

*Mikkelin
matkailun
kasvuohjelma
2025-2030*



Sisällysluettelo

2	Sisällysluettelo
3	Kasvuohjelman tavoitteet
4	Miksi matkailu ja mökkeily?
6	Matkailu ja mökkeily Mikkelissä
7	Kotimainen matkailu
8	Kansainvälinen matkailu
9	Sesongit, kannattavuus, kapasiteetti
10	Mökkeily Mikkelissä
11	Yhteenveto
16	Kiinnostus ja kysyntä
17	Toimenpiteet
18	Liiketoiminnan kasvu
19	Toimenpiteet
20	Ympärivuotisuus ja saavutettavuus
21	Toimenpiteet
22	Vapaa-ajan asuminen
23	Toimenpiteet



Kasvuohjelman tavoitteet

Mikkelin kaupungin strategiaan ja Saimaan matkailustrategiaan nojaavan Mikkelin matkailun kasvuohjelman tavoitteina on:

- Luoda uutta elinvoimaa, uusia ympärivuotisia työpaikkoja ja investointeja alueelle synnyttämällä Mikkelin omiin vahvuuksiin – Saimaan järviluontoon, historiaan, kulttuuriperintöön ja ruokaan – perustuvaa uutta ja kestäväää matkailuliiketoimintaa
- Ohjelmaa toteuttaa Matkailun ja vapaa-ajan kehittämisalusta, joka on yksi neljästä Mikkelin kaupungin strategisesta kehittämisalustasta EcoSairilan, Kalevankankaan hyvinvointikampuksen ja Memory Campuksen lisäksi.

Ohjelman toteutumista seuraa Matkailun johtoryhmä osana kehittämisalustatyötä.

Koollekutsujana Mikkelin kaupunki. Mukana johtoryhmässä ohjelman keskeiset toteuttajatahot kuten Miksei Mikkelä Oy, Mikkelin seudun matkailupalvelu ry, alueen avainyritykset, sekä muut olennaiset toimijat. Matkailun johtoryhmä kokoontuu esimerkiksi neljännesvuosittain.

Tehtävä: Seurata kasvuohjelman tavoitteiden ja toimenpiteiden toteutusta sekä sopia osapuolten vastuista ja työnjaosta työssä.



Miksi matkailu ja mökkeily?

Matkailun kasvupotentiaali on valtava. Se on yksi maailman nopeimmin kasvavista toimialoista. Matkailun osuus bruttokansantuotosta kasvaa WTTC:n ennusteen mukaan vuosina 2024–2034 edelleen 3,7 % vuosivauhtia, koko maailmantalouden kasvaessa 2,4 % vuodessa.

Suomessa matkailun kasvu tulee ulkomaisista matkailijoista: kansainvälisen matkailun kasvuvauhti oli 15 % vuonna 2023. Samaan aikaan kotimaan matkailu on jäänyt nollakasvuun. Ulkomaiset matkailijat käyttävät myös enemmän rahaa kuin kotimaiset. Matkailu on merkittävä työllistäjä. Matkailutoimiloilla työskentelevien osuus työvoimasta on Etelä-Savossa 5,3%, luku on Suomen viidenneksi korkein.

Alalla on merkittäviä kerrannaisvaikutuksia muille toimialoille, kuten vähittäiskauppaan ja rakennusosalalle. Yksi matkailueuro tuo muille toimialoille keskimäärin 60 senttiä.

Matkailu tuottaa monenlaisia ratkaisuja myös alueellisiin haasteisiin: ala työllistää paljon nuoria ja maahanmuuttajia, luo elinvoimaa ja vetovoimaa kasvukeskusten ulkopuolelle ja mahdollistaa palveluja myös paikallisille.

Kasvupotentiaalin lunastaminen edellyttää johdonmukaista ja tavoitteellista yhteistyötä, sillä menestyvä matkailukohde syntyy vain eri toimijoiden yhteistyöllä.

