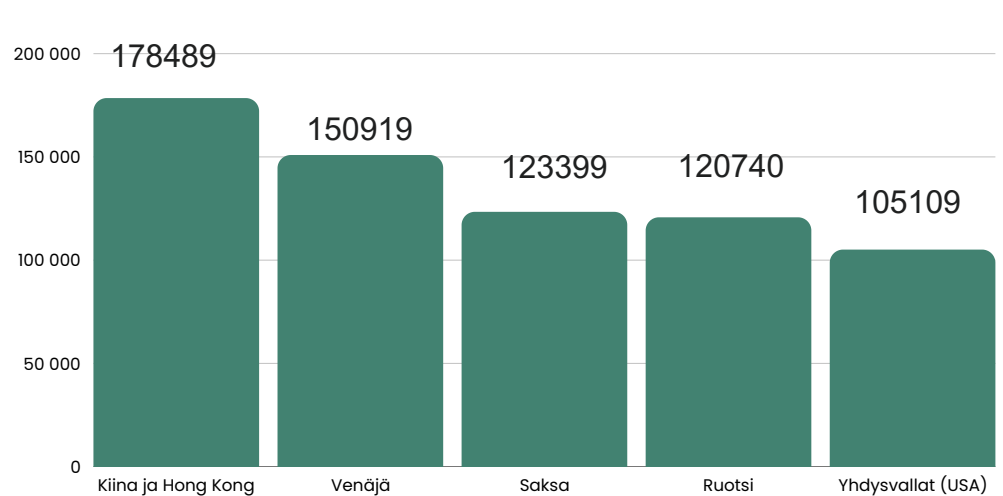
2020



2023



2021



2019

- Vuonna 2021 Saksa, Ruotsi ja Yhdysvallat nousivat keskeisiksi kohdemaiksi saapuneiden matkailijoiden osalta, ja niiden määrä on kasvanut tasaisesti siitä lähtien.
- Kiinan ja Hong Kongin matkailijamäärät olivat aluksi vielä vähäisiä, mutta ne ovat kasvaneet merkittävästi vuoteen 2024 mennessä, mikä viittaa matkailun elpymiseen ja Aasian markkinoiden paluuseen.
- Vuoden 2024 tammi-elokuun aikana Yhdysvallat nousi selkeästi johtavaksi kohdemaaksi saapuneiden matkailijoiden määrässä.
- Saksan ja Ruotsin matkailijat säilyttivät myös paikkansa kärjessä, mutta Britannian ja Kiinan matkailijoiden osuus on noussut merkittävästi.

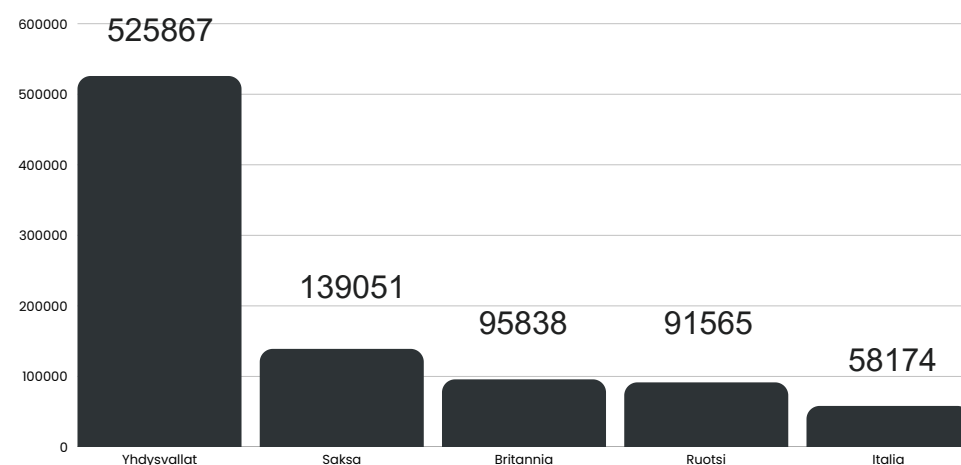
**Kanta-Hämeen näkökulmasta pääkaupunkiseudun trendit tarjoavat tärkeitä oppimismahdollisuuksia. Alueen markkinointia voidaan suunnata erityisesti Saksan, Ruotsin ja Yhdysvaltojen matkailijoille, jotka näyttävät olevan vakaita ja luotettavia kohdemarkkinoita. Myös Kiinan markkinoiden elpyminen tuo uusia mahdollisuuksia houkutella matkailijoita pääkaupunkiseudulta Kanta-Hämeen suuntaan. Tässä kontekstissa on keskeistä seurata, miten matkailu kehittyy ja mitkä markkinat ovat valmiita investoimaan pidempiin ja monipuolisempiin matkailukokemuksiin.**

# 4. Yöpymiset ja saapuneet Helsinki 2019-2024

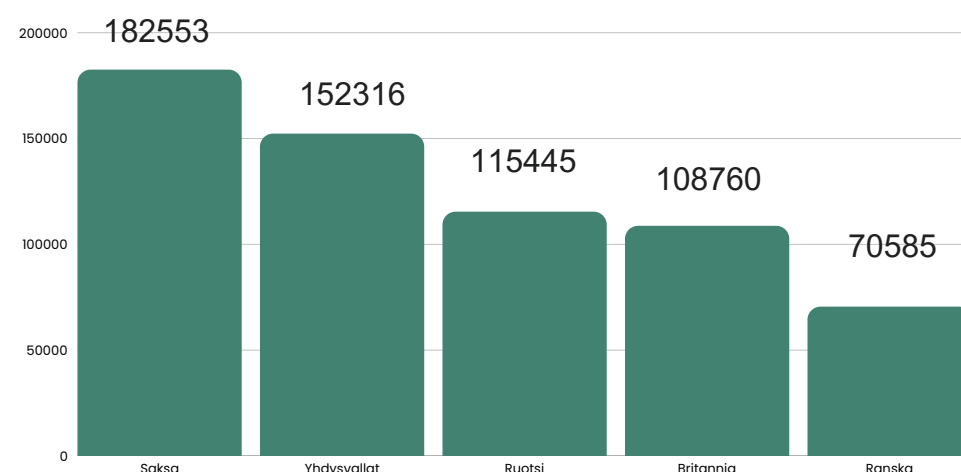
Hämeenlinna tuotteet (kpl) eri markkinoilla\*

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: yöpymisten lkm Helsinki

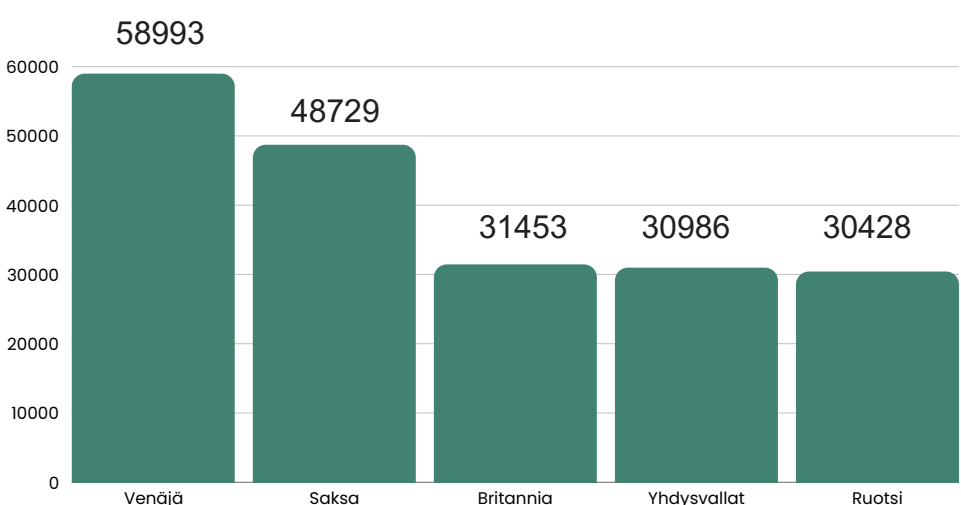
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



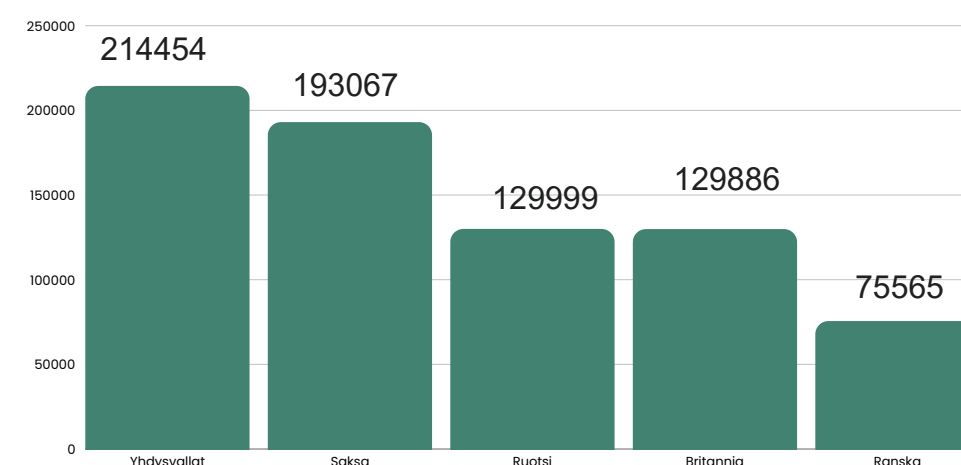
2024 \*2024 data tammi-elokuu



2022



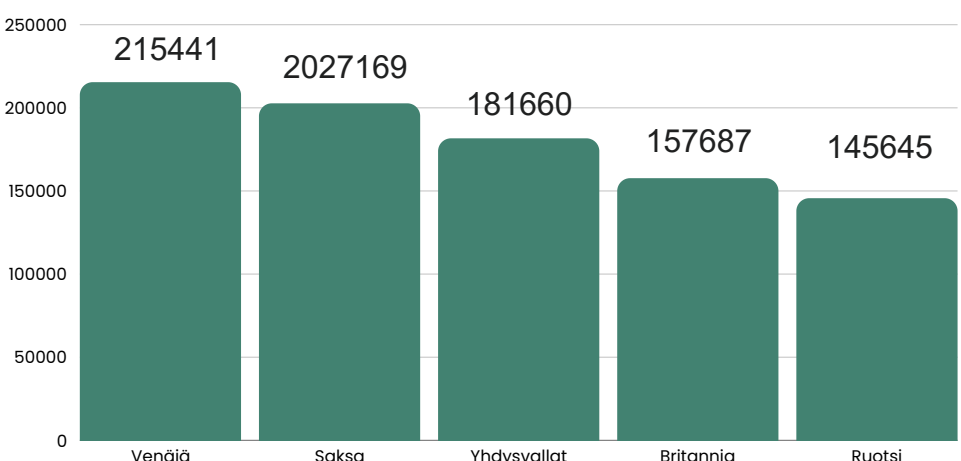
2020



2023



2021



2019

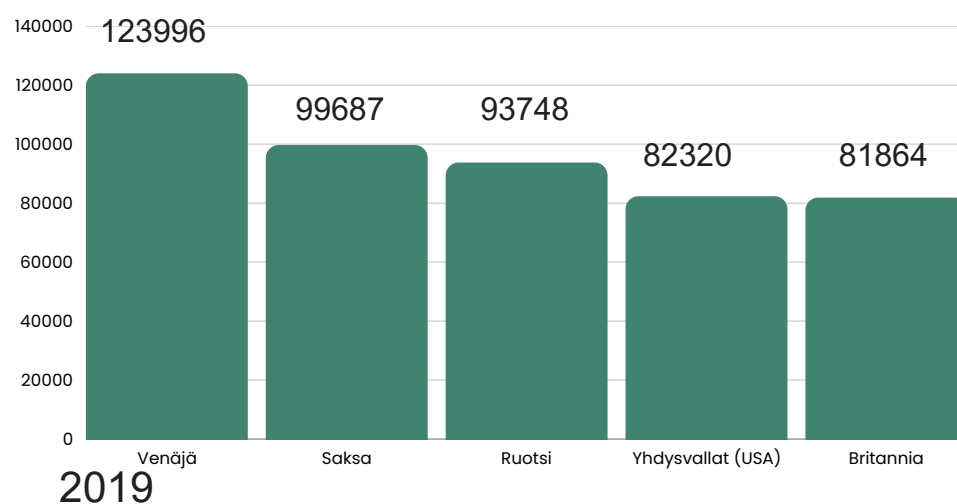
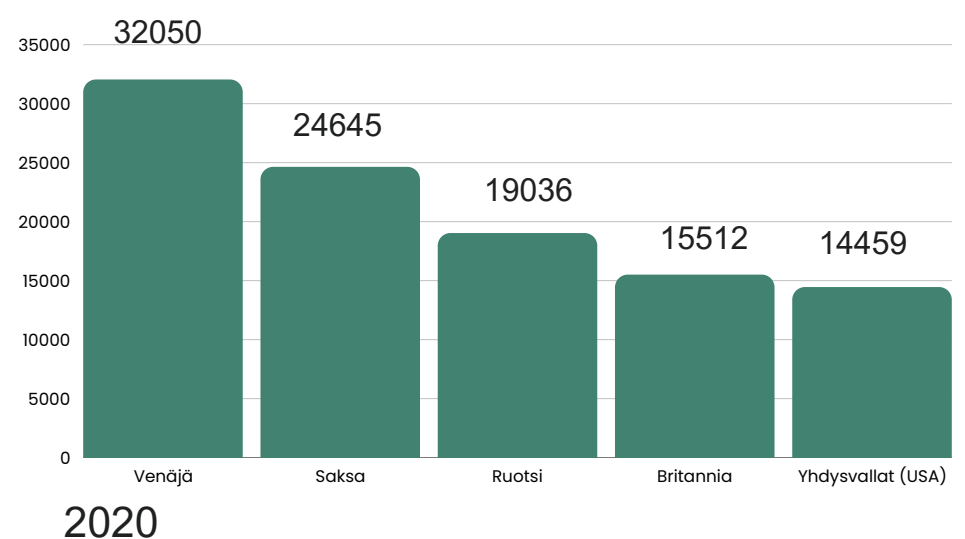
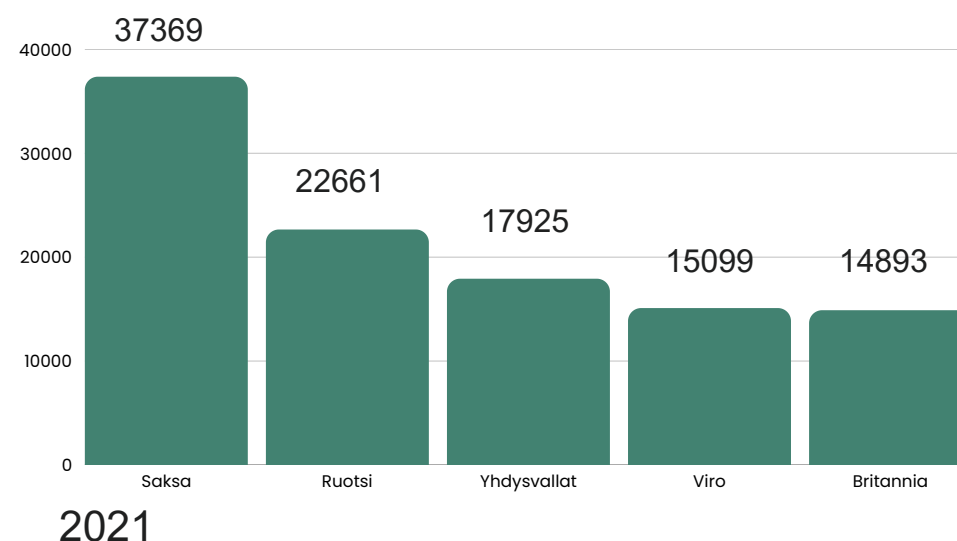
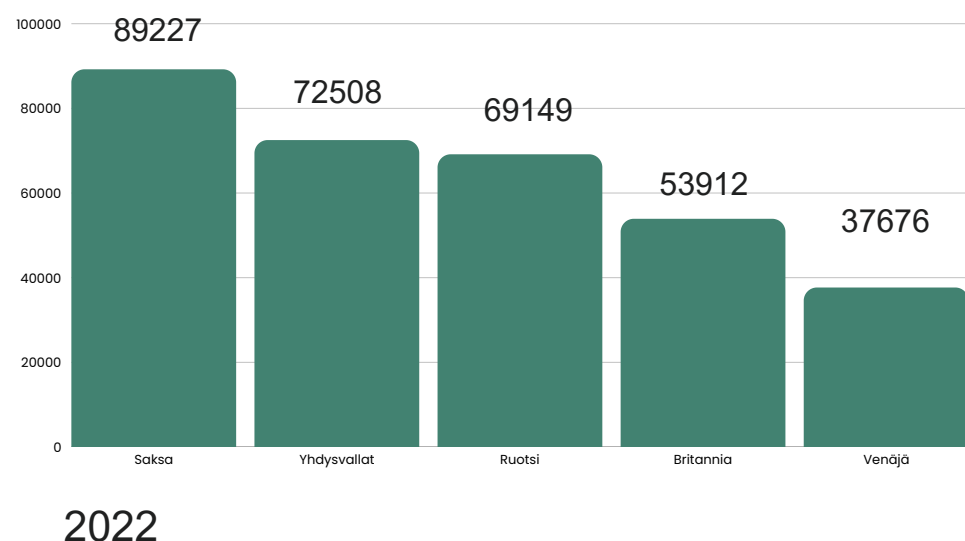
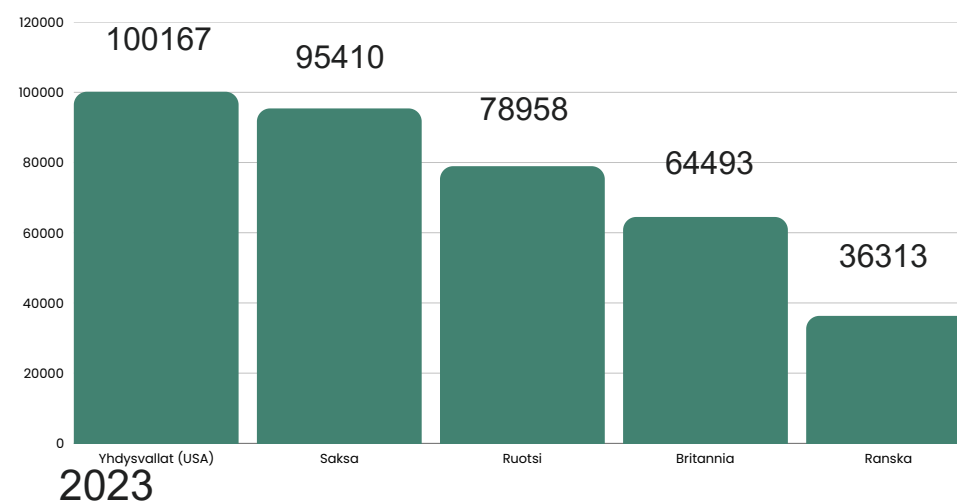
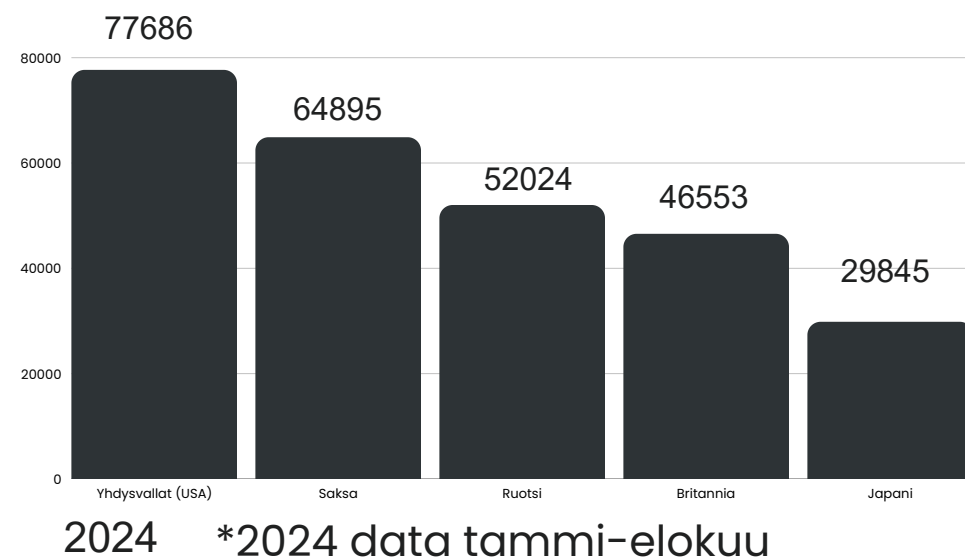
- Yhdysvaltain markkinan kasvu: Yhdysvaltalaiset ovat nousseet Helsingin suurimmaksi matkailijaryhmäksi.
- Vahva saksalaismarkkina: Saksalaisten matkailijoiden kiinnostus jatkuu vakaana.
- Eurooppalaisten paluu: Iso-Britannian, Ruotsin ja Ranskan matkailijat ovat palanneet vahvasti Helsinkiin.
- Etelä-Euroopan nousu: Italian matkailijoiden määrän kasvu viittaa Etelä-Euroopan lisääntyneeseen kiinnostukseen.

