

VisitKarelia

Itäisen Suomen
matkailun mahdollisuudet

Rakentajaseminaari 13.8.2025
Terhi Millar, VisitKarelia

Itäisen Suomen matkailun mahdollisuudet

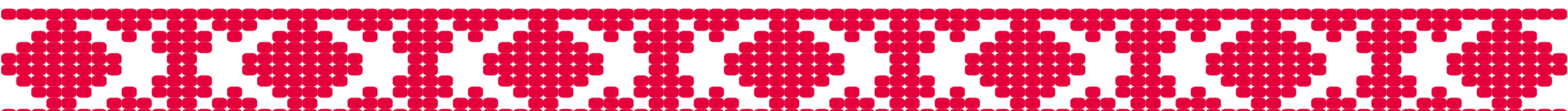
- Matkailualasta yleisesti
- Matkailunedistämisen rakenne Suomessa
- Itäisen Suomen matkailu ja ITSE2
- VisitKarelian esittely & Pohjois-Karjalan matkailu lukuina
- Pohjois-Karjalan ja itäisen Suomen matkailun mahdollisuudet, haasteet ja potentiaali
- Aikaa kysymyksille

Matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle

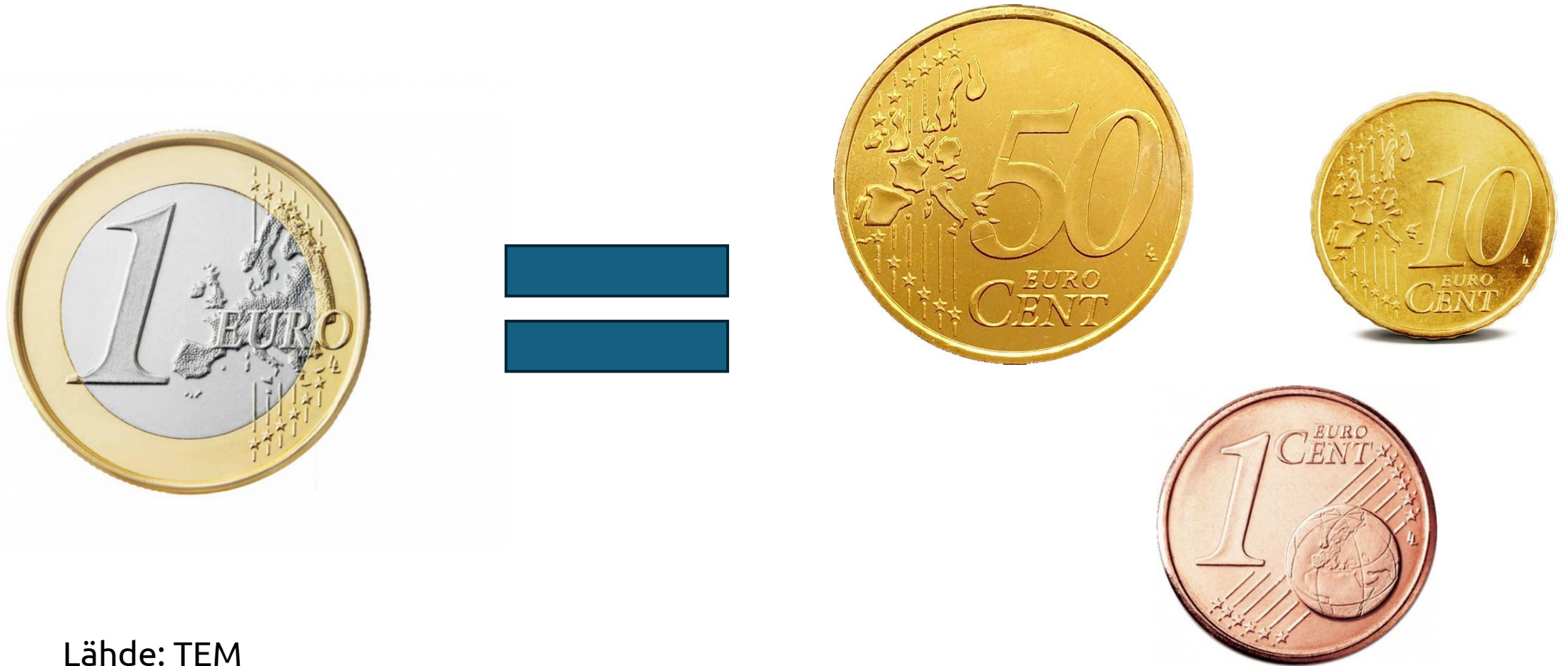
Matkailuvienti: 14%

**Matkailun osuus
BKT:sta: 2,4%
(2024) vs 2.8%
(2019)**

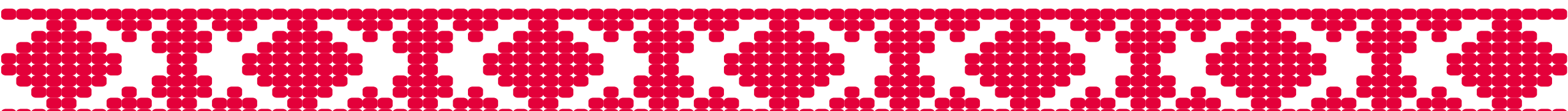
Lähde: Visit Finland & TEM



Matkailu tulee nähdä vientialana



Lähde: TEM



Matkailu työllistävä vaikutus



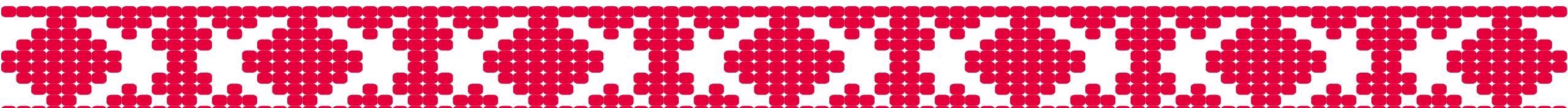
Matkailun työllistävä
vaikutus:

5,3%

Suomen työvoimasta

Kuva: moottorikelkkasafari Bomballa (PKO)