Mikkeli ja Etelä-Savo ovat Suomen vetovoimaisimpia mökkeilyn ja vapaa-ajan asumisen kohteita. Etelä-Savossa vapaa-ajanasukkaiden osuus asuntoväestöstä oli 42 % vuonna 2019. Maakunnassa on yhtä paljon vapaa-ajanasuntoja, kuin asuinrakennuksiakin. Mikkeliissä ulkomaakuntalaisia mökkien käyttäjiä oli vuonna 2023 lähes 34 000 henkilöä. Määrä on merkittävä kaupungin asukaslukuun suhteutettuna.

Mökkiläiset tuovat elinvoimaa aluekeskuksiin. Etätyö mökillä on mahdollista yhä useammalle ja etätyötä mökillä tehneiden osuus on kuusinkertaistunut viidessä vuodessa: määrä oli 7 % vuonna 2016 ja 43 % vuonna 2020.

Mökkiläiset muodostavat potentiaalisen kohderyhmän osaaaja- ja asukasmarkkinoinnille, sillä heillä on jo vahva suhde kaupunkiin.

Lähteet: Visit Finland, WTTC ja Visitory Oy, Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2023, Tilastokeskus, Matkailutilinpito, Ruralia-instituutti.

Matkailu ja mökkeily Mikkelissä



Matkailu ja mökkeily Mikkelissä

Mikkelissä rekisteröitiin 157 000 kotimaista ja reilut 14 000 kansainvälistä yöpymistä vuonna 2023.

Matkailun kokonaisvaikutus alueen talouteen on yli 112 miljoonaa, josta välitön matkailutulo reilut 85 miljoonaa euroa vuodessa. Matkailun tulovaikutus oli 1 368 euroa jokaista kaupunkilaista kohden vuonna 2023.

Matkailun välittömät henkilötyövuodet noin 400 ja kokonaistyöllisyysvaikutukset 477 henkilötyövuotta. Matkailun tuomat kunnallisverotulot 1,3 miljoonaa euroa.