*Kun tarkastellaan Helsingin yöpymistilastoja, erityisesti saksalaiset ja yhdysvaltalaiset matkailijat ovat olleet johdonmukaisesti vahvoja markkinoita. Mahdollisuus tarjota heille täydentävä Helsinki-vierailukokemus markkinoimalla toisenlaisia, luonnonläheisempiä suomalaisia elämyksiä.*

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: saapumisten lkm Helsinki



Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



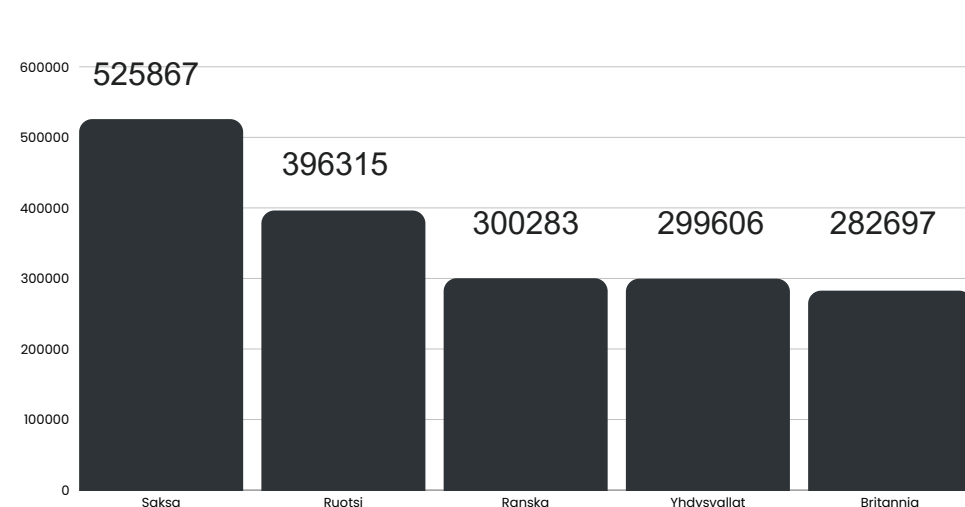
- Lyhyiden vierailujen trendi Ruotsista ja Britanniasta: Ruotsalaiset ja brittiläiset matkailijat ovat säännöllisesti Helsingin saapuneiden kärkijoukossa, mutta heidän yöpymismääränsä eivät ole yhtä korkeat kuin saapumisluvut, mikä viittaa lyhyisiin vierailuihin. Tämä osoittaa, että nämä ryhmät suosivat nopeita vierailuja ja päiväretkiä, mikä on Kanta-Hämeen kannalta potentiaalinen markkina lyhyille retkille ja helposti saavutettaville aktiviteeteille Helsingistä.
- 
- Yhdysvaltalaiset ja saksalaiset matkailijat viipyvät pidempään: Yhdysvaltalaisilla ja saksalaisilla matkailijoilla on selvästi pidempi viipymä Helsingissä, mikä näkyy korkeampina yöpymislukuina suhteessa saapumisiin. Tämä osoittaa heidän kiinnostuksensa syvällisempiin ja monipuolisempiin matkakokemuksiin. Kanta-Häme voisi houkutella näitä matkailijoita tarjoamalla rauhallisia, luonnonläheisiä elämyksiä ja kulttuurikohteita, jotka täydentävät heidän Helsingin-vierailuaan.
- 
- Japani nousevana markkinana: Vuonna 2024 Japani nousi saapuneiden kärkiviisikkoon Helsingissä. Japanilaiset matkailijat arvostavat yleensä kulttuurielämyksiä ja luontokohteita, mikä tarjoaa Kanta-Hämeelle mahdollisuuden houkutella näitä matkailijoita täydentämään heidän Suomen-matkaansa vierailulla hiljaisiin ja luonnonläheisiin kohteisiin.

# 5. Yöpymiset ja saapuneet koko Suomi 2019-2024

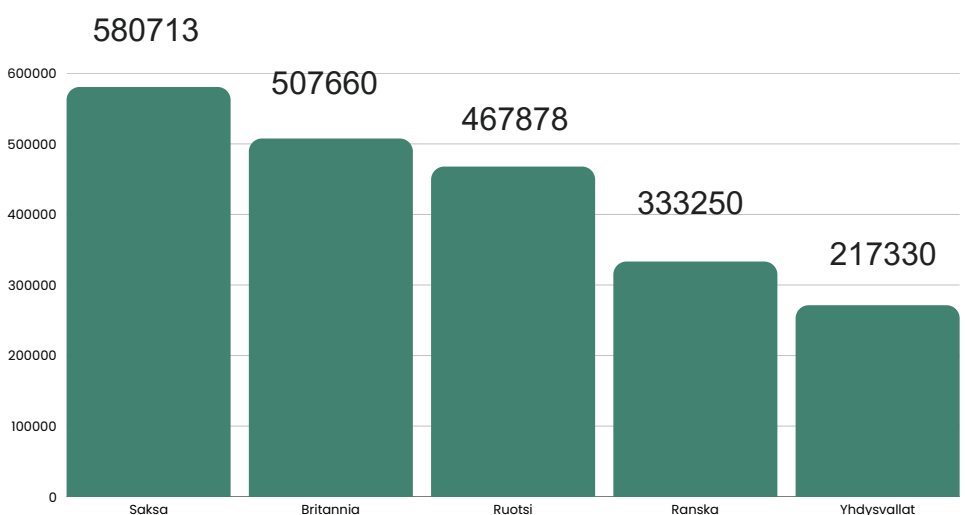
Hämeenlinna tuotteet (kpl) eri markkinoilla\*

# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: yöpymisten lkm koko Suomi

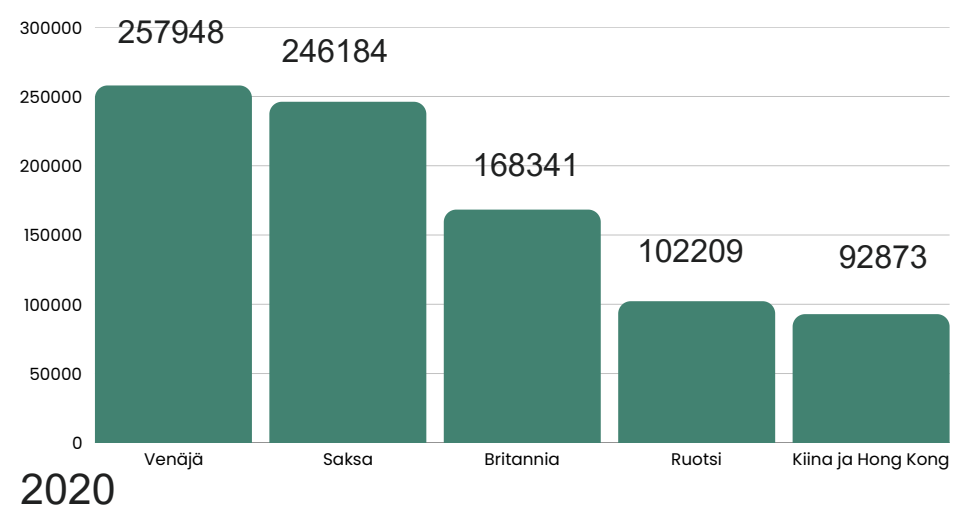
Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