Lähde: Tilastokeskus & Visit Finland



Leikkaukset iskevät matkailuun

UUTINEN 15.10.2024

VISIT FINLANDIN TOIMINTA SUPISTUU MERKITTÄVÄSTI



Kuva: André Alexander

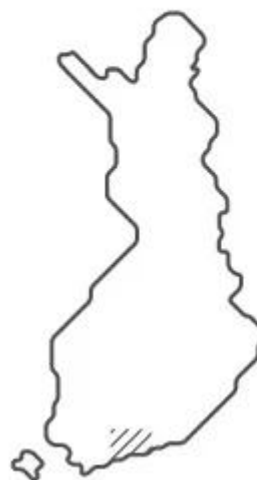
Business Finland on saanut päätökseen Visit Finlandia koskeneet muutosneuvottelut, joiden seurauksena päätetään 11 työsuhdetta. Budjettileikkauksen myötä Visit Finlandin toiminta tulee supistumaan merkittävästi.

Visit Finlandin toiminta painottuu jatkossa kansainvälisen myynnin edistämisen tukemiseen sekä Suomen markkinointiin matkailukohteena. Lisäksi ylläpidetään mahdollisuuksien mukaan kestävän matkailun edistämistä sekä matkailun vaikuttavuuden mittaamista. Viime vuosina vahvasti kehitettyjä palveluita, kuten Datahubia, STF-ohjelmaa sekä Matkailijamittari-tutkimusta tullaan jatkamaan, mutta matkailuelinkeinon tarjoaman ja laadun kehittäminen jää pääosiltaan elinkeinon tehtäväksi. Muutoksen myötä Visit Finlandin toiminnot keskitetään kolmeen tiimiin: ulkomaan toiminnot, yhteistyö suomalaisen matkailuelinkeinon kanssa sekä markkinointi & PR.

Matkailun edistäminen Suomessa: rakenne



Helsinki



Lappi



Järvi-Suomi



Rannikko- ja saaristoalueet



TEM vastaa matkailupolitiikan painotuksista ja kehittää matkailualaa yhdessä muiden ministeriöiden ja alan toimijoiden kanssa. Ministeriö vastaa myös matkailun tukitoimien koordinoimisesta sekä osallistuu matkailua koskevan lainsäädännön valmisteluun ja valtioiden välisten matkailusuhteiden hoitamiseen.

(lähteet: TEM & Visit Finland)

Itäisen Suomen matkailun piirteitä



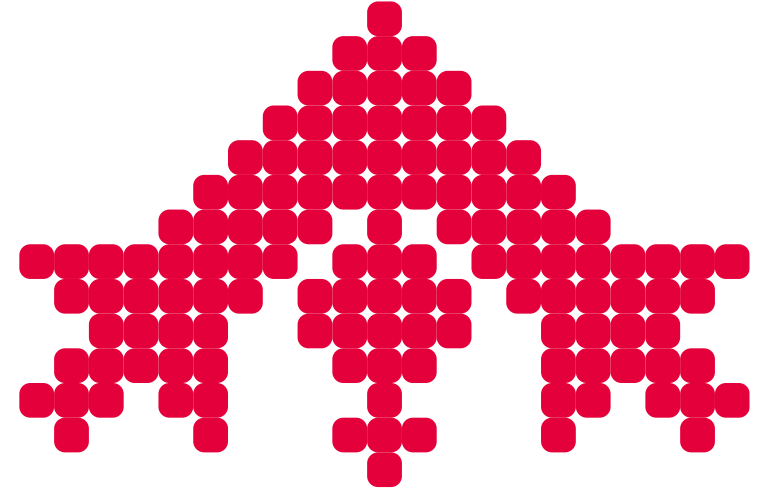
- Riippuvaisuus venäläisistä matkailijoista
- Muiden kv-markkinoiden osuus vähäistä
- Korkea kotimaanmatkailun osuus kaikista matkailijoista (maan keskiarvo 65% vs itäinen Suomi 86-93%)
- Kriisit haastavan tilanteen taustalla
 - Covid-pandemia
 - Ukrainan sota
 - Kustannusten nousu
 - Työvoimapula

Lähde: Visit Finland



Itäisen Suomen kasvuohjelma ITSE2

- TEMin 3 M € rahoitus, jota Visit Finland koordinoi. Toteuttaa Valtioneuvoston Itäisen Suomen ohjelmaa.
- Tavoite: kansainvälisen matkailun kasvu itäisessä Suomessa
- Hankeaika: 1.3.2025-28.2.2028
- Kohderyhmä: kv-kasvua tavoittelevat DMO:t ja Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit täyttävät kv-kasvuhakuiset yritykset
 - 6 maakuntaa ja 8 DMO:ta
- Työpaketit: markkinointi, myynninedistäminen ja saavutettavuus, kestävä matkailu & tiedolla johtaminen



Matkailu

Visit Finland haluaa keski-eurooppalaiset takaisin Itä-Suomeen – ministeriö myönsi kolme miljoona euroa houkutteluun

Kolmen miljoonan euron hanke toteutetaan Kainuun, Pohjois-Savon, Etelä-Savon, Pohjois-Karjalan, Etelä-Karjalan ja Kymenlaakson alueilla.



Lieksassa sijaitseva Koli on yksi Itä-Suomen tunnetuimmista matkailukohteista. Kuva: Siru Paivinen / Yle

Hauska tavata!

VisitKarelia, Pohjois-Karjalan matkailumarkkinointiorganisaatio (DMO), vastaa maakunnan matkailumarkkinoinnista.

Business Joensuu Oy VisitKarelia DMO -strategia 2024–2026

Visit Karelian vastuut ja tehtävät

- Matkailualueen tunnettuuden lisääminen
- Matkailijoiden houkutteleminen alueelle
- Matkailutulojen kasvattaminen markkinoinnin, mainonnan ja viestinnän keinoin, erityisesti yhteistyössä eri toimijoiden kanssa.