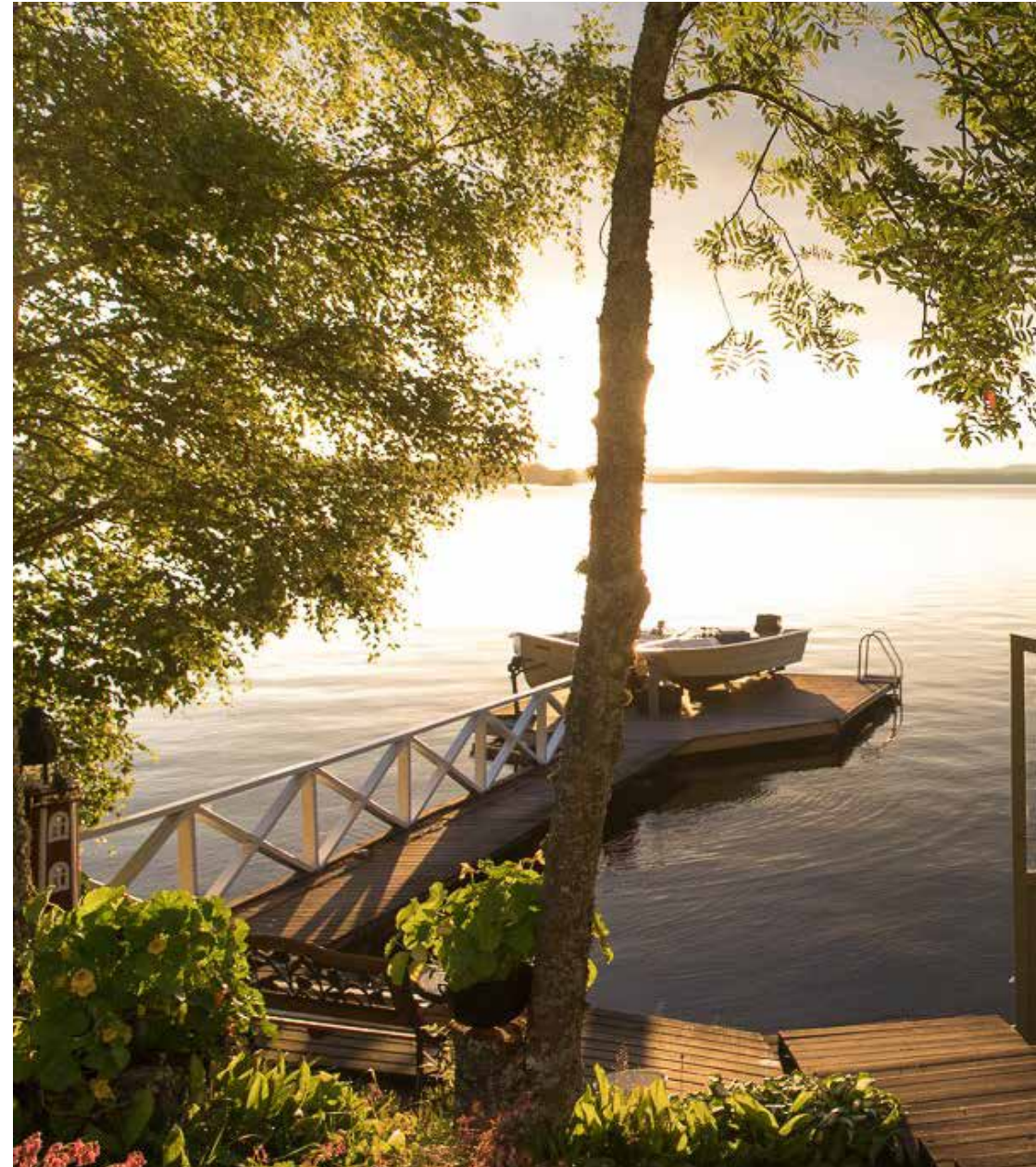
Mikkelissä, kuten monissa muissakin kohteissa, rekisteröimättömän majoituskapasiteetin osuus on merkittävä. Visitory.io-palvelun mukaan Mikkelissä varattiin yli 70 000 yöpymistä rekisteröimättömässä majoituksessa vuonna 2023.

Mikkeli on myös merkittävä vapaa-ajan asumisen kohde. Yli 10 000 vapaa-ajanasuntoa tuo alueelle yli 50 miljoonan euron tulon vuosittain.

Ulkomaakuntalaisten omistamien mökkien käyttövuorokausia Mikkelissä kertyi lähes 750 000 vuonna 2023 (noin 3,5 miljoonaa henkilövuorokautta).

Vapaa-ajan asuminen toi kaupungille 1,8 miljoonan euron kiinteistöverotulot vuonna 2023.

Lähteet: Visit Finland, WTTC ja Visitory Oy, Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2023, Ruralia-instituutti.



Kotimainen matkailu



Kotimaisten yöpymisten määrä Mikkelissä on pysynyt viime vuodet vakiona, reilun 160 000 rekisteröidyn yöpymisen tuntumassa. Esimerkiksi Savonlinnassa ja Lahdessa kotimaisia yöpymisiä on vuosittain noin 200 000, Jyväskylässä reilut 400 000. Edellisistä Lahdessa ja Jyväskylässä kotimaan matkailu on selvässä kasvussa vuoden 2020 jälkeen. Myös Savonlinnassa kotimaan yöpymisten määrä on käväissyt 250 000 yöpymisen yläpuolella vuoden 2020 jälkeen.

Suomalainen matkailija viipyy Mikkelissä keskimäärin 1,5 vuorokautta. Kotimaiset matkailijat tulevat Mikkeliin kokemaan järviluontoa, mökkeilemään ja nauttimaan paikallisesta tunnelmasta. Alueelle tullaan useimmiten Uudeltamaalta (lähes 40 %) ja muualta Etelä-Savosta (29 %).