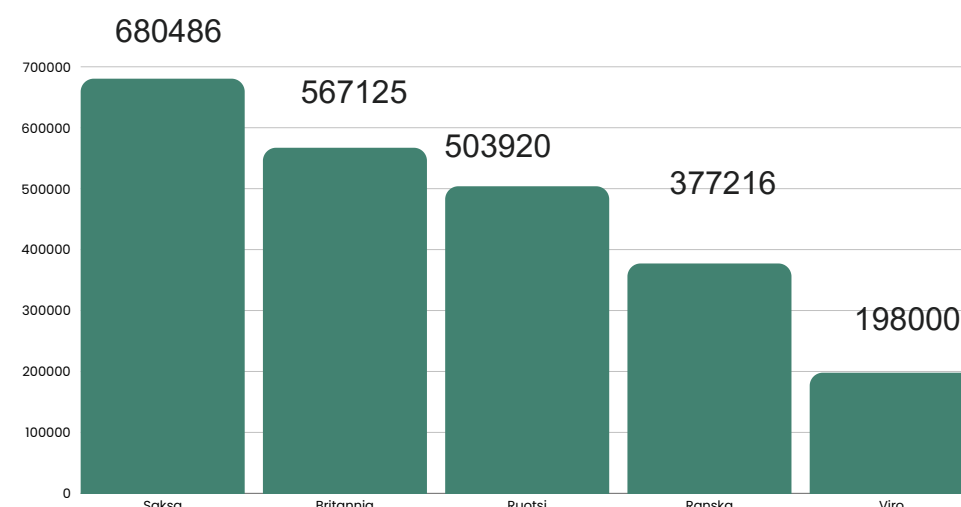
2024 \*2024 data tammi-elokuu



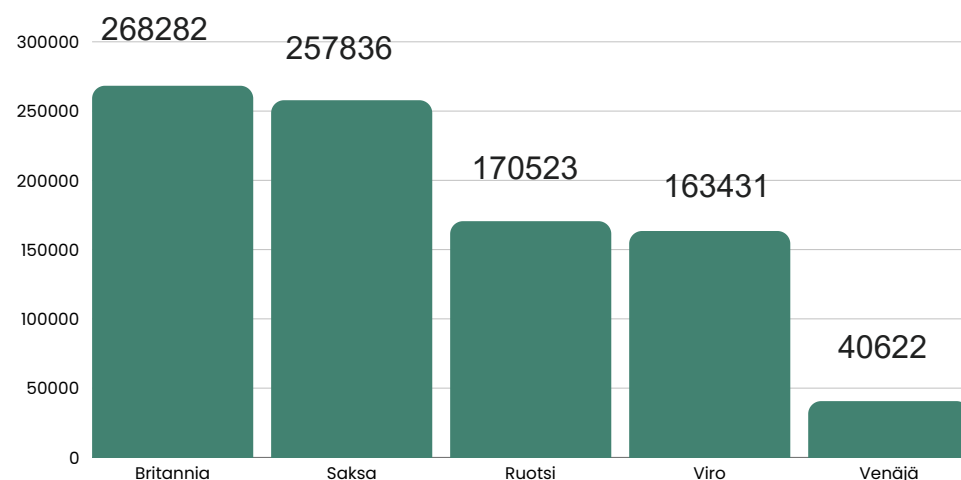
2022



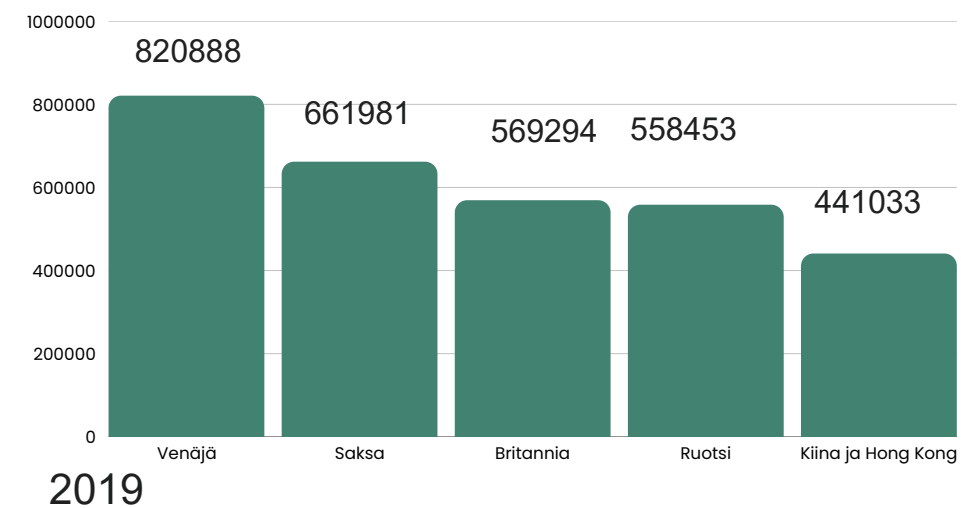
2020



2023



2021



2019

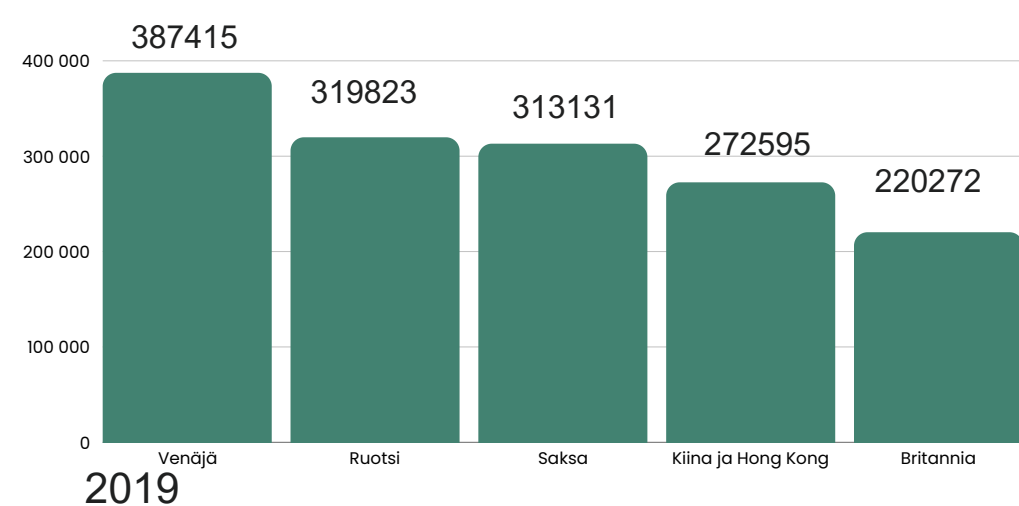
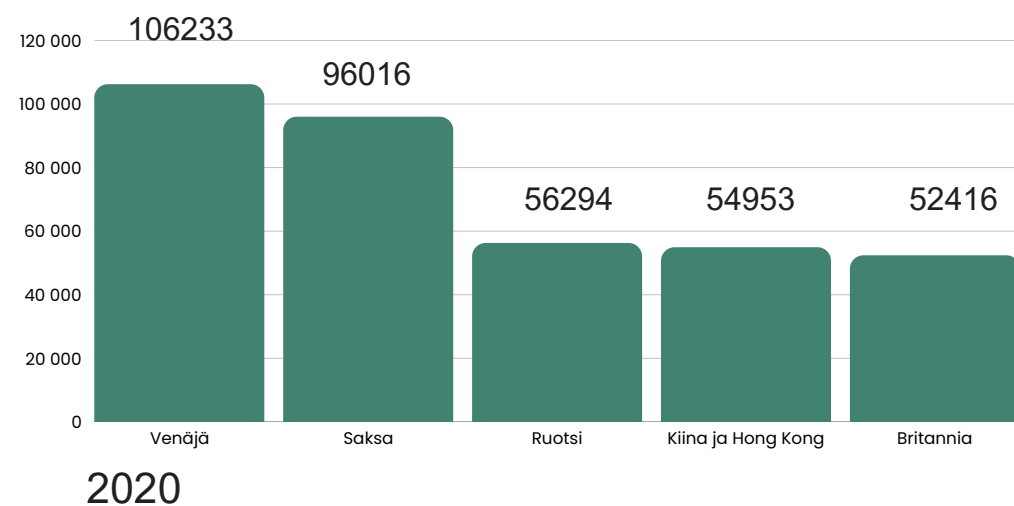
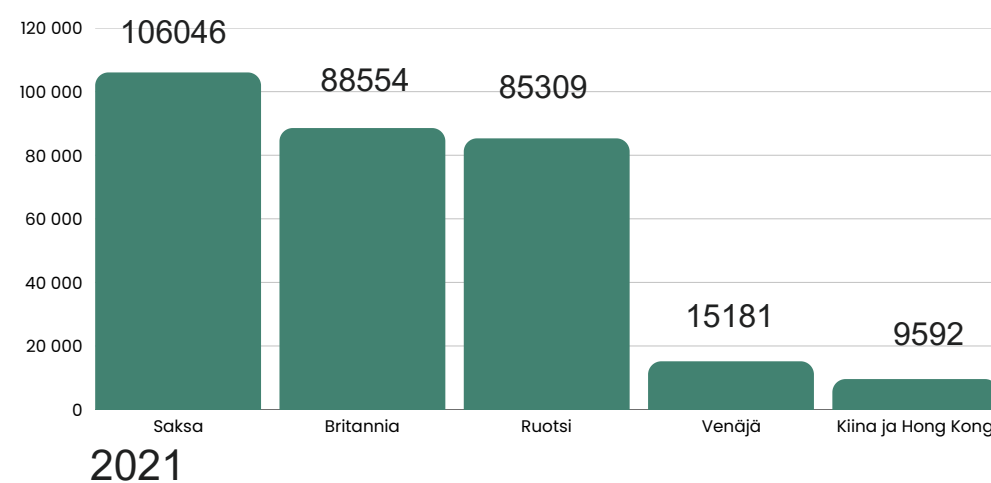
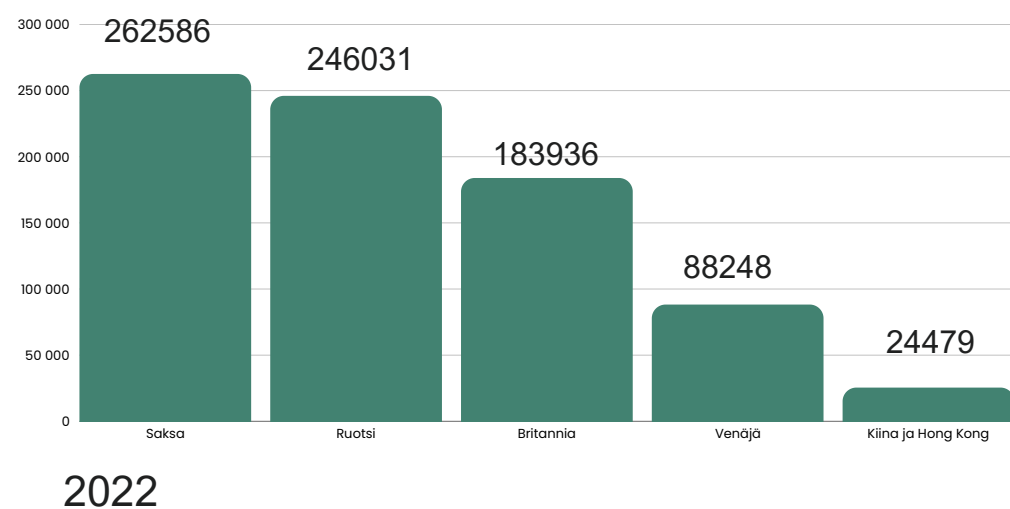
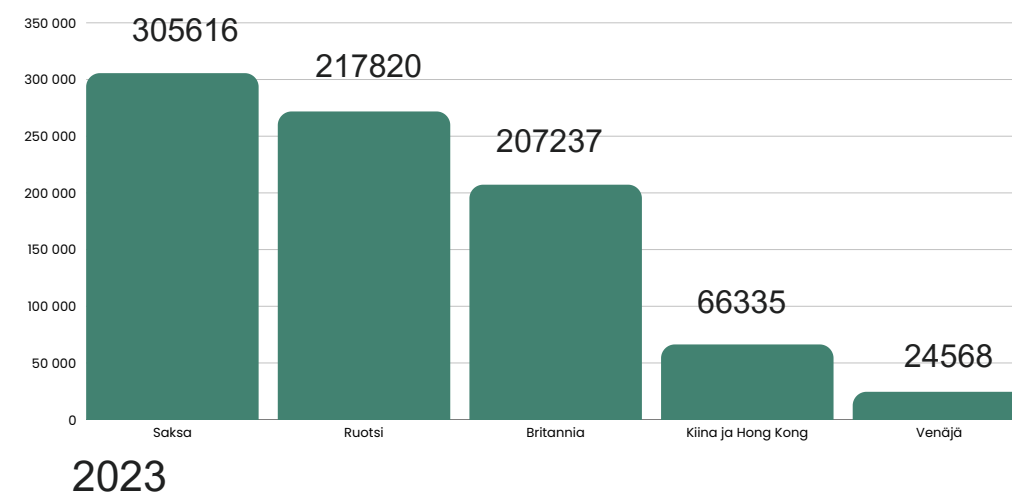
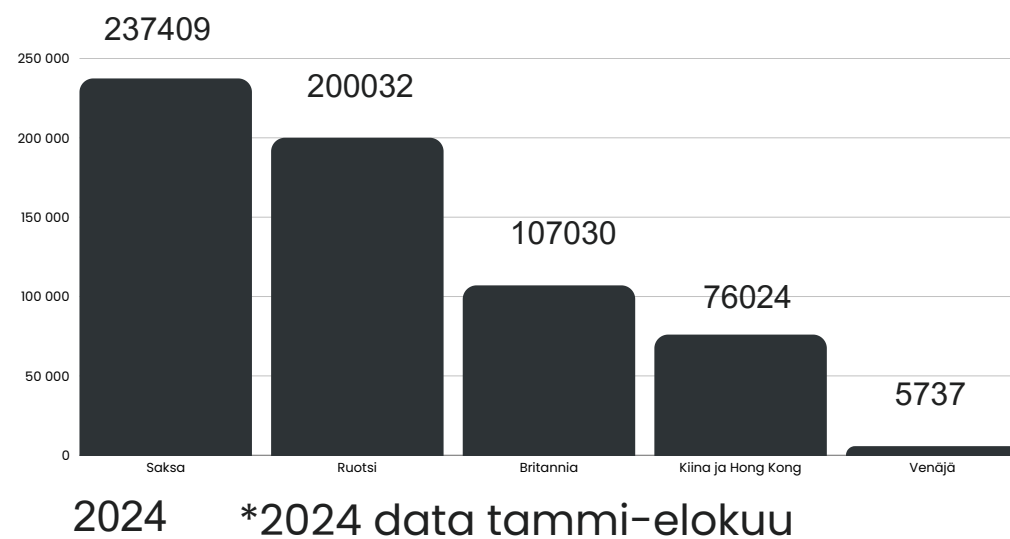
- Saksa on säilyttänyt vahvan asemansa ja ollut johtava lähtömaa lähes jokaisena tarkasteluvuotena, mikä osoittaa saksalaisten matkailijoiden tärkeyden Suomen matkailulle.
- Vuodesta 2022 lähtien matkailu on elpynyt tasaisesti, ja useimpien maiden kohdalla yöpymismäärät ovat kääntyneet kasvuun.
- Vuonna 2023 Saksa oli jälleen suurin lähtömaa yöpymisten osalta, mutta myös Iso-Britannian, Ruotsin ja Ranskan matkailijoiden määrät ovat nousseet merkittävästi
- Vuoden 2024 alkupuolen luvut osoittavat edelleen positiivista kehitystä, vaikka osa markkinoista, on edelleen jäljessä aiemmasta tasosta.

*Koko maan yöpymistrendit seuraavat yleisesti samaa suuntaa kuin Kanta-Hämeessä, mutta koko Suomen tilastot osoittavat suurempaa volyymia ja monipuolisempaa lähtömaiden jakaumaa. Saksalaisten matkailijoiden osuus on vahva niin koko maan kuin Kanta-Hämeen tasolla. Kanta-Hämeessä yöpymisten määrät ovat jakautuneet tasaisemmin useiden maiden kesken. Tämä viittaa siihen, että Kanta-Hämeellä on mahdollisuus houkutella matkailijoita entistä enemmän muista kohdemarkkinoista, erityisesti maista, jotka eivät vielä ole päässeet merkittävään asemaan seudun matkailussa.*



# TOP 5 maata vaihtelu 2019-2024: saapuneet lkm koko Suomi

Visit Finland / Majoitustilastot / 116t -- Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, 1995-2024\*



- Vuonna 2021 Saksa nousi ykköseksi venäläisten poistuessa. Vuonna 2022 Venäjän osuus saapuneista nousi vielä kärkisijoille, mutta vuodesta 2023 alkaen Venäjän matkailijoiden määrä on ollut alhainen, kun taas Saksan ja Ruotsin osuus on jatkanut kasvuaan.
- Vuoden 2023 ja 2024 tilastot osoittavat selkeän kasvutrendin Saksan osalta, jonka matkailijat ovat nousseet eniten saapuneiden tilastoissa koko Suomessa.
- Britannia ja Ruotsista saapuneet matkailijat ovat olleet koko ajanjakson aikana vahvasti edustettuina, mutta vaihtelut maiden kesken näkyvät selvästi matkailun palautuessa normaalitasolle pandemian jälkeen.
- Kiinan ja Hong Kongin matkailijoiden määrät sen sijaan eivät ole vielä palautuneet lähellekkään pandemiaa edeltävää tasoa, mikä viittaa siihen, että siltä osin markkinat eivät ole vielä täysin elpyneet.

***Koko Suomen matkailu on kehittynyt vakaammin ja palautunut nopeammin kuin Kanta-Hämeessä, jossa matkailijamäärät ovat vaihdelleet merkittävästi vuosittain. Koko maan tilastoissa näkyy selkeämmin kaukomarkkinoiden osuus, kun taas Kanta-Hämeessä eurooppalaiset matkailijat. Kanta-Hämeellä on mahdollisuus hyötyä vahvemmassa fokuksinnista Euroopan kohdemarkkinoihin, erityisesti kun valtakunnallinen strategia tavoittaa laajemman kohderyhmän.***

# 05 MARKKINAVALINNAT

Kansainvälisten markkina-alueiden valinnassa tulee ottaa huomioon useita tekijöitä strategisten päätösten tekemiseksi. Kanta-Hämeen kansainvälisen matkailun markkina-alueet pohjautuvat tilastotietoihin, VisitFinlandin ja Lakelandin linjauksiin, matkailutoimijoiden kyselyyn, seutukuntien matkailukoordinaattoreiden haastatteluihin, markkinapotentiaalin ja trendien tarkasteluun sekä asiantuntijoiden arviointiin mm. kysynnän ja tarjonnan kohtaamisesta.

Visit  
♥ Häme

KANTA-HÄME KV-SUUNNITELMA

# YHTEENVETO MARKKINA- VALINNOISTA



Valittujen markkinoiden osalta on analysoitu ko. markkinoiden potentiaalia eli mm. saapumisia ja yöpymisiä sekä yöpymisten muutostrendiä, viipymää, rahankäyttöä ja sesonkien vaihtelua. Lisäksi on huomioitui myös Visit Finlandin markkinavalinnat koko Suomen osalta.

Seuraavilla sivuilla on esitetty markkinavalintojen kannatukset matkailutoimijoiden kyselystä ja seutukuntien matkailukoordinaattoreiden haastatteluista sekä perustelut markkinavalinnoille ja markkinakohtaiset analyysit.

**Kanta-Hämeen päämarkkinoiksi valittiin Saksa ja Benelux (Belgia ja Alankomaat) ja tukimarkkinoiksi Japani ja UK.**  
**Seurattavia markkinoita ovat mm. Sveitsi, USA, Ranska, Espanja**

Vaikka Belgia ja Alankomaat ovat tilastollisesti pieniä niche markkinoita tarjoavat ne kasvupotentiaalia Kanta-Hämeelle. Erityisesti b2b markkinointitoimenpiteissä voidaan saavuttaa synergiaetua yhdistämällä nämä markkinat tilastollisesti merkittävimpään Saksan markkinaan.



# KANTA-HÄMEEN MATKAILUTOIMIJOILLE SUUNNATUN KYSELYN PERUSTEELLA TUNNISTETUT KOHDEMARKKINAT KANSAINVÄLISTYMISSUUNNITELMAA VARTEN

Sijointus	Kohde-markkina	Mainintojen määrä	Hajonta ja kannatus
1.	Saksa	Eniten mainintoja	Erittäin vahva kannatus.
2.	UK	Toiseksi eniten mainintoja	Hyvä kannatus.
3.	Sveitsi	Kolmanneksi eniten mainintoja	Melko tasainen kannatus.
4.	Pohjoismaat (Ruotsi, Norja, Tanska)	Neljänneksi eniten mainintoja	Keskitasoinen kannatus.
5.	Japani	Viidenneksi eniten mainintoja	Vaihteleva kannatus.

# KANTA-HÄMEEN SEUTUKUNTIEN KOORDINAATTOREILLE SUUNNATUN HAASTATTELUN PERUSTEELLA TUNNISTETUT KOHDEMARKKINAT KANSAINVÄLISTYMISSUUNNITELMAA VARTEN



Sijointus	Kohdemarkkina	Mainintojen määrä	Hajonta ja kannatus
1.	Saksa	Eniten mainintoja	Vahva kannatus. Saksa on nostettu esiin kaikissa vastauksissa keskeisenä kohdemarkkinana, ja sen potentiaali nähtiin erityisesti Keski-Euroopan matkailijoiden houkuttelemisessa.
2.	Japani	Toiseksi eniten mainintoja	Hyvä kannatus, vaikka markkinoille pääsy on nähty haasteellisena. Potentiaalia löytyy erityisesti kulttuurikohteiden ja lasinpuhallukseen liittyvien tuotteiden ympärillä.
3.	Benelux-maat	Kolmanneksi eniten mainintoja	Kohtalainen kannatus. Saksan markkinan rinnalla Benelux-alue nähtiin mahdollisena kohteena, jossa myös Keski-Eurooppalaiset arvostavat kulttuuri- ja luontokohteita.
4.	UK	Yksi maininta	Iso-Britannia mainittiin tärkeänä markkinana, erityisesti sen koon ja matkailijoiden maksukyvyn suhteen. Se on myös maantieteellisesti lähempänä kuin monet muut potentiaaliset markkinat, kuten USA.
5.	Baltian maat	Yksi maininta	Baltian markkinoilla on tunnistettu lyhyiden matkojen potentiaali, erityisesti helppojen reittiyhteyksien ja kohtuullisen etäisyyden vuoksi.

# PERUSTELUT

## PÄÄMARKKINAT

toimenpiteitä vuositasolla, painotus b2b - maakuntataso, suuraluetaso, VF taso



### Saksa

Visit Finland kohdemarkkina (2025) ja Suomen kivijalkamarkkina.

#### **Trendit, potentiaali ja kärkituotteet:**

- Land der Tausend Seen (Tuhansien järvien maa) Suomen tunnetuin asia.
- Ympärivuotinen matkailijaryhmä.
- Luonto, kulttuuri, kiertomatkat, mökki, uniikit majoituskohteet.



### Benelux (Belgia, Alankomaat)

Lakeland suuralueella kiinnostus Benelux-markkinoihin, pienellä panostuksella b2b toimenpiteet yhdistettävissä Saksan markkinaan.

#### **Trendit, potentiaali ja kärkituotteet:**

- Suomella vahva maine talvikohteena, kesässä potentiaalia.
- Kiertomatkat, maaseutulomat, aktiviteettilomat, kulttuuri, mökki. Potentiaalia kesäsesongin pidentämiseen.