Toimenpiteet

- Kotimainen, kansainvälinen ja digitaalinen näkyvyys
- Yhteistyö ja yhteismarkkinointi
- Viestintä ja sidosryhmätyö
- Strategiatyö ja tiedolla johtaminen



Terhi Millar
Kehityspäällikkö

terhi.millar@businessjoensuu.fi
+358 50 343 2095



Reetta Ostela
Yritysasiantuntija

reetta.ostela@businessjoensuu.fi
+358 50 440 9144



Marianne Markkanen
Markkinoinnin asiantuntija

marianne.markkanen@businessjoensuu.fi
+358 50 346 0568

Key figures of North Karelia



532,000

overnights in 2024

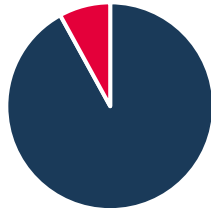


**Our key
source markets**

DACH, Benelux
UK, France, Spain and Italy

2,7 nights

Average stay of
International Client (2021)



Source markets

92 % domestic
8 % international

Winter months Nov-Mar have
the highest international pax
share (by overnights in 2024):

10%



7000

total bed capacity

TOP 10

International Markets

Germany, Austria, Switzerland, The
Netherlands, Belgium, Sweden,
France, UK, Italy

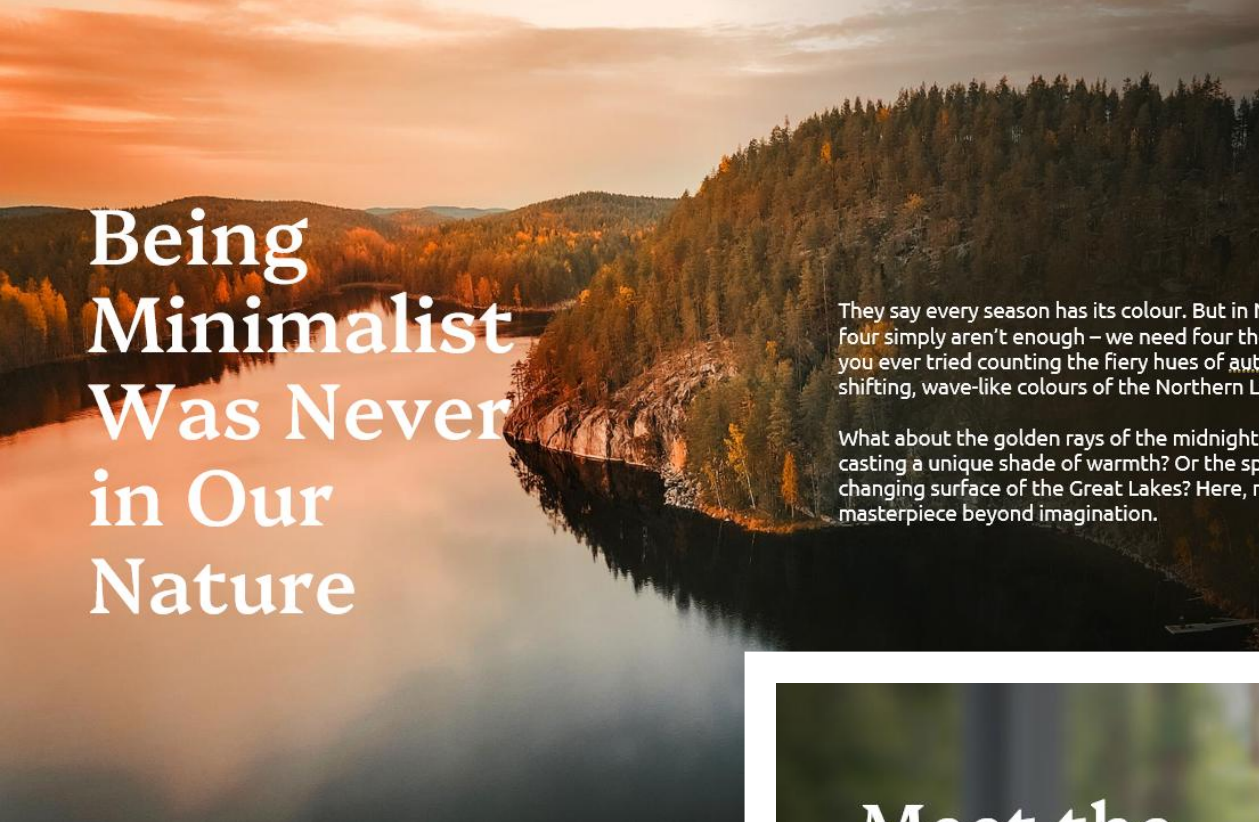
109 €

**Average room rate per
room per night in 2024**

(vs Lapland 160 € per room per night)

Objective:

1M overnights
by 2030



Being Minimalist Was Never in Our Nature

They say every season has its colour. But in North Karelia, four simply aren't enough – we need four times as many as you ever tried counting the fiery hues of autumn, the shifting, wave-like colours of the Northern Lights.

What about the golden rays of the midnight sun casting a unique shade of warmth? Or the sparkling, changing surface of the Great Lakes? Here, nature is a masterpiece beyond imagination.



Nothing Quite Like a Karelian Kind

In North Karelia, it's the kind people who leave the biggest impression. Warm, welcoming, and wonderfully original, Karelians have a spirit all their own. We'll greet you with kindness, share stories as rich as our landscapes, and invite you to experience traditions that have stood the test of time. Come meet the people of North Karelia – because there's truly nothing quite like a Karelian kind!



This is Where The Story Begins

North Karelia is the birthplace of the Finnish story of our nation.