Valtaosa kotimaan matkailijoista pitää Mikkeliä ja sen lähiseutua hyvänä kotimaan matkakohteena ja kohdetta suositeltiin keskimäärin 4.1 arvosanalla (Likertin asteikko 1-5). Merkille pantavaa on, että vain hyvin harva matkailijoista on Mikkelissä ensimmäistä kertaa.

Lähteet: Tilastokeskus, Visitory.io ja Visit Mikkelä, Asiakasanalyysi 2023.

Kansainvälinen matkailu

Kansainvälisiä rekisteröityjä yöpymisiä oli Mikkelissä vuonna 2023 noin 15 000. Vastaavasti vuonna 2019 kansainvälisiä yöpymisiä oli 40 000.

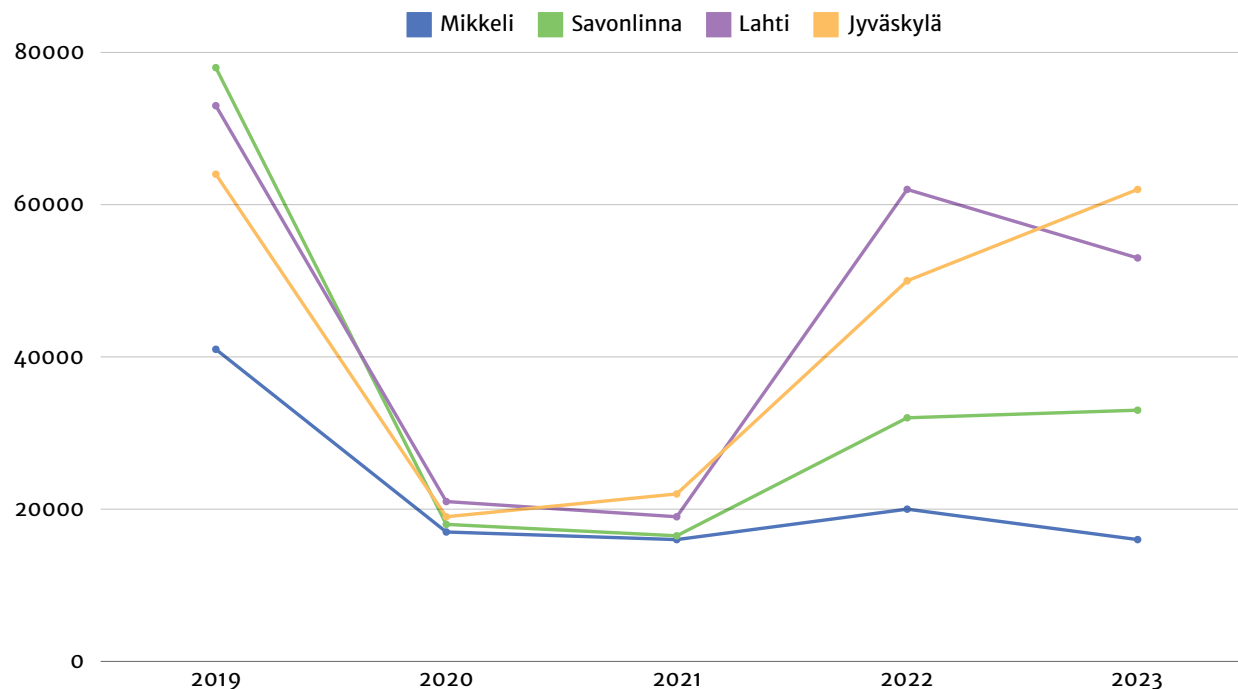
Kansainvälinen matkailu Mikkelissä on kasvanut selvästi Lahtea, Savonlinnaa ja Jyväskylää hitaammin ja laski vuoden 2022 nousun jälkeen. Tämä selittynee Venäjän rajan sulkemisella ja kansainväliseen markkinointiin käytetyn hankerahoituksen katkeamisella. Vuonna 2019 Mikkelissä kirjattiin lähes 14 000 venäläisten yöpymistä ja Mikkelin seudulla samana vuonna yli 20 000.