# PERUSTELUT

## TUKIMARKKINAT

mahdollisia yksittäisiä b2b toimenpiteitä Visit Finlandin järjestämässä tilaisuuksissa



### Japani

Visit Finland kohdemarkkina (2025)

#### Trendit, potentiaali ja kärkituotteet:

- Suomella Pohjoismaiden suurin markkinaosuus. Ympäri vuotinen matkailijaryhmä.
- Luonto, kaupunkiloma, suomalainen elämäntapa (sauna, design, lähiruoka).
- Kanta-Hämeellä uniikki tuote, joka vastaa erinomaisesti ko.markkinan tarpeisiin.



### UK

Visit Finland kohdemarkkina (2025)

#### Trendit, potentiaali ja kärkituotteet:

- Suomi Pohjoismaiden suosituin talvisin. Suomi tunnetaan erityisesti myös mm. järvistä ja luontoaktiviteeteista. Mahdollisuus ympärivuotisuuden kasvattamiseen.
- Luonto, kulttuuri, aktiviteetit, hyvinvointi, suomalainen elämäntapa (sauna, ruoka), workation.

# PERUSTELUT

## Seurattavat markkinat



### Sveitsi, USA, Ranska, Espanja

Seurattavat markkinat tarkoittavat markkinoita, joita ei tällä hetkellä aktiivisesti tavoitella esimerkiksi markkinoitkampanjoiden tai myyntitoimenpiteiden kautta, mutta joita tarkkaillaan säännöllisesti strategisen päätöksenteon tueksi.

Seurattavien markkinoiden analysointi auttaa aluetta tekemään tietoon perustuvia päätöksiä siitä, mihin markkinoihin tulevaisuudessa kannattaisi panostaa ja miten niissä voisi erottautua. Näin voidaan ennakoida muutoksia ja mahdollisuuksia ilman, että nykyisiä resursseja sidotaan markkinoititoimenpiteisiin.



# Saksa

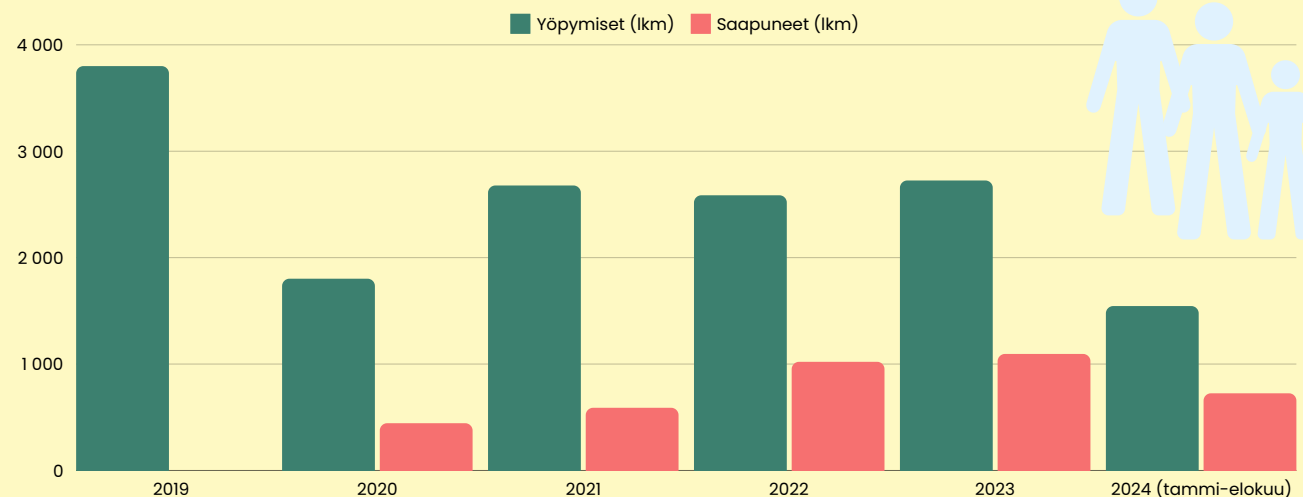
Visit  
♥ Häme

Kärkisegmentti

NATURE LOVER

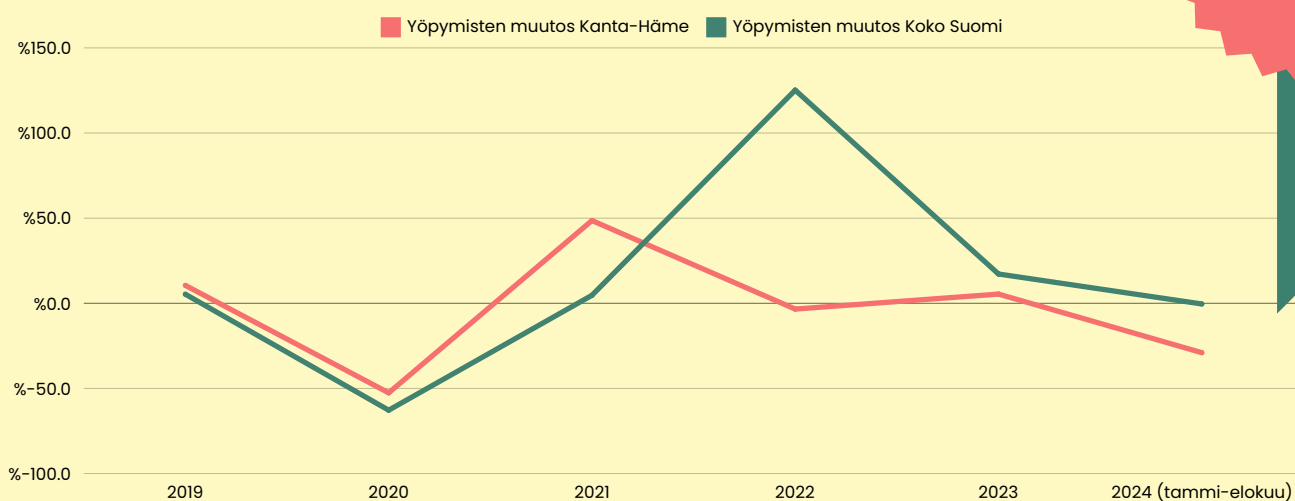
Kärkituote

KANSALLISPUISTO  
LUONTOAKTIVITEETIT  
KIERTOMATKAT  
MÖKIT



Saksalaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024

Markkinaosuus  
ulkomaalaisista  
yöpymisistä 2023  
**11,6%**



Saksalaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

## KANTA-HÄME 2023

Keskimääräinen viipymä

2,5 yötä

Gini-kerroin 2023

0,38

## KOKO SUOMI 2023

Keskimääräinen viipymä

2,2 yötä

Gini-kerroin 2023

0,22

Saksalaisten rahankäyttö  
koko Suomessa 2023Q3

126,1 M€ yhteensä

Per matka 753 €

Per päivä 67 €

## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

TALVI 2023 (marraskuu 2022-huhtikuu 2023)

Kanta-Häme -47,2 %

koko Suomi 33,5 %

KESÄ 2023 (toukokuu 2023-lokakuu 2023)

Kanta-Häme 24,1 %

koko Suomi 9,2 %

TALVI 2024 (marraskuu 2023-huhtikuu 2024)

Kanta-Häme -19,1 %

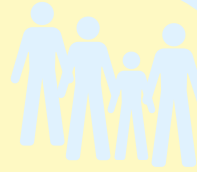
koko Suomi 2,5 %

KESÄ 2024 (toukokuu 2024-lokakuu 2024)

Kanta-Häme -34,3 %

koko Suomi -0,5 %

## Saksalaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024



Saksalaisten matkailijoiden yöpymiset ja saapuneet Kanta-Hämeessä ovat vaihdelleet merkittävästi vuosien 2019-2024 välillä. Pandemia-aikana, vuonna 2020, nähtiin merkittävä pudotus, mutta vuodesta 2021 lähtien luvut ovat jälleen nousseet. Vuoden 2024 tammi-elokuun luvut näyttävät kuitenkin laskua, mikä voi johtua sesonkivaihteluista ja matkailijoiden muuttuneista valinnoista. On huomioitava, että vuoden 2024 luvut eivät ole vielä vertailukelpoisia täysiin vuosiin, sillä loppuvuosi saattaa vielä muuttaa kokonaiskuvaa, erityisesti talvikauden osalta, jolloin matkailijoiden määrä voi kasvaa.

## Saksalaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

Saksalaisten matkailijoiden osalta Kanta-Hämeellä on ollut vahva asema, sillä esimerkiksi vuonna 2021 yöpymisten kasvu oli 48,6 %, kun koko Suomessa se oli vain 4,7 %. Vaikka vuoden 2024 tilastoissa on nähtävissä laskua, alueen aiemmat menestykset osoittavat, että saksalaiset matkailijat ovat potentiaalinen kohderyhmä. Kanta-Hämeen ja koko Suomen välinen ero kertoo siitä, että oikeilla toimenpiteillä Kanta-Häme voi erottua edukseen ja houkuttaa saksalaisia matkailijoita tehokkaasti takaisin alueelle.

## Keskimääräinen viipymä 2023

Saksalaisten matkailijoiden keskimääräinen viipymä Kanta-Hämeessä vuonna 2023 oli 2,5 yötä, mikä on hieman korkeampi kuin koko maan keskiarvo (2,2 yötä). Tämä viittaa siihen, että Kanta-Häme on onnistunut houkuttelemaan matkailijoita viipymään alueella pidempään kuin keskimäärin muualla Suomessa. Pidempi viipymä voi kertoa alueen monipuolisista aktiviteeteista ja vetovoimasta saksalaisten matkailijoiden näkökulmasta. On kuitenkin tärkeää huomioida, että keskiarvot saattavat piilottaa vaihtelua yksittäisten vierailujen välillä, joten tarkempi analyysi esimerkiksi eri sesonkien ja matkustussyiden osalta voisi tuoda lisäarvoa.

## Markkinaosuus ulkomaalaisista yöpymisistä 2023

Saksalaisten matkailijoiden osuus Kanta-Hämeen ulkomaalaisista yöpymisistä vuonna 2023 oli 11,6 %, mikä osoittaa heidän olevan merkittävä ryhmä alueen kansainvälisessä matkailussa. Tämä korostaa saksalaisten matkailijoiden tärkeyttä Kanta-Hämeelle, ja heidän tarpeidensa huomioiminen on perusteltua, erityisesti markkinoinnin ja tuotekehityksen näkökulmasta.

## Saksalaisten rahan käyttö koko Suomessa 2023Q3

126,1 M€ yhteensä



Per matka 753 €

Per päivä 67 €

Saksalaisten matkailijoiden rahankäyttö Suomessa vuoden 2023 kolmannella vuosineljänneksellä oli 126,1 miljoonaa euroa, mikä korostaa saksalaisten merkittävää osuutta Suomen matkailutulon lähteenä. Per matka saksalaiset kuluttivat keskimäärin 753 euroa ja päiväkohtainen kulutus oli 67 euroa. Näistä luvuista voidaan päätellä, että saksalaiset käyttävät rahaa erityisesti majoitus- ja palvelusektoreilla. Keskimäärin matkan kokonaiskulutus oli merkittävä, mikä viittaa vahvaan kiinnostukseen ja valmiuteen investoida laadukkaisiin matkailukokemuksiin Suomessa.

## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

Sesonkivaihtelut yöpymisten muutosprosentteissa ovat merkittäviä Kanta-Hämeessä. Talvisesongin (marras-huhtikuu) yöpymiset laskivat Kanta-Hämeessä -19,1 % vuonna 2024, kun taas koko Suomen osalta talvisesongin yöpymiset kasvoivat 2,5 %. Tämä osoittaa Kanta-Hämeen haasteet talvisesongin matkailun houkuttelevuudessa. Kesäsesongin (kesä-elokuu) osalta yöpymiset kasvoivat sekä Kanta-Hämeessä että koko Suomessa, mutta Kanta-Häme jäi kuitenkin jälkeen koko Suomen keskiarvosta, mikä viittaa siihen, että alueen kesämatkailun vetovoimaa voitaisiin edelleen kehittää.

## Gini-kerroin 2023

Vuonna 2023 saksalaisten matkailijoiden yöpymisten kuukausivaihtelua kuvaava Gini-kerroin oli Kanta-Hämeessä 0,38, mikä on huomattavasti korkeampi kuin koko maan tasolla, jossa Gini-kerroin oli 0,22. Tämä osoittaa, että saksalaisten matkailijoiden yöpymiset jakautuvat Kanta-Hämeessä epätasaisemmin eri kuukausien välillä verrattuna koko Suomen tilanteeseen. Kanta-Hämeessä matkailusesongit ovat voimakkaammin keskittyneet tiettyihin ajankohtiin, mikä saattaa luoda haasteita alueen ympärivuotiselle matkailulle. Tätä epätasaisuutta voidaan kuitenkin pitää myös mahdollisuutena kohdentaa markkinointia ja palvelutarjontaa niihin kuukausiin, joissa kävijämäärät ovat alhaisempia.

*Gini-kerroin yöpymisten kuukausivaihtelulle mittaa yöpymisten jakautumisen tasaisuutta eri kuukausien välillä vuoden aikana. Matkailussa kerroin kuvaa, kuinka tasaisesti matkailijat jakautuvat eri kuukausille: mitä pienempi arvo, sitä tasaisempi jakautuminen ja mitä suurempi arvo, sitä enemmän yöpymiset keskittyvät tietyille kuukausille (esimerkiksi sesonkiaikoihin). Gini-kertoimen arvo on 0-1. Lähde: Tilastokeskus*

# Benelux

Belgia ja Alankomaat

Visit  
♥ Häme

Kärkisegmentti



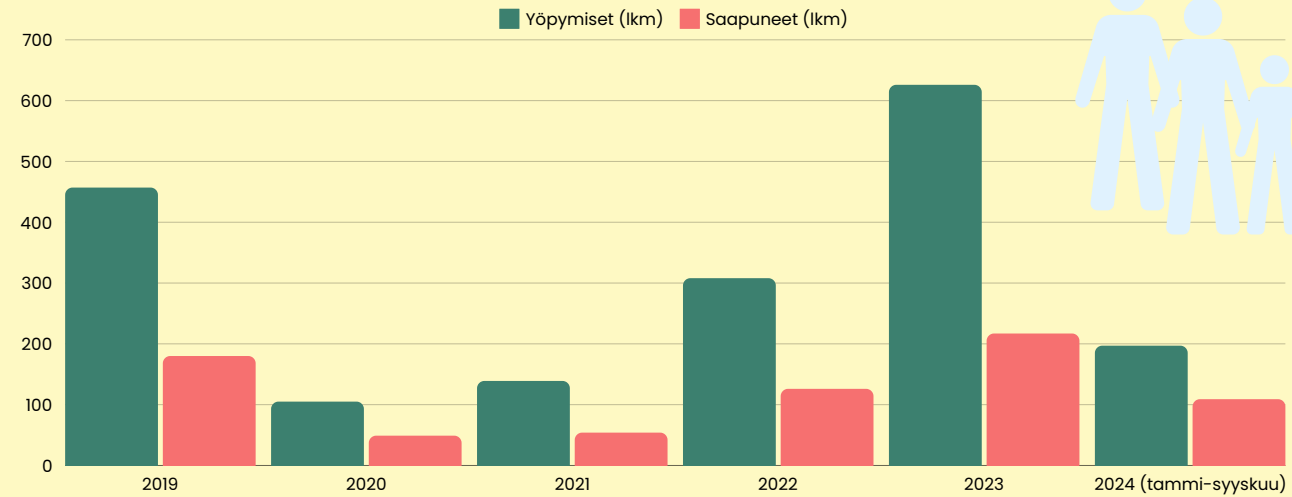
LIFESTYLE TRAVELLER

Kärkituote



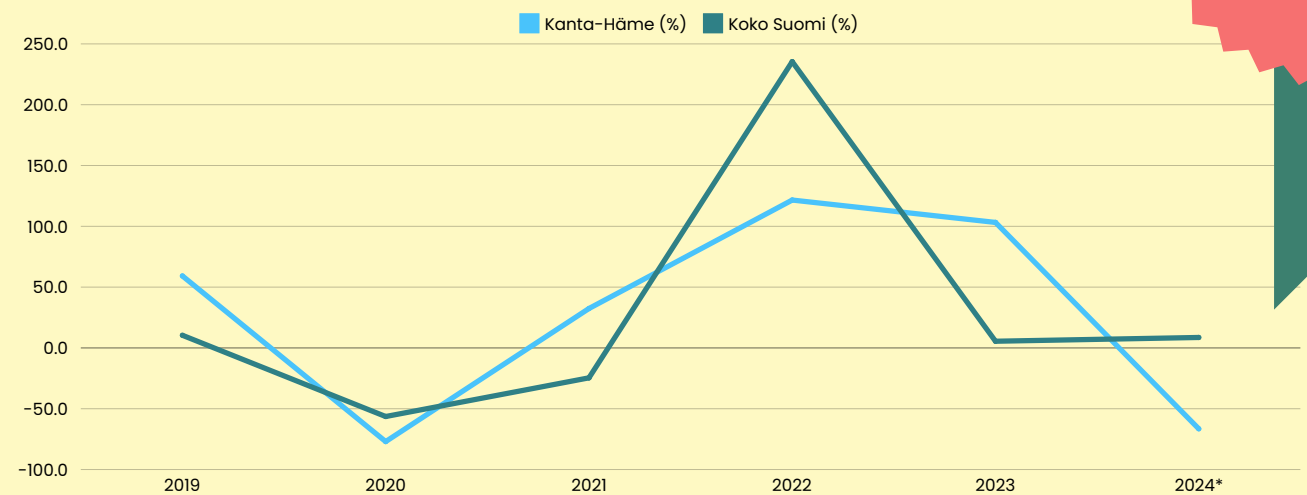
PAIKALLISET LUONTOON JA  
KULTTUURIIN LIITTYVÄT  
ELÄMYKSET

KIERTOMATKAT



Belgialaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024

Markkinaosuus  
ulkomaalaisista  
yöpymisistä 2023  
0,6%



Belgialaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

**KANTA-HÄME 2023**  
Keskimääräinen viipymä

2,9 yötä

Gini-kerroin 2023

0,60

**KOKO SUOMI 2023**  
Keskimääräinen viipymä

2,7 yötä

Gini-kerroin 2023

0,34

**Belgialaisten rahankäyttö  
koko Suomessa 2024Q1**

28,2 M€ yhteensä

Per matka 1032€

Per päivä 142 €

## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

TALVI 2023 (marraskuu 2022-huhtikuu 2023)

Kanta-Häme 67,3 %

koko Suomi 6,9 %

TALVI 2024 (marraskuu 2023-huhtikuu 2024)

Kanta-Häme -26,2%

koko Suomi 7,7%

KESÄ 2023 (toukokuu 2023-lokakuu 2023)

Kanta-Häme 91,4%

koko Suomi 4,6 %

KESÄ 2024 (toukokuu 2024-lokakuu 2024)

Kanta-Häme -80 %

koko Suomi 6,6 %

## Belgialaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024



Vuosien 2021–2023 aikana belgialaisten matkailijoiden yöpymiset Kanta-Hämeessä kasvoivat merkittävästi, ja vuoden 2022 kasvua (+121,6 %) seurasi edelleen vahva kehitys vuonna 2023 (+103,2 %). Saapuneiden määrä on seurannut yöpymisten kehitystä, mutta kasvu on ollut maltillisempaa: esimerkiksi vuonna 2023 saapuneiden määrä kasvoi 72,2 %, mikä on selvästi vähemmän kuin yöpymisten kasvuprosentti. Tämä ero viittaa siihen, että belgialaiset matkailijat viipyivät keskimäärin pidempään Kanta-Hämeessä vuonna 2023. Vuoden 2024 tammi-syyskuun luvut osoittavat sekä yöpymisten (-66,5 %) että saapuneiden (-45,5 %) määrän laskua, mikä voi johtua kysynnän tasaantumisesta ja matkailijaprofiilien muutoksista.

## Belgialaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

- Kanta-Hämeen vahvuus kasvuvuosina: Vuonna 2023 Kanta-Häme onnistui houkuttelemaan belgialaisia matkailijoita huomattavasti paremmin kuin koko Suomi.
- Kysynnän laskun vaikutukset: Vuonna 2024 Kanta-Hämeen lasku oli suhteellisesti paljon suurempi kuin koko Suomessa, mikä korostaa tarvetta tarkastella, miten alue voi monipuolistaa tarjontaansa ja tasapainottaa kysynnän vaihteluita.
- Mahdollisuus erottua: Kanta-Hämeellä on potentiaalia houkutella belgialaisia matkailijoita takaisin erityisesti vahvojen kasvuvuosien kokemusten pohjalta.

## Keskimääräinen viipymä 2023

- Kanta-Hämeen etu: Belgialaisten keskimääräinen viipymä Kanta-Hämeessä oli pidempi kuin koko maan tasolla, mikä korostaa alueen kykyä houkutella pidempikestoisia vierailuja.
- Vertailu saksalaisiin matkailijoihin: Belgialaiset viipyivät alueella pidempään kuin saksalaiset matkailijat, mikä voi viitata Belgian matkailumarkkinan erityisiin tarpeisiin ja mahdollisuuksiin.
- Potentiaalinen kehittäminen: Viipymän kasvattaminen edelleen voisi vahvistaa matkailutuloja ja lisätä alueen houkuttelevuutta erityisesti belgialaisten näkökulmasta.

## Markkinaosuus ulkomaalaisista yöpymisistä 2023

Belgialaisten matkailijoiden osuus on tällä hetkellä pieni, mutta kasvu vuosina 2021–2023 viittaa mahdollisuuksiin vahvistaa heidän rooliaan alueen matkailussa. Korkea rahankäyttö ja viipymä tarjoavat hyvän pohjan kehittää palveluita ja tuotteita.

## Belgialaisten rahankäyttö koko Suomessa 2024Q1

28,2 M€ yhteensä

Per matka 1032€

Per päivä 142 €



Keskimääräinen kulutus per matka oli 1 032 €, mikä on huomattavan korkea verrattuna useiden muiden matkailijaryhmien keskimääräisiin kulutuksiin. Päiväkohtainen kulutus oli 142 €, mikä viittaa siihen, että belgialaiset matkailijat käyttävät rahaa erityisesti laadukkaisiin palveluihin ja elämyksiin, kuten majoitukseen, ruokailuun ja aktiviteetteihin. Rahankäyttö yhdistettynä viipymän pituuteen voi lisätä alueen matkailutuloja merkittävästi, jos belgialaisia matkailijoita saadaan houkuteltua pidemmille vierailuille.

## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

Kesäsesonki (kesä-elokuu 2023):

Kesäsesongin vahva kasvu Kanta-Hämeessä osoittaa, että alueen vetovoimatekijät, kuten luonto ja kulttuuritarjonta, vetoavat belgialaisiin matkailijoihin. Tämä tarjoaa hyvän perustan kehittää markkinointitoimenpiteitä, jotka vahvistavat kesäkauden houkuttelevuutta entisestään.

Talvisesonki (marras-huhtikuu 2024):

Talvisesongin lasku vuonna 2024 (-66,5 %) korostaa Kanta-Hämeen haasteita houkutella belgialaisia matkailijoita hiljaisempina matkailukuukausina. Tämä voi viitata siihen, että alueen talvitarjonta ei ole vielä riittävän kilpailukykyistä belgialaisille matkailijoille, jotka saattavat suosia muita kohteita talvikaudella.

## Gini-kerroin 2023

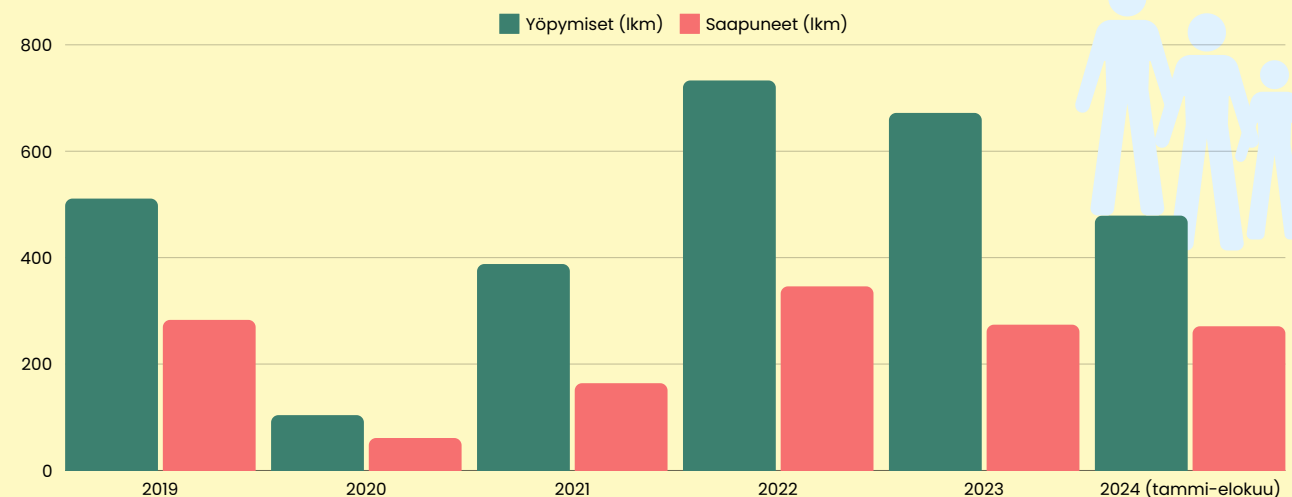
Vuonna 2023 belgialaisten matkailijoiden yöpymisten kuukausivaihtelua kuvaava Gini-kerroin oli Kanta-Hämeessä 0,43, kun se koko Suomessa oli alhaisempi, 0,32. Tämä osoittaa, että belgialaisten yöpymiset Kanta-Hämeessä jakautuvat epätasaisemmin eri kuukausille kuin valtakunnallisesti.

Kanta-Hämeessä belgialaiset matkailijat keskittyvät voimakkaammin tiettyihin sesonkikuukausiin, mikä viittaa kausiluonteisuuden korostumiseen alueella. Tämä voi olla seurausta Kanta-Hämeen tarjonnan painottumisesta kesäsesonkiin tai siitä, että belgialaisten matkailijoiden tarpeisiin ei ole riittävästi vastattu hiljaisempina matkailukuukausina.

*Gini-kerroin yöpymisten kuukausivaihtelulle mittaa yöpymisten jakautumisen tasaisuutta eri kuukausien välillä vuoden aikana. Matkailussa kerroin kuvaa, kuinka tasaisesti matkailijat jakautuvat eri kuukausille: mitä pienempi arvo, sitä tasaisempi jakautuminen ja mitä suurempi arvo, sitä enemmän yöpymiset keskittyvät tietyille kuukausille (esimerkiksi sesonkiaikoihin). Gini-kertoimen arvo on 0-1. Lähde: Tilastokeskus*

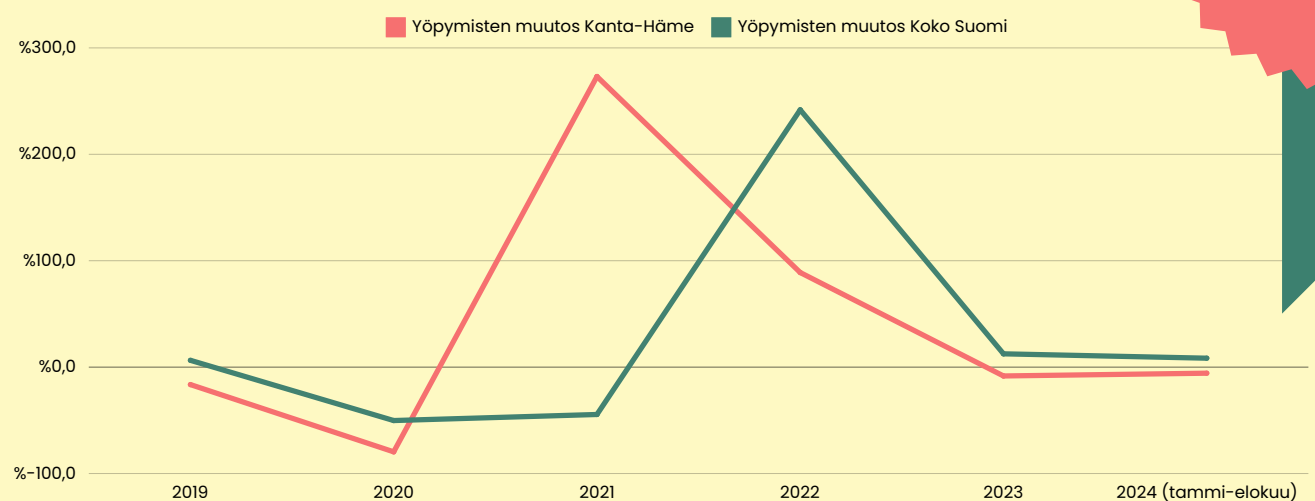


# Alankomaat | Matkailijat Kanta-Hämeessä: Kehitys 2019-2024 ja nykytilanne



Hollantilaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024

Markkinaosuus  
ulkomaalaisista  
yöpymisistä 2023  
**2,9%**



Hollantilaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

**KANTA-HÄME 2023**  
Keskimääräinen viipymä

**2,5 yötä**

Gini-kerroin 2023

**0,36**

**KOKO SUOMI 2023**  
Keskimääräinen viipymä

**2,7 yötä**

Gini-kerroin 2023

**0,35**

**Hollantilaisten rahankäyttö  
koko Suomessa 2023Q3**

**29,9 M€ yhteensä**

Per matka **744 €**

Per päivä **104 €**



## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

TALVI 2023 (marraskuu 2022-huhtikuu 2023)

**Kanta-Häme 50.9%**

**koko Suomi 15.2%**

TALVI 2024 (marraskuu 2023-huhtikuu 2024)

**Kanta-Häme -57.0%**

**koko Suomi 10.1%**

KESÄ 2023 (toukokuu 2023-lokakuu 2023)

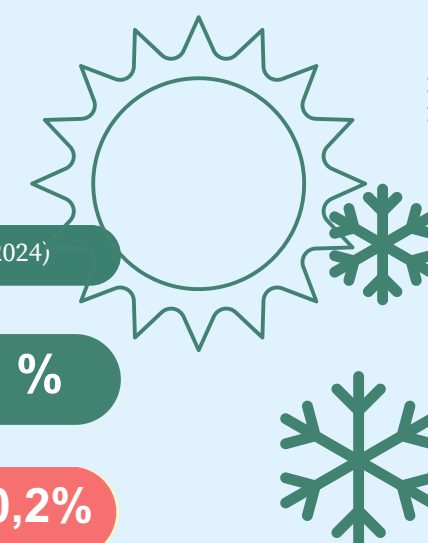
**Kanta-Häme -29,5%**

**koko Suomi 11,6%**

KESÄ 2024 (toukokuu 2024-lokakuu 2024)

**Kanta-Häme 47,3 %**

**koko Suomi -0,2%**



# Alankomaat | Matkailijat Kanta-Hämeessä: Kehitys 2019-2024 ja nykytilanne

## Hollantilaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024



Hollantilaisten matkailijoiden yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä ovat vaihdelleet huomattavasti vuosien 2019-2024 aikana. Vaikka pandemia aiheutti merkittävän laskun vuonna 2020, on matkailijoiden määrä lähtenyt palautumaan vuodesta 2021 alkaen. Vuonna 2023 nähtiin erityisen vahva kasvu talvisesongin yöpymisissä, mikä osoittaa, että hollantilaiset ovat jälleen kiinnostuneet alueen matkailutarjonnasta. Vuoden 2024 tammielokuun laskusuhdanne ei vielä anna täyttä kuvaa kokonaiskehityksestä, sillä loppuvuoden tulokset voivat vielä tasoittaa luvut. Historiallisesti hollantilaiset ovat olleet aktiivisia matkailijoita Kanta-Hämeessä, joten panostamalla houkutteleviin matkailutuotteisiin ja markkinointiin on hyvät mahdollisuudet saada heidät palaamaan alueelle myös tulevaisuudessa.

## Hollantilaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

Hollantilaisten yöpymisten muutostrendissä on havaittavissa merkittäviä vaihteluita sekä Kanta-Hämeessä että koko Suomessa. Pandemian vaikutukset näkyvät molemmissa kohteissa vuoden 2020 aikana, mutta Kanta-Häme on ollut erityisen herkkä muutoksille. Vuodesta 2021 alkaen yöpymiset ovat kasvaneet Kanta-Hämeessä jyrkästi, erityisesti talvisesonkien osalta. Kanta-Hämeen yöpymiset ovat kuitenkin olleet alttiimpia laskusuhdanteille, kun taas koko Suomessa kasvu on ollut tasaisempaa ja jatkuvampaa. Tämä viittaa siihen, että vaikka Kanta-Häme pystyy houkuttelemaan hollantilaisia matkailijoita, alueen matkailutarjonta voisi hyötyä pitkäjänteisemmästä kehityksestä ja vakaammasta vetovoimasta.

## Keskimääräinen viipymä 2023

Hollantilaisten matkailijoiden keskimääräinen viipymä Kanta-Hämeessä vuonna 2023 oli 2,5 yötä, mikä on lyhyempi kuin koko maan keskiarvo (2,7 yötä). Tämä viittaa siihen, että hollantilaiset matkailijat eivät vietä Kanta-Hämeessä yhtä pitkiä aikoja kuin muualla Suomessa, mikä saattaa johtua alueen vetovoimatekijöiden rajoittuneesta tarjonnasta heidän kiinnostuksenkohteidensa näkökulmasta. Viipymän ero koko maan keskiarvoon nähden on kuitenkin pieni, mikä osoittaa, että Kanta-Häme pystyy tarjoamaan kohtuullisen houkuttelevia vaihtoehtoja hollantilaisille vierailijoille. Näiden lukujen perusteella Kanta-Häme voisi kehittää pidempikestoista oleskelua tukevia palveluja ja elämyksiä hollantilaisille matkailijoille.

## Markkinaosuus ulkomaalaisista yöpymisistä 2023

Hollantilaisten matkailijoiden markkinaosuus ulkomaalaisten yöpymisistä Kanta-Hämeessä vuonna 2023 on 2,9 %. Vaikka osuus on suhteellisen pieni, se osoittaa, että Alankomaista tulevien matkailijoiden kiinnostus Kanta-Hämeen matkailutarjontaa kohtaan on säilynyt. Tämä osuus viittaa siihen, että Alankomaat edustaa Kanta-Hämeen matkailussa potentiaalista markkinaa, johon voidaan panostaa erityisesti kohdennetun markkinoinnin ja alueen vahvuuksia korostavien palveluiden kehittämisen kautta.