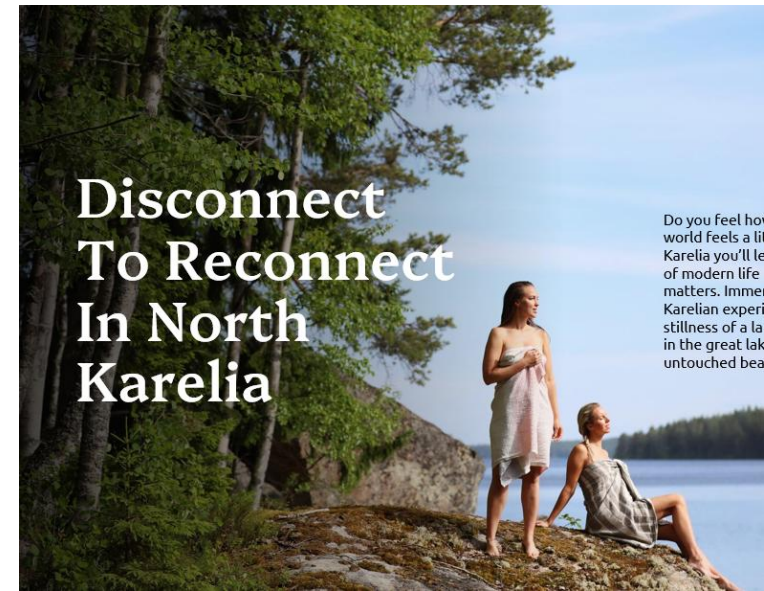
You can hear these frontiers and resonances within the steadfast kantele. They thum through the voices of the ancient storytellers.

Here, every moment is a story. Come and discover it.



Meet the Friendliest People Of The World's Happiest Country

In North Karelia, hospitality is not just a gesture, but a way of life. Whether you're exploring Karelian heritage or authentic culture with locals, or tasting generations-old recipes, you'll feel the warmth of Karelian hospitality. Here every welcome is heartfelt – and every table filled with tradition. Food is at the heart of Karelian culture, from the iconic karjalanpiirakka (Karelian pastries) to tasty stews. Sharing a meal here isn't just about eating – it's about connecting, celebrating, and savoring the flavors of the region.



Disconnect To Reconnect In North Karelia

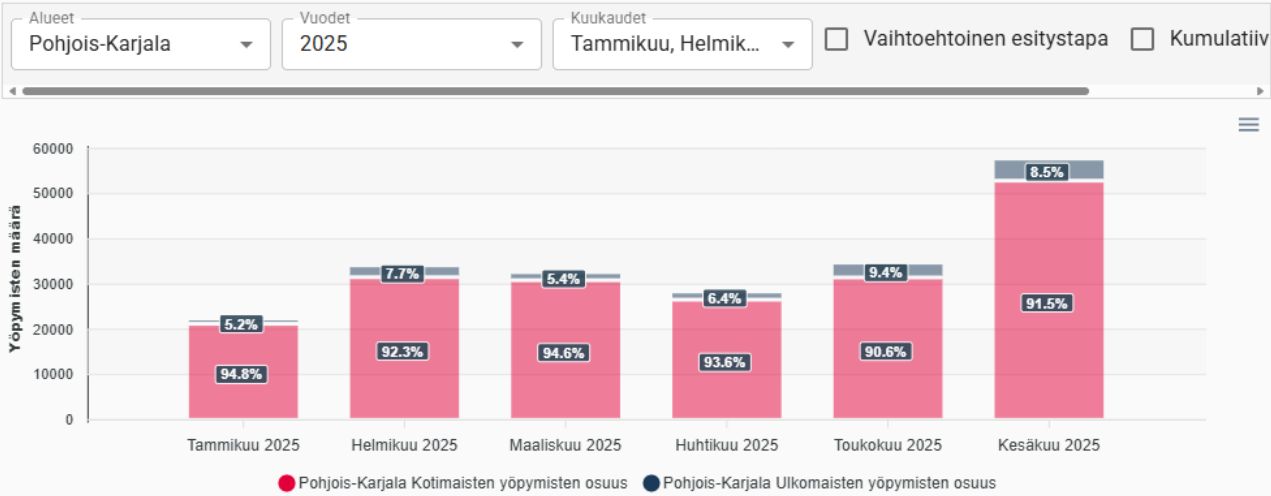
Do you feel how the world feels a little different in Karelia? You'll leave with a sense of modern life matters. Immerse yourself in the Karelian experience of stillness of a lake in the great lakes, untouched beauty.

Pohjois-Karjalan matkailutilastot: alkuvuosi 2025

Kotimaisten ja ulkomaisten yöpymisten jakautuminen

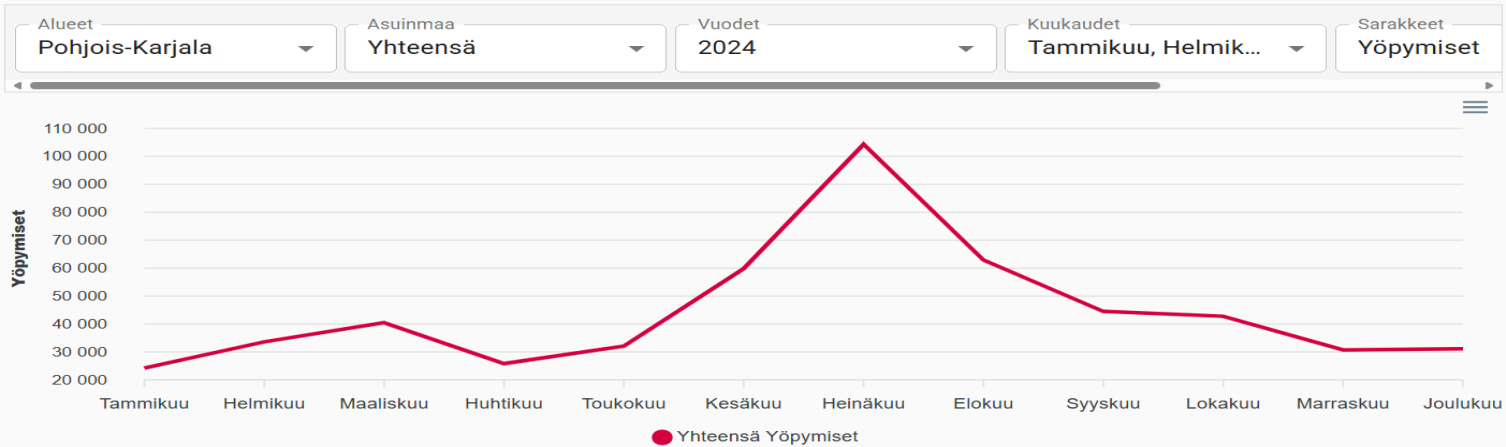
Tästä kaaviosta voi vertailla kotimaisten ja ulkomaisten yöpymismäärien prosenttijakaumaa vuosi- ja kuukausitasolla.