Saksa, Viro ja Sveitsi ovat tärkeimmät kansainväliset markkinat Mikkelin seudulle tällä hetkellä. Myös Ruotsista tulee yli 1 000 yöpymistä vuodessa.

Kansainvälinen matkailija viipyy Mikkelissä keskimäärin 2,1 vuorokautta. Suomen tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ulkomailla ovat luonto ja luonnonilmiöt.

Kansainvälistä markkinointia tehdään osana Lakeland- ja Saimaa yhteistyötä. Kansainvälisen markkinoinnin kärkiä ovat ruoka ja luonto sekä D.O. Saimaa ja Saimaa Geopark.

Lähde: Tilastokeskus



Sesongit, kannattavuus, kapasiteetti

Matkailu painottuu Mikkelissä vahvasti kesään. Syyssezonki on volyymiltaan heikoin. Sesongin pidentyminen vahvistaisi yritysten kannattavuutta ja mahdollistaisi osaltaan yritysten kasvun ja investoinnit. Pitempi sesonki tekisi Mikkelistä myös houkuttelevamman sijoittumiskohteen matkailualan yrityksille.

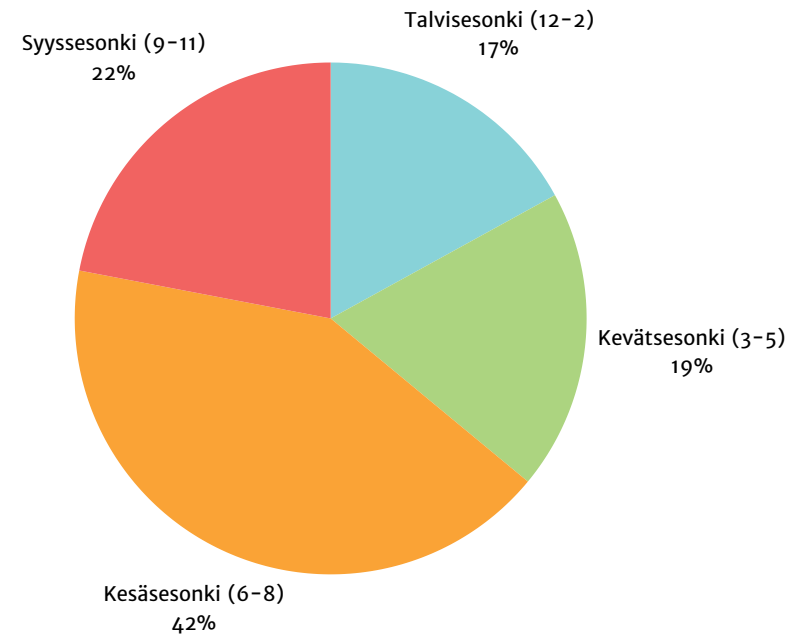
Tällä hetkellä erityisesti majoitusyritysten haasteena on alhainen huonekohtainen tuotto RevPar, joka on keskimäärin 44,80 euroa. Tuotto selittyy suhteellisen pienellä huoneiden käyttöasteella, joka on keskimäärin 43 %.

Mikkelistä onkin poistunut vuosien 2019–2023 aikana 5 majoitusliikettä ja rekisteröity huonekapasiteetti on vähentynyt noin 10 prosentilla.

Myös vuokramökkien kapasiteetti on viime vuosina ollut laskusuunnassa.

Lähteet: Vistory.io, Tilastokeskus

Kotimaisten yöpymisten jakautuminen sesongeittain



Mökkeily Mikkelissä

Vapaa-ajan asuminen on Mikkelissä ja Etelä-Savossa merkittävä, matkailutilastojen ulkopuolelle jäävä segmentti.

Mikkelin yli 10 000 mökistä noin 72 % on ulkomaakuntalaisten omistuksessa.