## Hollantilaisten rahan käyttö koko Suomessa 2023Q3

29,9 M€ yhteensä



Per matka 744 €

Per päivä 104 €

Hollantilaisten matkailijoiden rahankäyttö Suomessa vuoden 2023 kolmannella vuosineljänneksellä oli 29,9 miljoonaa euroa, mikä on pienempi kuin saksalaisten (126,1 M€) ja brittien (68,0 M€) rahankäyttö samana ajankohtana. Hollantilaisten kulutus per matka oli 744 euroa, mikä on hieman alhaisempi kuin sveitsiläisten (1 072 €), mutta korkeampi kuin japanilaisten matkailijoiden (604 €). Päiväkohtainen kulutus oli 104 euroa, mikä viittaa siihen, että hollantilaiset matkailijat käyttävät aktiivisesti rahaa päivittäisiin palveluihin ja aktiviteetteihin. Tämä päiväkohtainen kulutus on korkein verrattuna muihin tarkasteltuihin kohdemarkkinoihin ja osoittaa heidän arvostavan laajaa palveluvalikoimaa sekä korkeatasoisia matkailuelämyksiä.

## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

Hollantilaisten matkailijoiden yöpymisissä Kanta-Hämeessä havaitaan suurta vaihtelua eri matkailusesonkien välillä vuosina 2023 ja 2024. Talvikaudella (marraskuu-huhtikuu) yöpymisten määrä kasvoi merkittävästi vuonna 2023 (+50,9 %), mutta vuoden 2024 talvikauden aikana tapahtui jyrkkä lasku (-57,0 %). Tämä kontrasti korostaa Kanta-Hämeen haasteita houkutella hollantilaisia matkailijoita talvikaudella, kun koko Suomessa kasvu oli tasaista molempina vuosina (+15,2 % vuonna 2023 ja +10,1 % vuonna 2024).

Kesäkaudella (kesäkuu-elokuu) Kanta-Hämeen yöpymisten määrässä nähtiin merkittäviä vaihteluita: vuoden 2023 kesän yöpymiset laskivat -42,3 %, mutta vuoden 2024 kesän aikana yöpymiset nousivat voimakkaasti (+96,7 %). Vastaavana ajankohtana koko Suomessa kesäkauden kehitys oli huomattavasti maltillisempaa (+7,5 % vuonna 2023 ja +6,0 % vuonna 2024). Tämä kertoo siitä, että Kanta-Hämeessä on potentiaalia vahvistaa asemaansa kesämatkailukohteena, vaikka yöpymisten volyyymi onkin ollut vaihteleva.

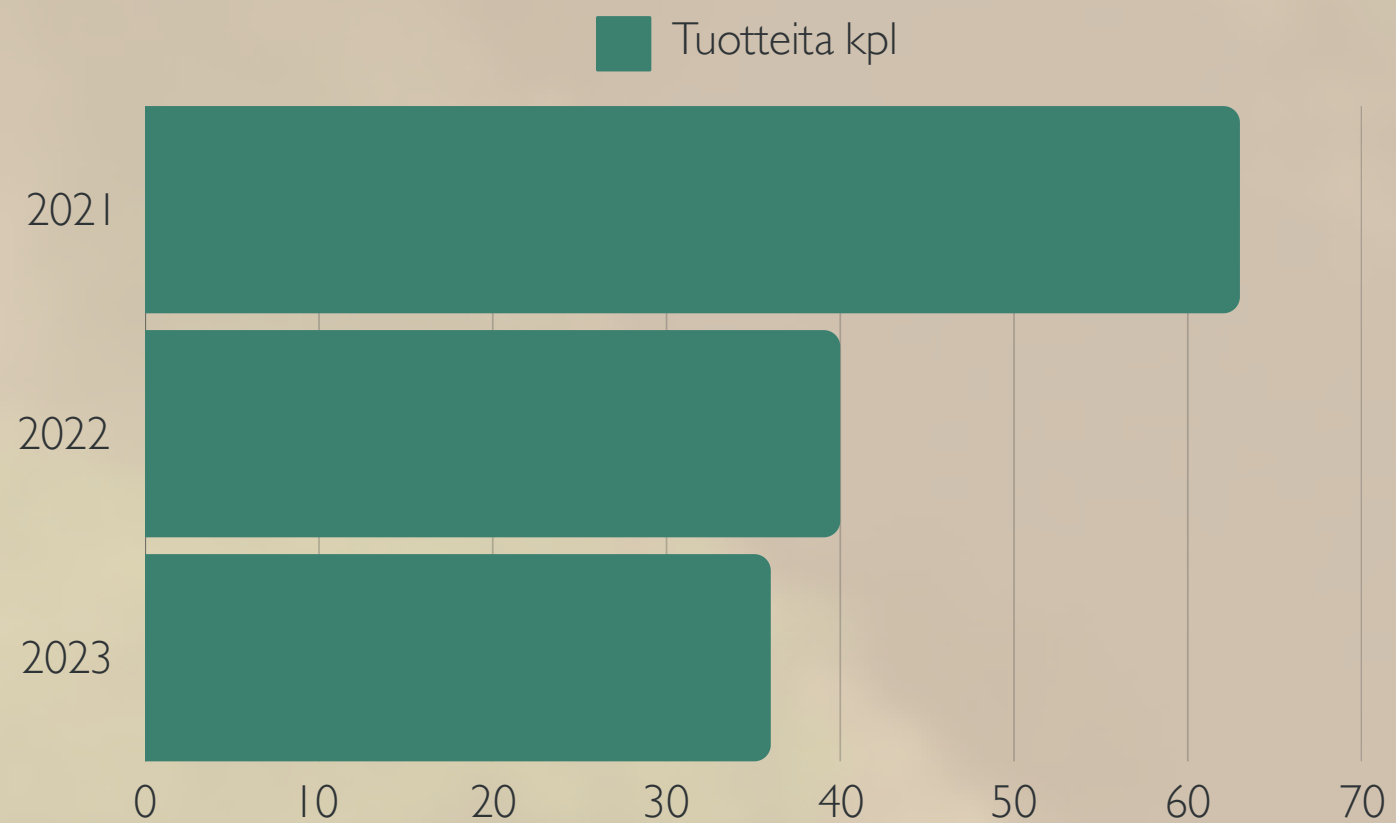
## Gini-kerroin 2023

Vuonna 2023 hollantilaisten yöpymisten Gini-kerroin Kanta-Hämeessä oli 0,36 ja koko Suomessa 0,35. Tämä tarkoittaa, että hollantilaisten yöpymiset jakautuivat Kanta-Hämeessä hieman epätasaisemmin eri kuukausille verrattuna koko Suomen keskiarvoon. Gini-kertoimen ero on kuitenkin hyvin pieni, mikä viittaa siihen, että hollantilaisten matkailijoiden yöpymismäärissä Kanta-Hämeessä ja koko Suomessa esiintyy melko samankaltaisia kausivaihteluita.

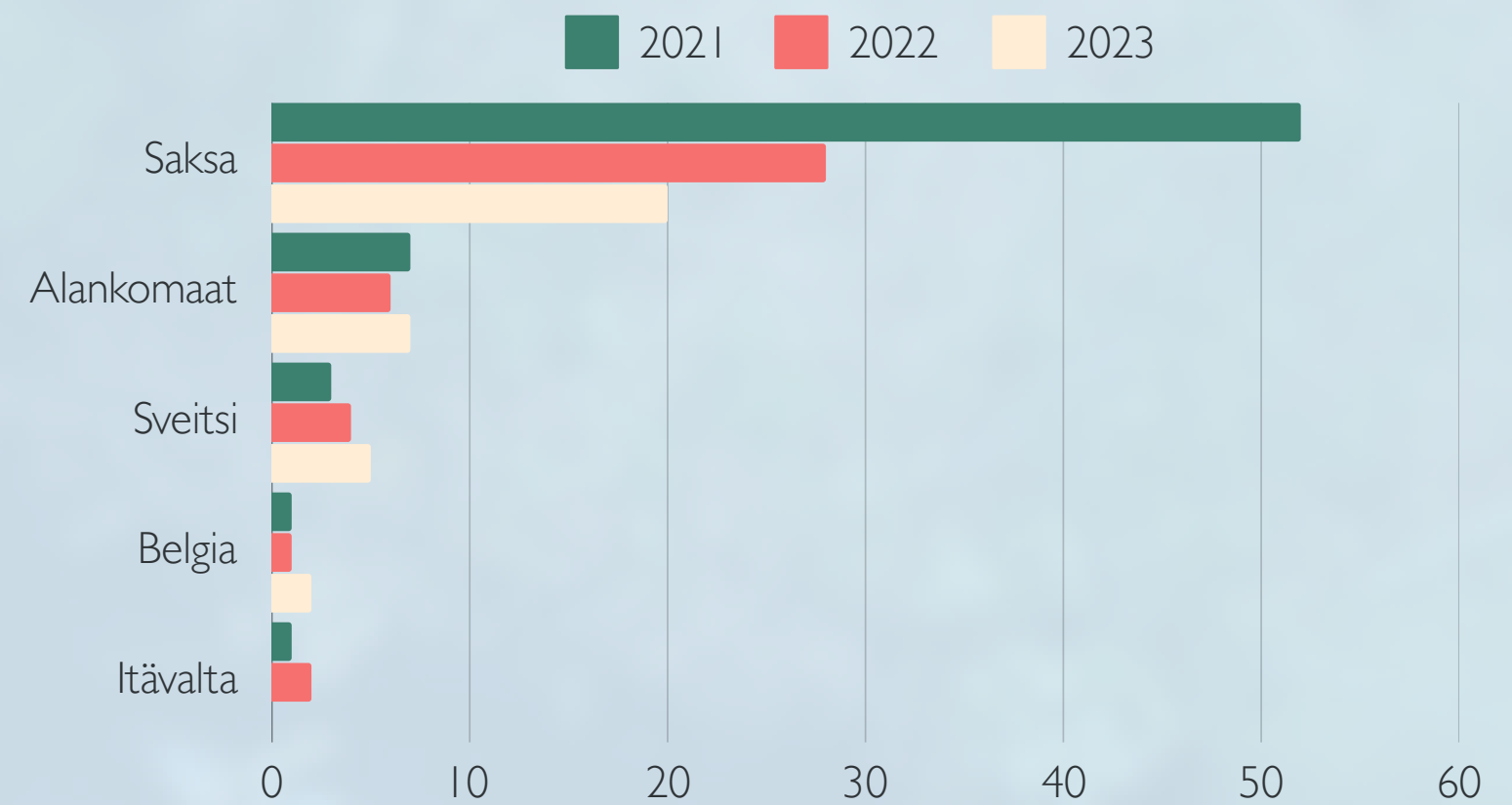
Tämä tasainen jakautuminen antaa Kanta-Hämeelle hyvät lähtökohdat kehittää ympärivuotista matkailua ja houkutella hollantilaisia matkailijoita laajemmalle ajanjaksolle, erityisesti talvikauden ja hiljaisempien kuukausien osalta. Pieni ero Gini-kertoimissa kertoo myös siitä, että Kanta-Hämeen matkailun kausittainen houkuttelevuus on kilpailukykyinen suhteessa koko maan tasoon.

# MARKETCHECK DATA DACH & BENELUX

\*tuote sisältää Hämeenlinnan yhtenä kohteena



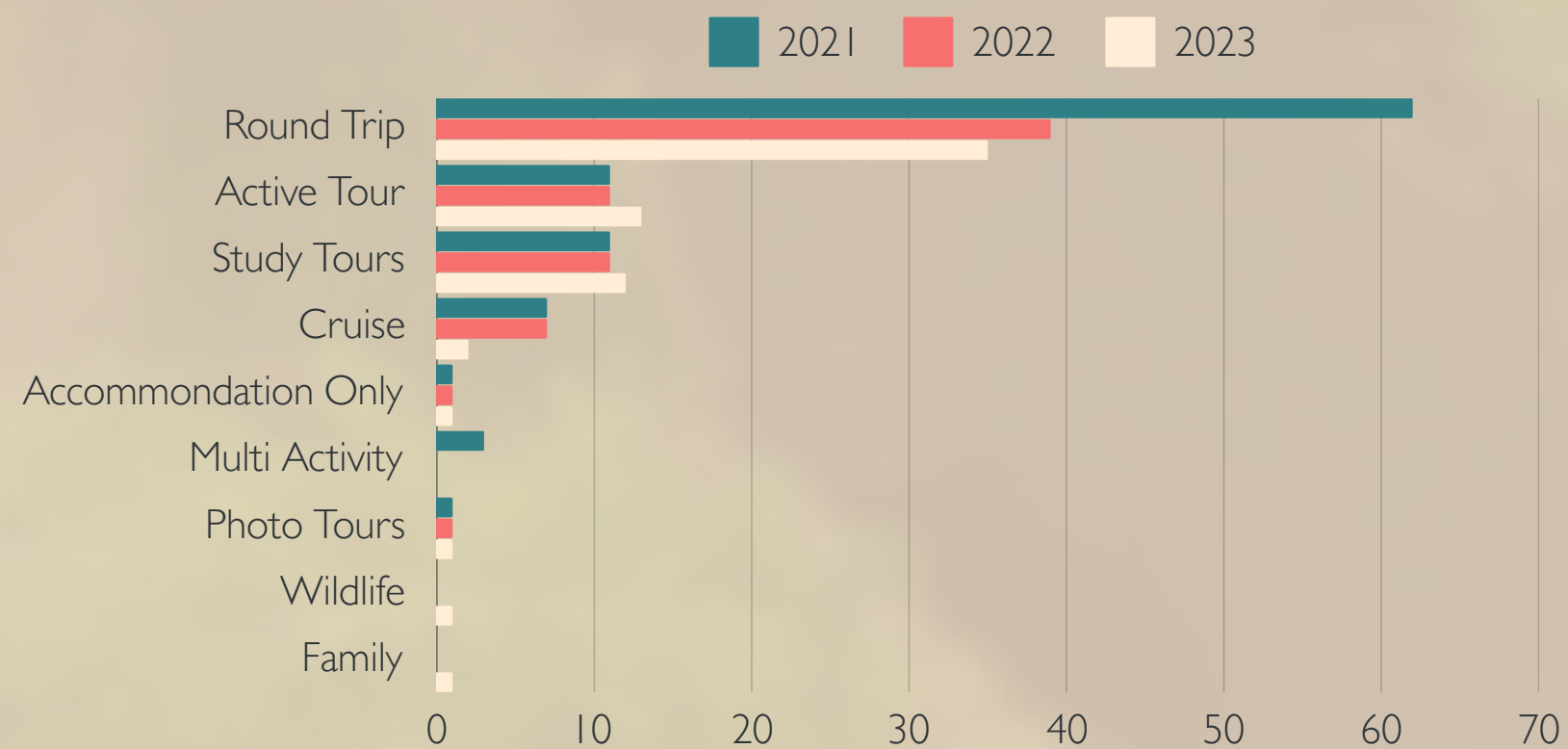
Hämeenlinna tuotteet (kpl) DACH & Benelux yhteensä\*



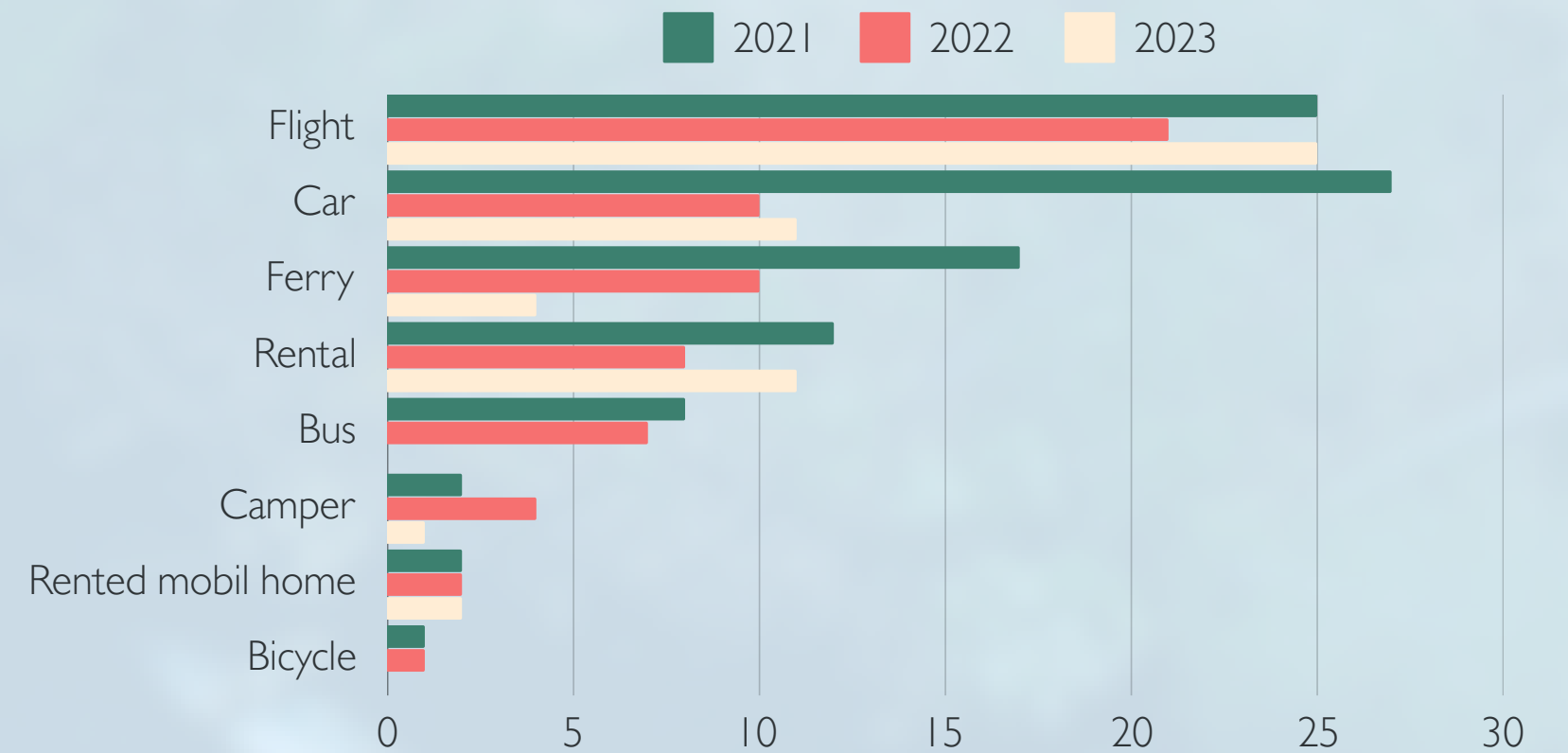
Hämeenlinna tuotteet (kpl) eri markkinoilla\*