* Voit vaihdella tietotunnisteita päälle ja pois klikkaamalla kaaviota.



Tietolähteet: Rudolf
Viimeisin päivitys: 2025-08-05

Yöpymiset kotimaa vs ulkomaat			
Kotimaiset	Muutos YoY %	Kansainväliset	Muutos YoY %
Tammikuu	-5,58 %	Tammikuu	-31,70 %
Helmikuu	2,49 %	Helmikuu	-7,70 %
Maaliskuu	-17,24 %	Maaliskuu	-43,93 %
Huhtikuu	12,25 %	Huhtikuu	-15,47 %
Toukokuu	5,80 %	Toukokuu	40,68 %
Kesäkuu	-4,75 %	Kesäkuu	14,01 %
Keskiarvo	-1,17 %	Keskiarvo	-7,35 %



Markkinatietoa VisitKarelian kyselyjen pohjalta

Kansainväliset matkanjärjestäjät:

Loka-marraskuu 2024

70 vastausta
(tavoite: 50)

Kotimaiset kuluttajat:

Maalis-huhtikuu 2025

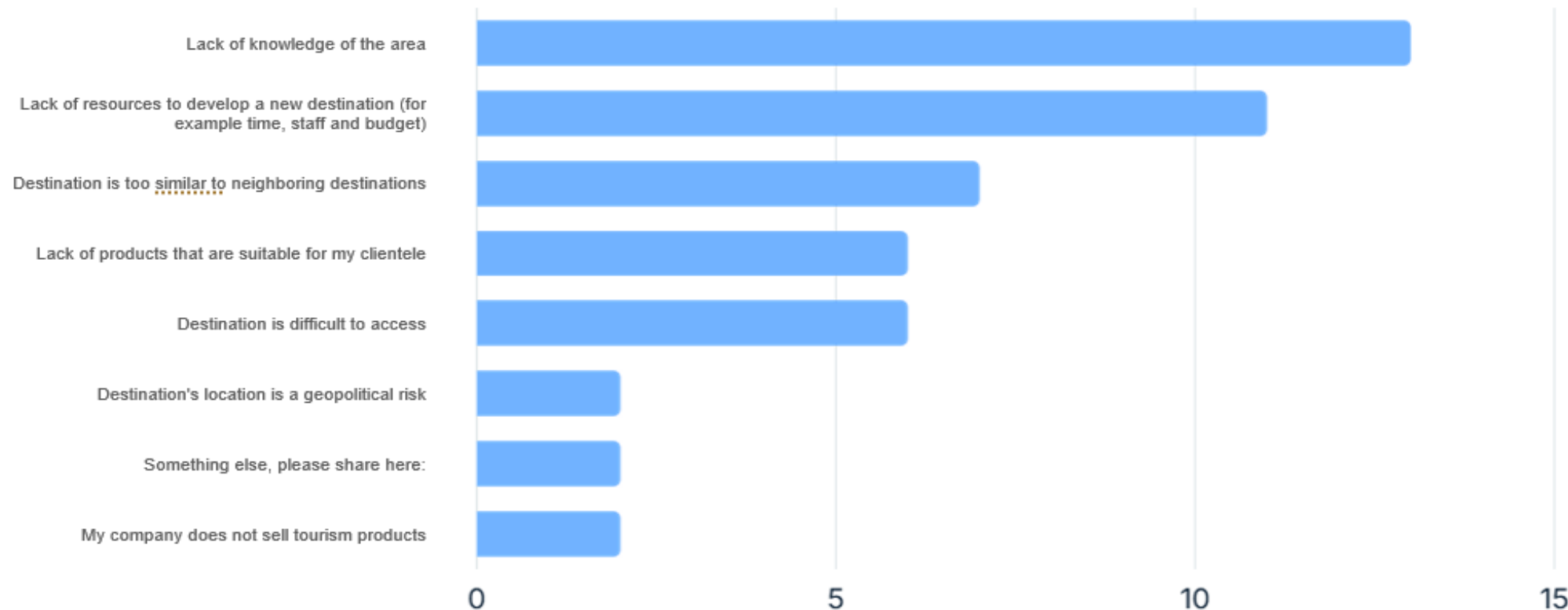
2575 vastausta
(tavoite: 200)

Molemmat kyselyt toteutettu yhteistyössä Lieken ja Pikesin matkailuhankkeiden kanssa.