Ulkomaakuntalaisten omistamien mökkien käyttövuorokausia on Mikkelissä lähes 750 000 (noin 3,5 miljoonaa henkilövuorokautta), ja he käyttävät vuosittain Mikkelissä yli 52 miljoonaa euroa. Kulutuksesta yli 22 miljoonaa käytetään päivittäistavaroihin, yli 25 miljoonaa rakentamiseen ja kunnostamiseen sekä lähes 5 miljoonaa muihin tavaroihin ja palveluihin.

Etelä -Savon yhteisellä Laiturilla-brändillä puhutellaan ja palvellaan alueen vapaa-ajanasukkaita.



Yhteenveto

Haasteet

Matkailu Mikkelissä kehittyy orgaanisesti. Näyttää siltä, että Mikkelin on jäämässä kilpailijoiden jalkoihin kotimaisista ja kansainvälisistä matkailijoista kisasessa.

Aiemmin merkittävän, Venäjältä tulevan matkailun tyrehtyminen on tuonut lisähaasteen kokonaisuuteen.

Myös vahva sesonkivaihtelu haastaa yritysten kasvua ja kannattavuutta. Jonkin muun sesongin vahvistaminen tai sesongin pidentyminen helpottaisi tilannetta.

Matkailun kehittäminen ja markkinointi on ollut pitkälle hankkeiden varassa. Tavoitteellinen ja tuloksellinen kehittäminen edellyttäisi strategisia ja jatkuvia investointeja vetovoimaan ja toimintaympäristöön.

Mahdollisuudet

Järviluonto ja sympaattinen kaupunki kohtuullisen ajomatkan päässä pääkaupunkiseudulta luo vapaa-ajan asumiseen kestävästä vetovoimaa ja mahdollisuuksia kotimaan matkailun kehittämiseen.

Mikkelin vahvuuksia ovat historia, luonto, kartanomiljööt, mökkielämä sekä ruoka.

Matkailu-destinaationa Mikkelin hyötyisi nykyistä vahvemmassa tai useammasta primaariatraktiosta, jotka toisivat syyn vierailuun ja viettää aikaa kaupungissa rekisteröidyssä majoituksessa myös kesäkuukausien ulkopuolella. Tapahtumat voisivat olla yksi mahdollisuus.

Kansainvälisessä matkailussa on edelleen huima kasvupotentiaali. Nato-alaesikunta tuo kasvua erityisesti kansainväliseen työmatkustukseen. Kansainvälisen vapaa-ajan matkailun kasvu edellyttää kuitenkin systemaattista ja tavoitteellista työtä ja nykyistä vahvempaa kansainvälistä markkinointia.