# MARKETCHECK DATA DACH & BENELUX

\*tuote sisältää Hämeenlinnan yhtenä kohteena

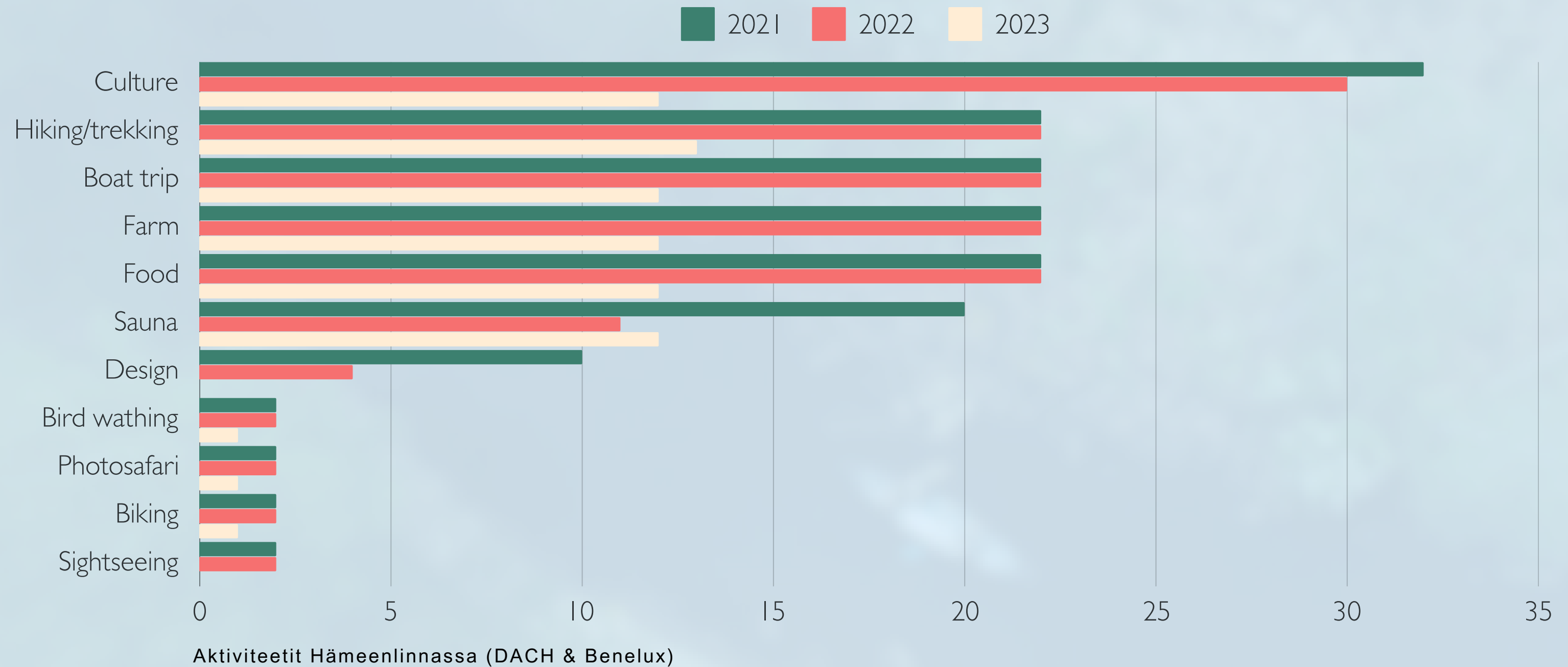


Matkustusmuoto (travel type) DACH & Benelux yhteensä



Matkustusväline (transportation) DACH & Benelux yhteensä

# MARKETCHECK DATA: DACH & BENELUX



Lähde: NordicMarketing MarketCheck-tietokanta. MarketCheck on Keski-Euroopan matkanjärjestäjien matkailutuotteiden tilastokanta, joka on NordicMarketing ylläpitämä.

# Japani

Visit  
♥ Häme

Kärkisegmentti

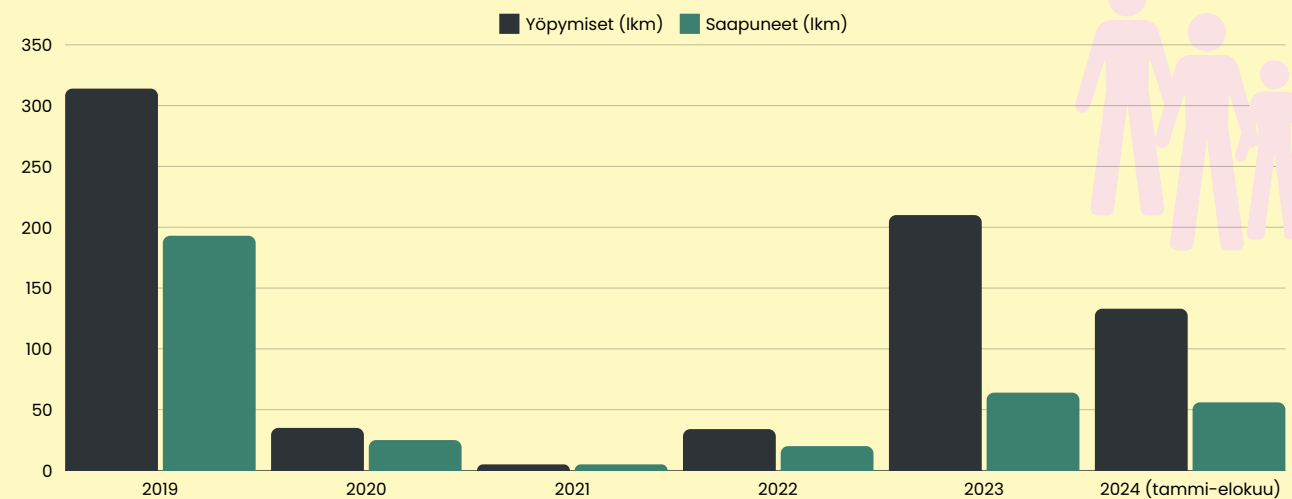


CULTURE TRAVELLER

Kärkituote

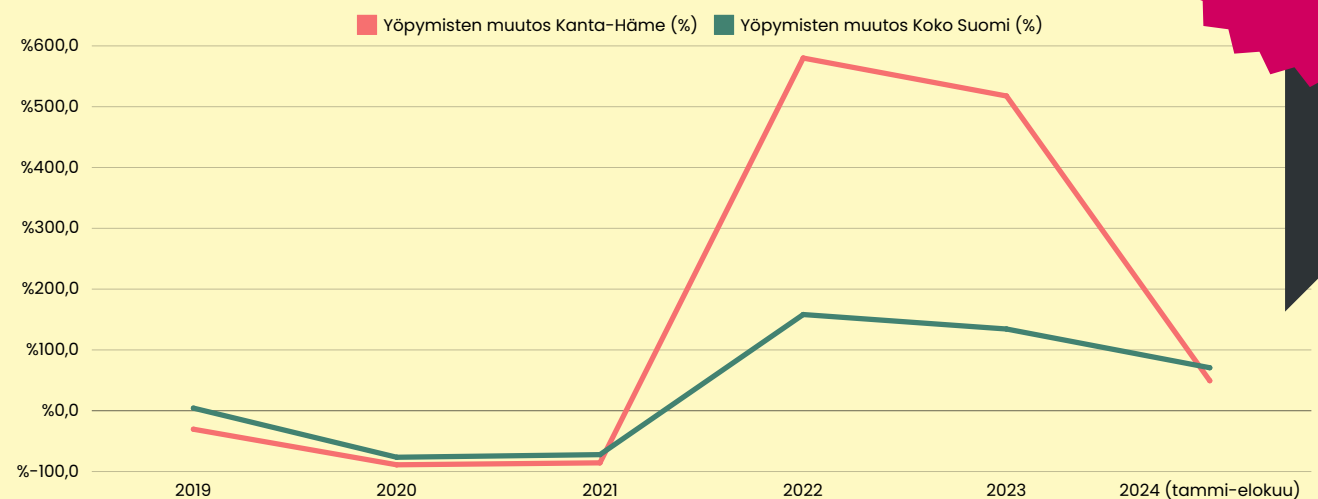


LASIPERINNE- JA KULTTUURI  
PÄIVÄMATKAT HELSINGISTÄ



Japanilaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024

Markkinaosuus  
ulkomaalaisista  
yöpymisistä 2023  
**0,9 %**



Japanilaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

**KANTA-HÄME 2023**  
Keskimääräinen viipymä

**3,3 yötä**

Gini-kerroin 2023

**0,75**

**KOKO SUOMI 2023**  
Keskimääräinen viipymä

**1,9 yötä**

Gini-kerroin 2023

**0,20**

**Japanilaisten rahan käyttö  
koko Suomessa 2023Q3**

**14,3 M€ yhteensä**

Per matka **604 €**

Per päivä **145 €**



## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

TALVI 2023 (marraskuu 2022-huhtikuu 2023)

**Kanta-Häme 6 200,0 %**

**koko Suomi 165,5 %**

KESÄ 2023 (toukokuu 2023-lokakuu 2023)

**Kanta-Häme 492,0 %**

**koko Suomi 134,4 %**

TALVI 2024 (marraskuu 2023-huhtikuu 2024)

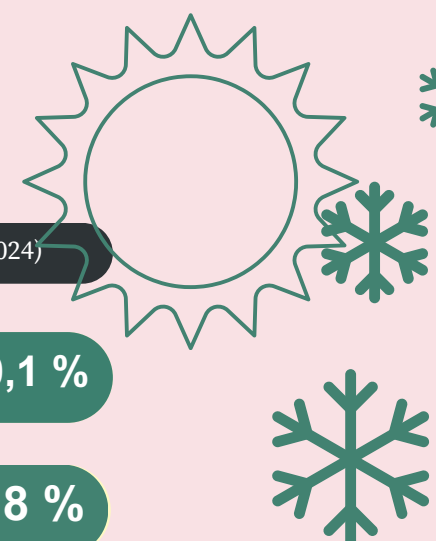
**Kanta-Häme -82,5 %**

**koko Suomi 69,2 %**

KESÄ 2024 (toukokuu 2024-lokakuu 2024)

**Kanta-Häme 60,1 %**

**koko Suomi 64,8 %**





## Japanilaisten yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024

Japanilaisten matkailijoiden matkailutrendeissä näkyy Kanta-Hämeessä selkeitä vaihteluita ja erittäin suuria muutoksia erityisesti pandemian jälkeisinä vuosina. Vuonna 2020 nähtiin huomattava pudotus yöpymisissä pandemian vaikutusten vuoksi, mutta vuodesta 2021 lähtien yöpymisten määrät ovat elpyneet poikkeuksellisen jyrkästi. Vuoden 2022 aikana yöpymiset kasvoivat Kanta-Hämeessä peräti 580 % edelliseen vuoteen verrattuna, kun koko maan yöpymisten kasvu oli 158 %. Tämä osoittaa Kanta-Hämeen potentiaalin houkutellessa japanilaisia matkailijoita ja saavuttaa nopeaa kasvua.

## Japanilaisten yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

Kokonaisuutena tarkasteltuna vuosien 2022 ja 2023 aikana yöpymisten kasvu on jatkunut vahvana sekä Kanta-Hämeessä että koko Suomessa, mikä kertoo matkailun elpymisestä ja kiinnostuksen palautumisesta Suomea kohtaan. Vuoden 2024 alkupuolen tiedot osoittavat, että yöpymisten kasvu on edelleen tasaista, mutta Kanta-Hämeen osalta kasvu näyttää jo hieman tasaantuvan. Tämä voi viitata siihen, että matkailu on saavuttanut uuden normaalitason, ja jatkossa tarvitaan uusia vetovoimatekijöitä houkuttelemaan matkailijoita entistä pidemmiksi ajoiksi alueelle.

## Keskimääräinen viipymä 2023

Japanilaisten matkailijoiden keskimääräinen viipymä vuonna 2023 Kanta-Hämeessä (3,3 yötä) on huomattavasti pidempi kuin koko maassa (1,9 yötä). Tämä ero viittaa siihen, että Kanta-Häme onnistuu houkuttelemaan japanilaisia matkailijoita viettämään pidempiä vierailuja verrattuna muihin kohteisiin Suomessa. Verrattuna esimerkiksi saksalaisiin, sveitsiläisiin ja hollantilaisiin matkailijoihin, joiden keskimääräinen viipymä Kanta-Hämeessä on tyypillisesti noin 2,5 yötä, japanilaisten viipymät ovat merkittävästi pidempiä. Tämä antaa Kanta-Hämeelle kilpailuedun ja hyvän pohjan matkailun kehittämiseksi, sillä pidentämällä vierailuja entisestään voidaan lisätä matkailutuloloja ja parantaa ympärivuotista matkailua alueella.

## Markkinaosuus ulkomaalaisista yöpymisistä 2023

Japanilaisten matkailijoiden markkinaosuus Kanta-Hämeen ulkomaalaisista yöpymisistä vuonna 2023 oli 0,9 %. Tämä osuus on toistaiseksi pieni, mutta se tarjoaa kasvumahdollisuuksia tulevaisuudessa. Markkinaosuuden kehittämiseksi tarvitaan kohdennettua markkinointia ja tuotteistamista, jotka vastaavat japanilaisten matkailijoiden erityistarpeisiin, kuten luonnon ja kulttuurin kokemiseen.

## Japanilaisten rahan käyttö koko Suomessa 2023Q3

14,3 M€ yhteensä

Per matka

604 €

Per päivä

145 €



Japanilaisten matkailijoiden rahankäyttö Suomessa vuoden 2023 kolmannella vuosineljänneksellä oli 14,3 miljoonaa euroa, mikä on huomattavasti pienempi kuin esimerkiksi brittien (68,0 M€) ja saksalaisten (126,1 M€) kulutus vastaavana aikana. Tämä kuvastaa Japanin markkinan nykyistä pienempää kokoa ja potentiaalia. Japanilaisten kulutus per matka oli 604 euroa, mikä on alin tarkastelluista kohdemarkkinoista, mutta heidän päiväkohtainen kulutuksensa oli kuitenkin 145 euroa, korkein verrattuna muihin markkinoihin. Tämä viittaa siihen, että vaikka japanilaiset matkailijat tekevät lyhyempiä vierailuja, he käyttävät intensiivisemmin rahaa päivittäisiin palveluihin ja elämyksiin, mikä tekee heistä kiinnostavan kohderyhmän etenkin korkealaatuisten ja yksilöllisten palveluiden kehittämisessä.

## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

Japanilaisten matkailijoiden yöpymisten muutosprosentit Kanta-Hämeessä ja koko Suomessa vuosina 2023 ja 2024 kertovat voimakkaasta vaihtelusta, mikä osoittaa matkailukysynnän suurta herkkyyttä sesonkien välillä. Talvikaudella (marraskuu-huhtikuu) vuonna 2023 Kanta-Hämeen yöpymisten määrä kasvoi poikkeuksellisen paljon, jopa +6 200,0 %, mikä johtuu todennäköisesti pandemian jälkeisestä matkailun uudelleenkäynnistymisestä. Koko Suomessa talvikauden kasvu oli maltillisempi, +165,5 %, mikä korostaa Kanta-Hämeen matkailun potentiaalia nopeassa elpymisessä. Kesäkaudella (kesäkuu-elokuu) 2023 Kanta-Hämeen yöpymiset nousivat myös merkittävästi (+1 550,0 %), kun koko Suomen kesäkauden kasvu oli +126,9 %. Tämä osoittaa, että alueella oli suurta kysyntää japanilaisten matkailijoiden keskuudessa vuoden 2023 kesäkaudella.

Vuonna 2024 kehitys oli vaihtelevampaa. Talvikauden yöpymiset laskivat Kanta-Hämeessä voimakkaasti (-82,5 %), mikä viittaa mahdollisesti kysynnän tasaantumiseen tai matkustuskäyttäytymisen muutoksiin. Koko Suomessa kasvu jatkui kuitenkin positiivisena (+69,2 %), mikä osoittaa, että Kanta-Hämeen matkailutarjonnassa voi olla puutteita, jotka eivät riitä houkuttelemaan japanilaisia matkailijoita talvikaudella. Kesäkaudella 2024 Kanta-Hämeessä nähtiin jälleen voimakas yöpymisten kasvu (+266,7 %), mikä oli huomattavasti suurempi kuin koko Suomen kesäkauden kasvu (+85,0 %). Tämä viittaa siihen, että Kanta-Hämeellä on erityistä potentiaalia houkutella japanilaisia matkailijoita kesäisin, mutta talvikauden vetovoimaa tulisi kehittää tasapainoisemman sesonkivaihtelun saavuttamiseksi.