Esteet Pohjois-Karjalaan matkustamiselle

Kansainväliset
matkanjärjestäjät

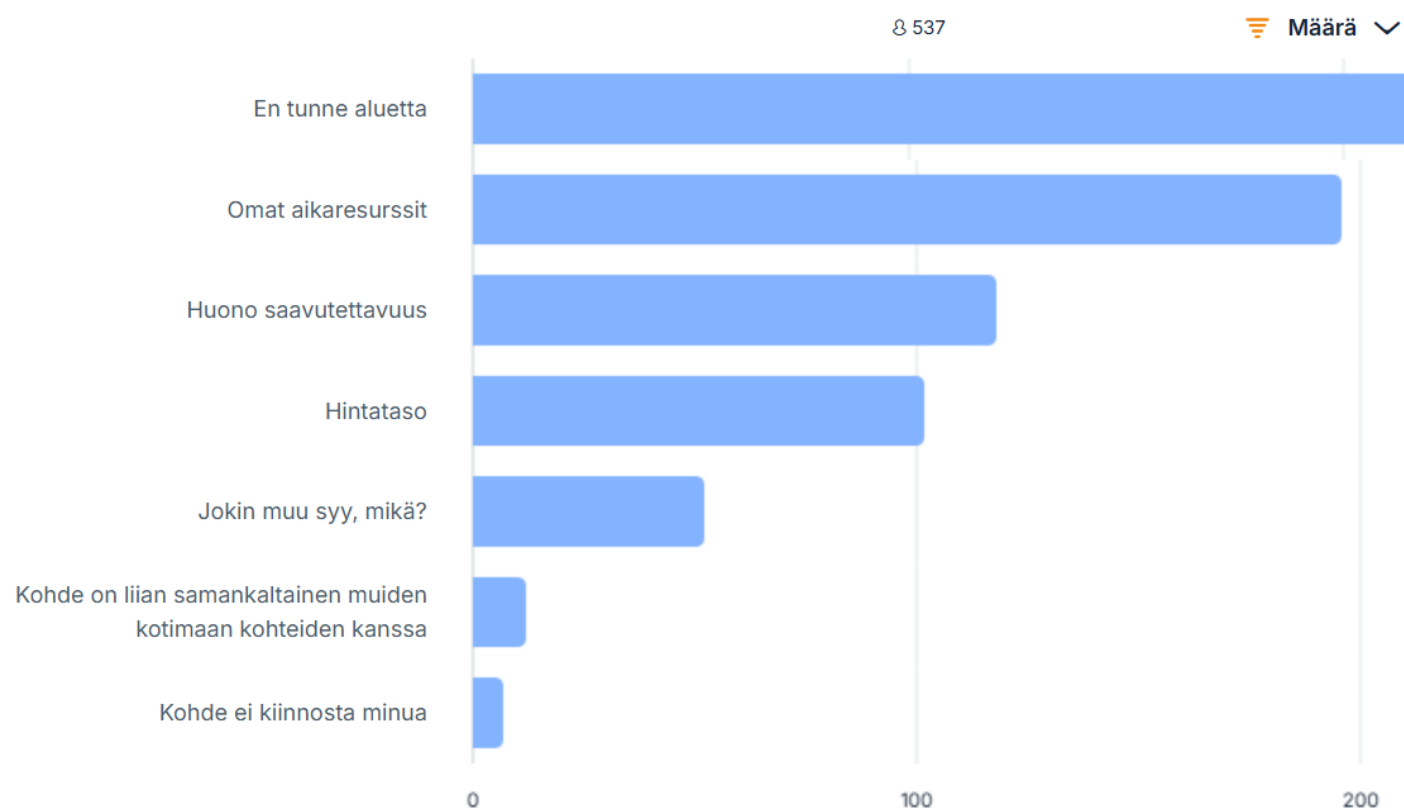
Could you share what stops you developing product in North Karelia? Please choose all that apply.



Esteet Pohjois-Karjalaan matkustamiselle

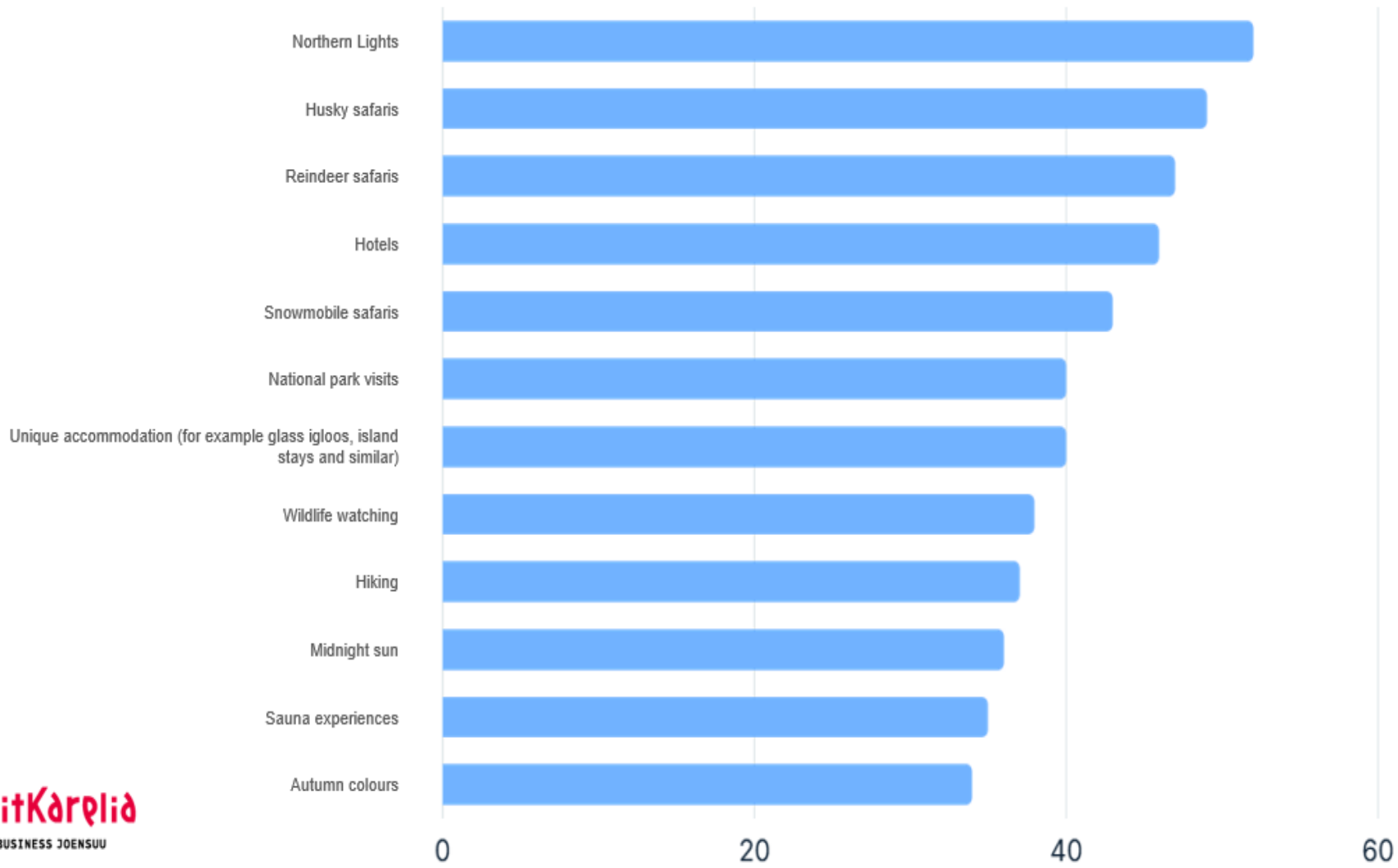
Kotimaiset kuluttajat

Mikä estää sinua matkustamasta Pohjois-Karjalaan? Voit valita useamman vaihtoehdon.