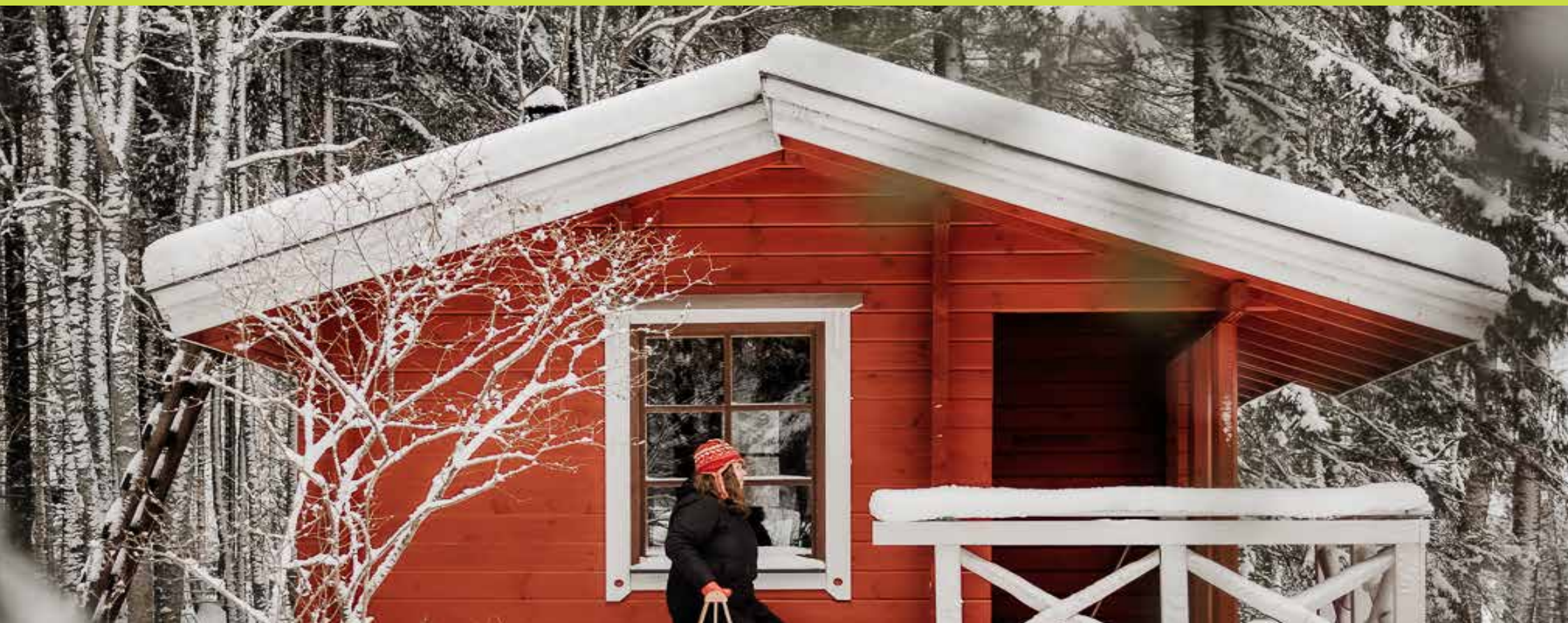
Visio:

*Mikkeli on Järvi-Suomen vetovoimaisin
matkailun ja mökkeilyn kohde.*

Missio:

*Kasvattaa matkailua ja mökkeilyä
suunnitelmallisesti, aitoja vahvuuksia
hyödyntäen ja kulttuuriperintöä
kunnioittaen, osana Saimaan
kansainvälistä matkailualueetta.*

Strategiset valinnat



Kiinnostus ja kysyntä: Saimaan kiinnostavin kohde matkailijoille ja vapaa-ajan asukkaille

- Lisätä Mikkelin vetovoimaa osana Saimaan kansainvälistä matkailualueetta tehostamalla alueen digitaalista markkinointia.
- Vahvistaa Mikkelin brändiä ensiluokkaisena matkailu- ja vapaa-ajan kohteena kotimaassa.
- Kysynnän kotiuttaminen digitaalisen ostettavuuden ja matkajärjestäjäkumppanuuksien avulla.

Liiketoiminnan kasvu: Mikkeliin syntyy uutta, kestävää liiketoimintaa ja investointeja

- Kaupunki mahdollistaa strategisilla investoinneilla matkailun kasvun.
- Mikkelin matkailutoimijoiden välinen yhteistyö on tavoitteellista ja liiketoiminta kasvaa.
- Neljä liiketoimintaverkostoa toimii kasvun vetureina:
 - A. Muisti, historiakohteet, Astuvansalmi ja Geopark
 - B. Luontomatkailuverkosto
 - C. Ruokamatkailuverkosto
 - D. Tapahtumat

Liiketoimintaverkostot houkuttelevat uusia yrityksiä sijoittumaan Mikkeliin.

Ympärivuotisuus ja saavutettavuus: Mikkeli on ympärivuotinen ja saavutettava matkakohde

- Tavoitteena sesongin pidentäminen luomalla syitä vierailla Mikkeliissä myös kesäsesongin ulkopuolella mm. tapahtumien avulla.
- Parantaa kokonaisvaltaista vierailukokemusta alueen omaleimaista tarjontaa kehittämällä.
- Parantaa Mikkelin saavutettavuutta erityisesti kansainvälisestä näkökulmasta.