## Gini-kerroin 2023

Gini-kerroin Kanta-Hämeessä oli vuonna 2023 tasolla 0,75, mikä on huomattavasti korkeampi kuin koko maan taso (0,20). Tämä kertoo japanilaisten yöpymisten jakautumisesta epätasaisesti eri kuukausille, mikä tuo haasteita ympärivuotisen matkailun kehittämiseen. Toisaalta tämä epätasaisuus tarjoaa mahdollisuuden kohdentaa markkinointia ja matkailutuotteita niille kuukausille, jolloin matkailijavirtoja voidaan lisätä.

# ISO- BRITANNIA

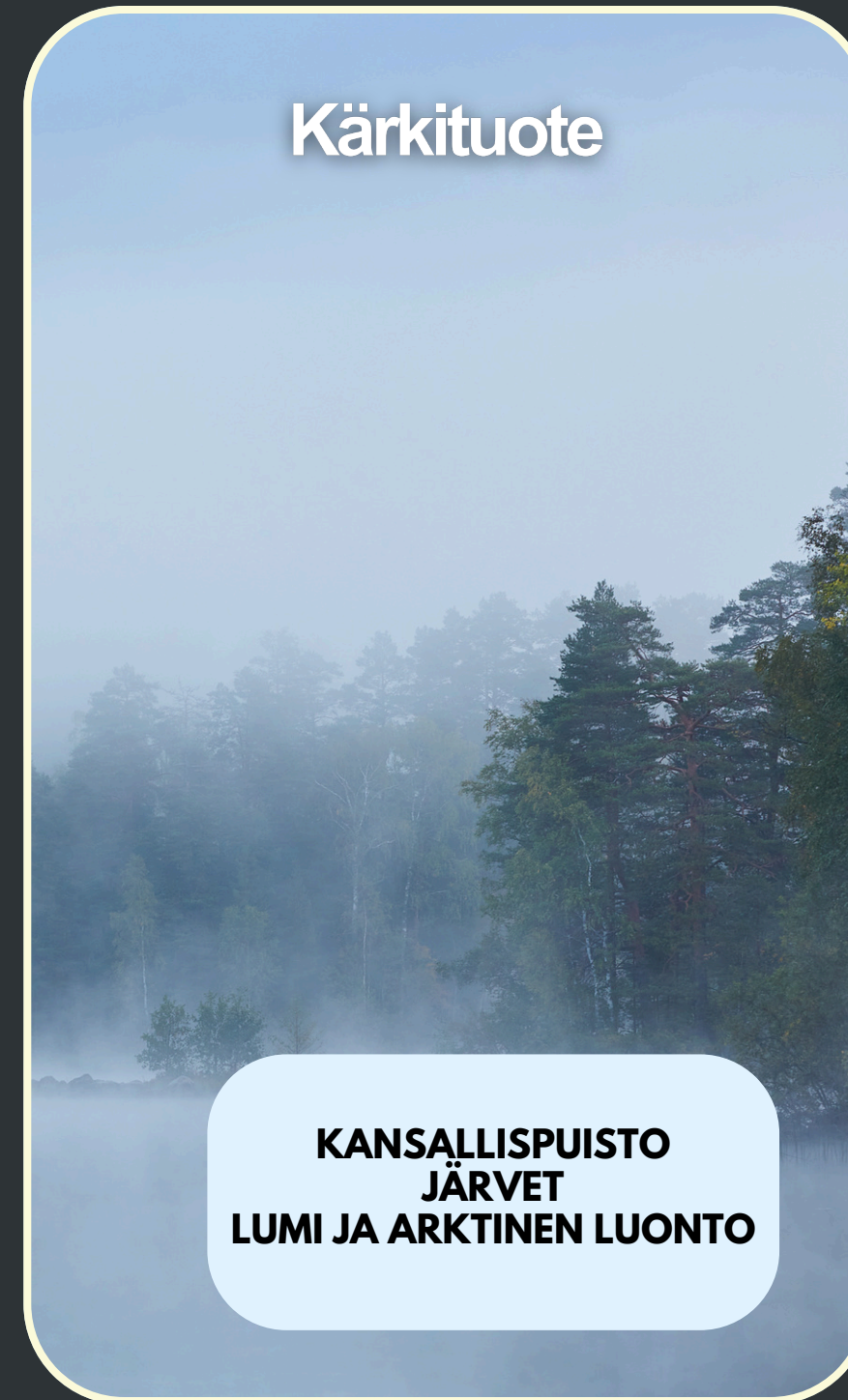
Visit  
♥ Häme

Kärkisegmentti

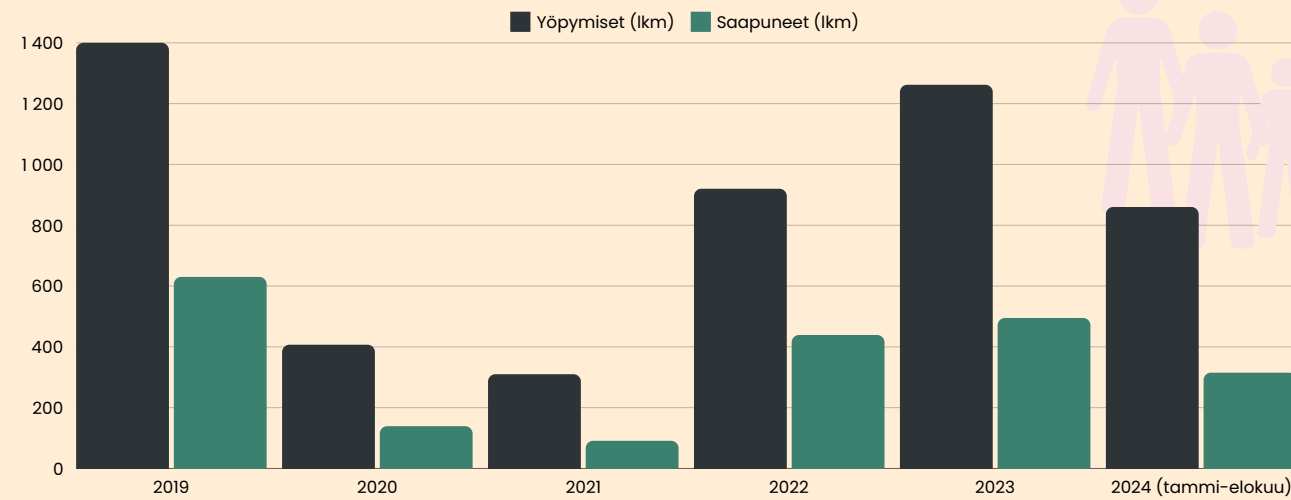


NATURE LOVER

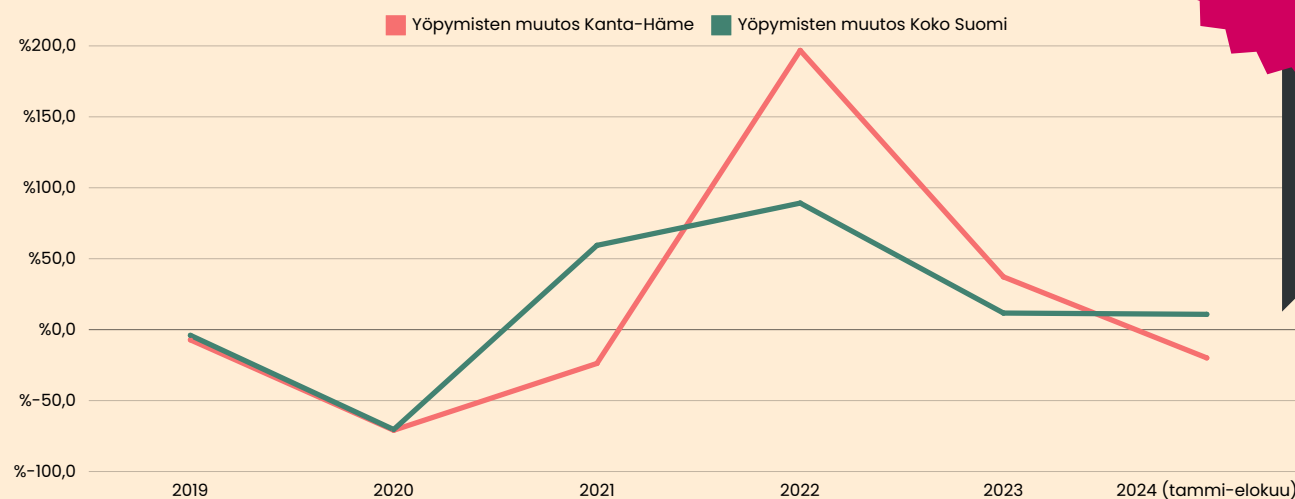
Kärkituote



KANSALLISPUISTO  
JÄRVET  
LUMI JA ARKTINEN LUONTO



Brittien yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024



Brittien yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

Markkinaosuus  
ulkomaalaisista  
yöpymisistä 2023

5,4 %

## KANTA-HÄME 2023

Keskimääräinen viipymä

2,5 yötä

Gini-kerroin 2023

0,52

## KOKO SUOMI 2023

Keskimääräinen viipymä

2,7 yötä

Gini-kerroin 2023

0,47

## Brittien rahan käyttö koko Suomessa 2023Q3

68,0 M€ yhteensä

Per matka 615 €

Per päivä 77 €



## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

TALVI 2023 (marraskuu 2022-huhtikuu 2023)

Kanta-Häme -23,7 %

koko Suomi 24,9 %

KESÄ 2023 (toukokuu 2023-lokakuu 2023)

Kanta-Häme 58,8 %

koko Suomi 4,4 %

TALVI 2024 (marraskuu 2023-huhtikuu 2024)

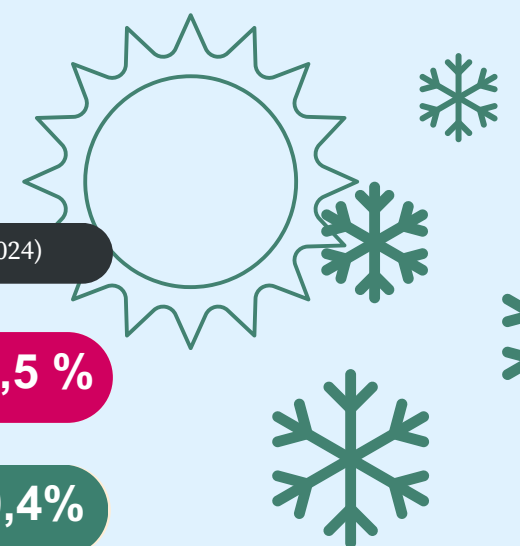
Kanta-Häme 82,0 %

koko Suomi 6,8 %

KESÄ 2024 (toukokuu 2024-lokakuu 2024)

Kanta-Häme -38,5 %

koko Suomi 10,4%



## Brittien yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä 2019-2024



Brittiläisten matkailijoiden yöpymiset ja saapumiset Kanta-Hämeessä ovat olleet vaihtelevia vuosien 2019-2024 aikana. Pandemia-aikana vuonna 2020 yöpymiset laskivat merkittävästi, mutta elpymistä nähtiin selkeästi vuodesta 2021 alkaen. Erityisesti vuosi 2022 osoitti vahvaa kasvua, jolloin yöpymiset nousivat lähes kolminkertaisiksi edelliseen vuoteen verrattuna. Vuonna 2023 kasvua kuitenkin hillitsi matkailijoiden määrän lasku, mutta vuoden 2024 tammi-elokuun lukujen perusteella yöpymisten ja saapumisten trendi näyttää tasaantuvan. Britit ovat Kanta-Hämeessä potentiaalinen kohderyhmä, ja heidän matkailunsa on palautumassa tasaisesti pandemiavuosien jälkeen.

## Brittien yöpymisten muutostrendi Kanta-Häme vs koko Suomi 2019-2024

Brittien yöpymisten muutostrendi Kanta-Hämeessä ja koko Suomessa on vaihdellut merkittävästi vuosina 2019-2024. Pandemia aiheutti huomattavan pudotuksen yöpymisten määrässä sekä Kanta-Hämeessä että koko Suomessa vuonna 2020. Elpyminen alkoi kuitenkin nopeasti vuonna 2021 ja jatkui vahvana vuonna 2022. Kanta-Hämeessä yöpymisten muutosprosentit ovat olleet jopa suurempia kuin koko Suomessa, mikä kertoo alueen potentiaalista houkutellessa brittiläisiä matkailijoita. Vuoden 2024 tammi-elokuun luvut viittaavat kuitenkin tasaantumiseen, mikä voi osoittaa, että matkailu on saavuttamassa uuden tasapainotilan pandemiasta toipumisen jälkeen.

## Keskimääräinen viipymä 2023

Vuonna 2023 brittien keskimääräinen viipymä Kanta-Hämeessä oli 2,5 yötä, kun taas koko Suomessa viipymä oli 2,7 yötä. Tämä osoittaa, että brittien vierailut Kanta-Hämeessä ovat hieman lyhyempiä verrattuna koko maahan, mikä saattaa viitata siihen, että alueella on vielä tilaa kehittää palveluja, jotka houkuttelevat matkailijoita pidempiin vierailuihin. Keskimääräisten viipymien välinen ero on kuitenkin melko pieni, mikä viittaa siihen, että Kanta-Hämeellä on potentiaalia kilpailla tasavertaisesti brittiläisistä matkailijoista muiden alueiden kanssa Suomessa.

## Markkinaosuus ulkomaalaisista yöpymisistä 2023

Vuonna 2023 brittien markkinaosuus ulkomaalaisten yöpymisistä Kanta-Hämeessä oli 5,4 %. Tämä osoittaa, että britit edustavat yhä merkittävää osaa Kanta-Hämeen kansainvälisistä matkailijoista. Vaikka osuus ei ole yhtä suuri kuin saksalaisten, se viittaa siihen, että alueella on potentiaalia kehittää edelleen brittien houkuttelevuutta kohdennetuilla toimenpiteillä ja markkinoinnilla.

## Brittien rahan käyttö koko Suomessa 2023Q3

68,0 M€ yhteensä



Per matka

615 €

Per päivä

77 €

Brittien matkailijoiden rahankäyttö Suomessa vuoden 2023 kolmannella vuosineljänneksellä oli 68,0 miljoonaa euroa, mikä asettaa heidät toiseksi suurimmaksi kuluttajaryhmäksi tarkastelluista kohdemarkkinoista saksalaisten jälkeen. Tämä osoittaa, että Britannia on merkittävä kohdemarkkina Suomelle, ja heidän kulutuksensa per matka oli 615 euroa, mikä on alhaisempi kuin esimerkiksi sveitsiläisten (1 072 €) tai saksalaisten (753 €). Päiväkohtainen kulutus oli 77 euroa, mikä sijoittuu keskitasolle muiden markkinoiden välillä. Tämä viittaa siihen, että britit panostavat erityisesti pidempään viipymiseen ja yleisesti kohtuullisiin kuluihin per päivä, mikä tekee heistä tärkeän kohderyhmän erityisesti monipäiväisille lomapaketeille ja kokonaisvaltaisille palveluratkaisuille.

## Matkailusesonkien muutosprosentit yöpymisistä 2023 ja 2024

Vuoden 2023 ja 2024 matkailusesonkien muutosprosentit Kanta-Hämeessä ja koko Suomessa osoittavat merkittäviä eroja eri kausien välillä. Talvikaudella (11-04) 2023 Kanta-Hämeen yöpymisten määrä laski -23,7 %, kun taas koko maassa nähtiin selvä kasvu (+24,9 %). Vuonna 2024 tilanne kuitenkin kääntyi: Kanta-Hämeessä yöpymisten määrä kasvoi merkittävästi (+82,0 %), mikä osoittaa positiivista kehitystä.

Kesäkaudella (06-08) 2023 Kanta-Hämeessä yöpymiset kasvoivat vahvasti (+24,9 %), kun koko maassa kasvu oli maltillista (+5,1 %). Vuonna 2024 Kanta-Hämeessä yöpymisten määrä väheni (-14,7 %), kun koko maassa nähtiin edelleen kasvua (+10,8 %). Tämä kehitys osoittaa Kanta-Hämeen vahvan aseman kesämatkailukohteena, mutta myös haasteita kesäkauden vetovoiman ylläpitämisessä pidemmällä aikavälillä.

## Gini-kerroin 2023

Britannian matkailua kuvaava Gini-kerroin osoittaa, että yöpymisten jakautuminen eri kuukausille on hieman tasaisempaa koko Suomessa (0,47) verrattuna Kanta-Hämeeseen (0,52). Tämä tarkoittaa, että Kanta-Hämeessä yöpymiset keskittyvät enemmän tiettyihin sesonkeihin, kun taas koko maassa yöpymiset jakautuvat hieman tasaisemmin koko vuoden ajalle. Tämä ero voi viitata siihen, että Kanta-Hämeen matkailun houkuttelevuus Britannian markkinoilla on enemmän sidoksissa tiettyihin kausiluontoisiin vetovoimatekijöihin, kuten kesä- tai talvikauden aktiviteetteihin. Tasapainoisempi jakautuminen edistäisi ympärivuotista matkailua ja vähentäisi sesonkivaihtelujen vaikutusta.



Visit  
♥ Häme

THANK  
YOU

3.10.2025