Minkälaiset tuotteet kiinnostavat asiakkaita

Kansainväliset
matkanjärjestäjät

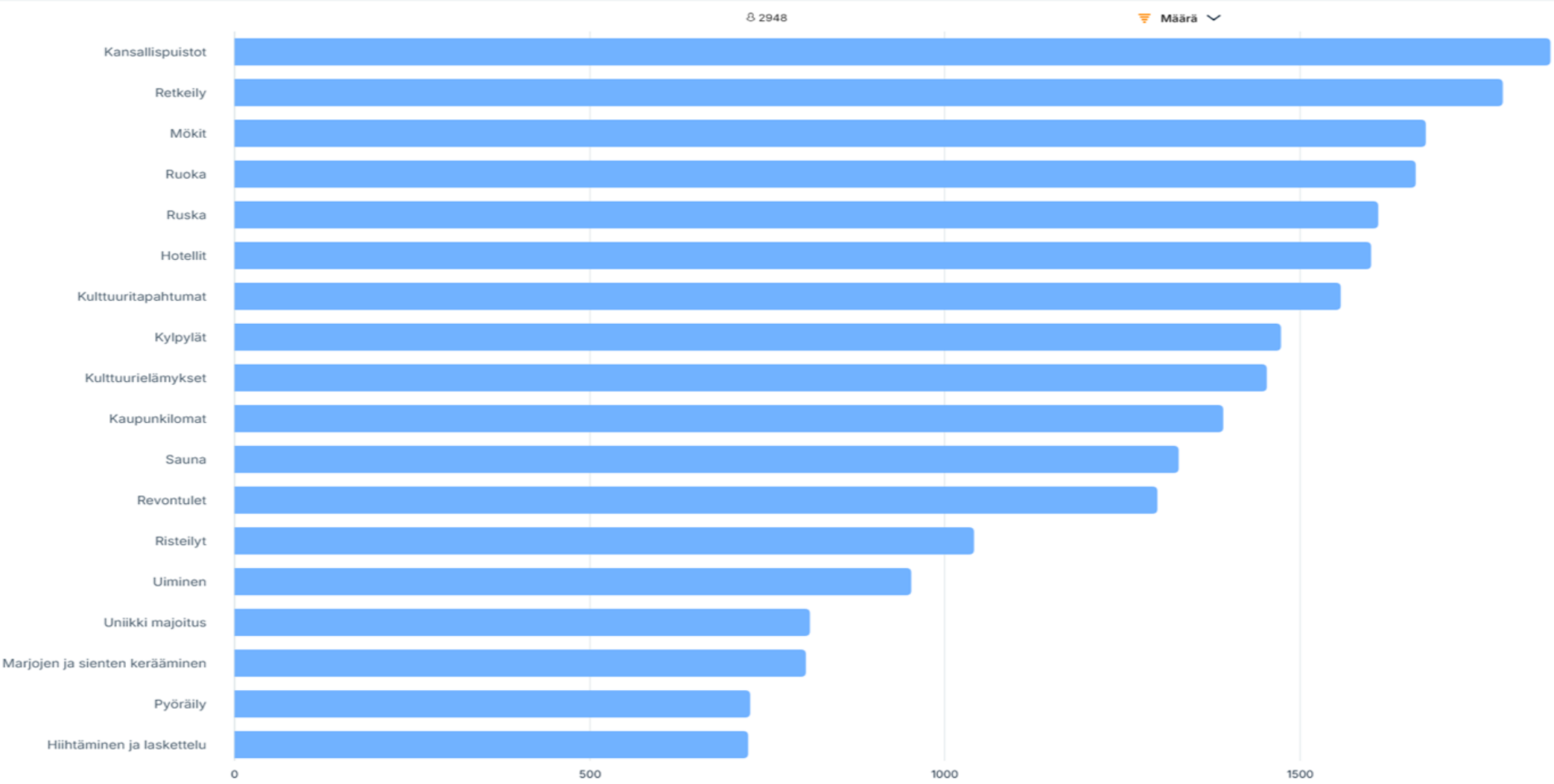


Visit Karelia

BY BUSINESS JOENSUU

Minkälaiset tuotteet kiinnostavat asiakkaita

Kotimaiset
kuluttajat:



Mitä Pohjois-Karjalassa on, mitä ei löydy muualta?

Kansainväliset
matkanjärjestäjät

It is not very known to the public, In Finland the most requests are for Helsinki and Lapland (Rovaniemi specially) There should be something which attracts people there - like Santa Claus in Lapland

I would say a wrapped tour product (like Norway in a Nutshell in Norway)

Unique culture,

The nature and authentic experience it can offer

AUTHENTICITY

no overtourism

The magic of being undiscovered and not runover by tourists, making it more authentic.

nature + location + heritage/culture

Peace and nature

space and generally undiscovered by big crowds

Unique wildlife, more stable snow conditions in the winter, less crowded

Hm, can't really come up with something unique

Quietness, nature

A unique landscape as well as a unique culture

pristine nature, very large number of lakes, healthy air and extensive landscape, deep forests, lots of nature, security,

It's not so crowded

off the beaten path opportunities

Nothing

Mitä Pohjois-Karjalassa on, mitä ei löydy muualta?

Kotimaiset kuluttajat

Koli, Patvinsuo

Rauhallisuus kaikesta hälinästä/mökkielämää

Koli

Autenttisuus

Omat juuret

JoenUan järjestämä evk-liiga, vastaavaa kilpailua ei ole muualla.

Ihmiset

Kolin upeat maisemat

Aitoa leppoisa eloa ja ihmisiä, erämaata, puhdas luonto. Näitä toki löytyy muualtakin Suomesta mm Lapista

Puhetapa/murre, vaaramaisemat, syntymäkoti

tunnelma

Erilaisuus

Jokainen on omanlaisensa kohde ja jokainen kokee eri tavalla ei voi yksilöidä. Mutta siihen voi vaikuttaa Justiinsa (Perinne ruoka) ja antaa sen tehdä tehtävänsä ja sitten vaan olla ja nauttia ja esitellä etenkin Pielisjärvi kierros .

Tietyt musiikkitapahtumat

Rauhallisuus ja kaunis luonto

En osaa sanoa - kuten sanoin, en tunne aluetta riittävästi

Luonnon avaruus

Luonto

Koli

Perinteinen ja ainutlaatuinen kohde

Bomba, ruoka

Ruokakulttuuri

Lumi

Kansainvälisen kasvun haasteet itäisessä Suomessa

Tunnettuus

Tunnistettujen
matkailijasegmenttien tarpeisiin
vastaavat matkailutuotteet

Toimivat kuluyhteydet Suomeen ja
matkaketjut

Strateginen jakelukanavatyö ja
aktiivinen myynti

Kilpailukyvyn vahvistaminen

Avaimet menestykseen

**Myynti &
myynninedistä
minen**

Markkinointi

Saavutettavuus

Ostettavuus, jakelukanavat,
matkanjärjestäjäyhteistyö,
tuotekehitys, DMC-yhteistyön
kehittäminen

Kysynnän kasvattaminen
markkinoinnin ja viestinnän
keinoin, PR ja mediatyö,
markkinoinnin kattokonsepti,
digitaalinen näkyvyys

Kulkuyhteydet,
digitalisaatio,
esteettömyys

Yhteistyö!!!

Missä on Pohjois-Karjalan suurin potentiaali matkanjärjestäjien mielestä:

Undiscovered & Un-commercialised

Autumn

Forest, lakes

Share more of the culture

to make the area more known in the german outdoor public

no mass tourism

both summer and winter

All Karelia

Experience in nature Ecotourism and local experience

To make universal for everybody traveller

nature., flora and fauna.

Culture

Unspoiled nature and cultural heritage.

Autumn and winter tourism, maybe more aurora viewing glass cabins?

People who travelled a lot already and want to discover new locations.

National park and lake

Unique destination with rich local culture

Suitable for different types of guests

All seasons, for different reasons

Koli

- Not crowded compared to Lapland in winter and better rates than in Lapland

Nature!

in the great combination of wilderness/stunning nature and local culture

Combination of nature and tradition.

NATURE, NATIONAL PARKS

for us the summer tours and for the region a cheaper alternative for Lapland

summer + classical music

Matkanjärjestäjien halu kehittää matkailutuotteita Pohjois-Karjalassa:

42% kyselyyn vastanneista kv-
matkanjärjestäjistä haluaa kehittää tuotteita
Pohjois-Karjalassa

38% kyselyyn vastanneista kv-
matkanjärjestäjistä haluaa ehkä kehittää
tuotteita Pohjois-Karjalassa

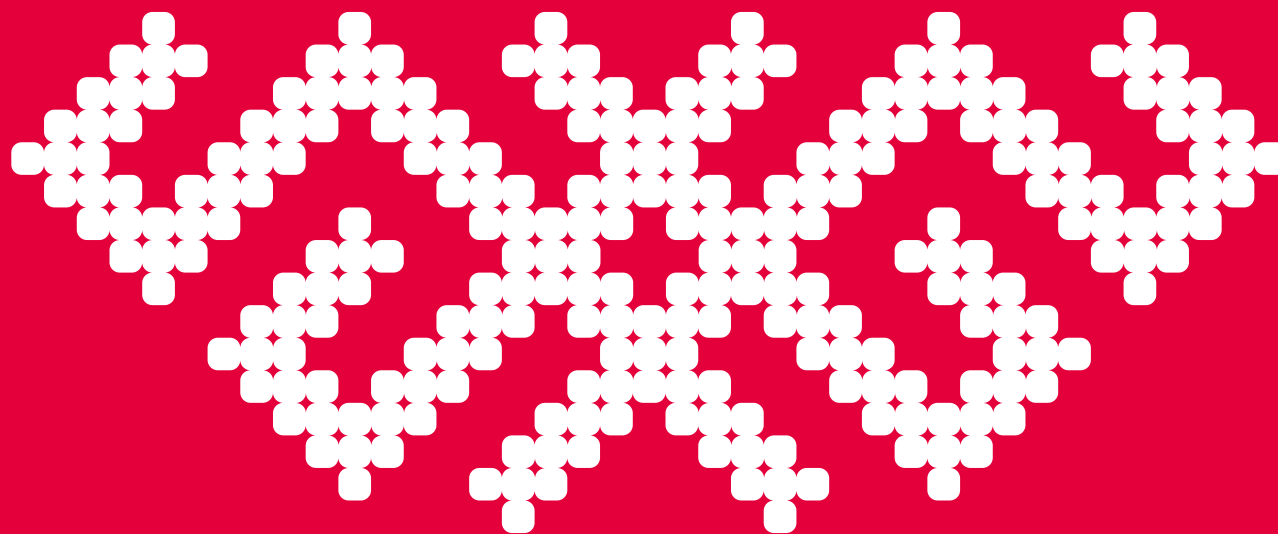
4% kyselyyn vastanneista kv-
matkanjärjestäjistä ei halua kehittää tuotteita
Pohjois-Karjalassa

Lopuksi lainaus Itäisen Suomen kasvuohjelmasta:

Itäisen Suomen kestävän matkailun kehittämiseksi tarvitaan edelleen sekä Visit Finlandin että itäisen Suomen matkailualueiden yhteistä työtä alueen matkailullisten haasteiden ratkaisemiseksi.

Kasvuun kaivataan laajasti ”**nyt tai ei koskaan**” -**mentaliteettia**, niin alueen matkailuelinkeinolta, rahoittajaorganisaatioilta, oppilaitoksilta ja kuntaorganisaatioilta.

Aikaa kysymyksille



VisitKarelia

Kiitos!