Vapaa-ajan asuminen: Mikkelistä kestävän mökkeilyn ykkösalue

- Aluekeskusten elinvoimaisuuden edistäminen.
- Vahvistaa vapaa-ajanasukkaiden osallisuutta osana paikallista yhteisöä.
- Edistää kestävää mökkeilyä (ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen ulottuvuus).
- Vapaa-ajan asuntojen ja vakituisten rakennuspaikkojen lisääminen.

Kiinnostus ja kysyntä

Saimaan kiinnostavin kohde matkailijoille ja vapaa-ajan asukkaille.

1. Lisätä Mikkelin vetovoimaa osana Saimaan kansainvälistä matkailualueetta tehostamalla alueen digitaalista markkinointia.
2. Vahvistaa Mikkelin brändiä ensiluokkaisena matkailu- ja mökkeilykohteena kotimaassa.
3. Kysynnän kotiuttaminen digitaalisen ostettavuuden ja matkanjärjestäjäkumppanuuksien avulla.

Onnistumisen mittarit

	2023	2027	2030
Mikkelin share of voice matkailu-markkinoilla	X % Lakeland-kohteista	50 % Lakeland-kohteista	80 % Lakeland-kohteista
Mikkeli – verkkohaut (indeksi, kotimaa)	54,4 36,9	60 42	65 50
Kesä			
Muu aika			
Strategiset matkanjärjestäjäkumppanuudet	2	5	10
Ostettavien tuotteiden määrä digitaalisissa jakelukanavissa	x	100	500

Lähteet: 1. Markkinatutkimus 2. Google trends (vertailukausi 5v ka. kesä 51,8, muu aika 34,8)
3. Inventaarikartoitus

Toimenpiteet

1. Lisätä Mikkelin vetovoimaa osana Saimaan kansainvälistä matkailualueutta tehostamalla alueen digitaalista markkinointia.

- Toteutetaan markkinatutkimus, jonka tulosten perusteella valitaan kohdemarkkinat ja sesongit sekä tehdään brändistrategia.
- Tehdään markkinointisuunnitelma edellisten pohjalta ja toteutetaan markkinointia systemaattisesti ja tavoitteellisesti, Lakeland-yhteistyötä hyödyntäen.

2. Vahvistaa Mikkelin brändiä ensiluokkaisena matkailu- ja mökkeilykohteena kotimaassa.

Jalkautetaan Mikkelin brändi näkyväksi osaksi yritysten markkinointiin yhteisellä tavalla. Tuetaan yritysten ja brändin mukaista viestintää ja palvelukehitystä (mm. ohjeistukset, valmennukset, brändityökalujen käyttö ja yhteinen brändiviesti) tunnistettujen vahvuuksien pohjalta:

- Päämajakaupunki. Jatketaan Mikkelin kulttuuriperinnön ja historian hyödyntämistä matkailun tuotteistamisessa ja markkinoinnissa Mikkelin seudun kulttuuriperintöohjelman (2013) mukaisesti.
- Ruoka. Jatketaan ruokamatkailun sisältöjen ja yritysverkostojen kehittämistä ja markkinointia sekä D.O. Saimaa -alkuperämerkin edistämistä. Saimaa Academy of Gastronomy (SAG) toiminta yhteistyössä yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa.
- Mökkeily. Jatketaan mökkeilyn edistämistä osana kaupungin vetovoimaa.

3. Kysynnän kotiuttaminen digitaalisen ostettavuuden ja matkanjärjestäjäkumppanuuksien avulla.

- Viedään Mikkelin tuoteinventaari koordinoitusti valittuihin alueellisiin ja kansainvälisiin jakelukanaviin.
- Valituilta kohdemarkkinoilta etsitään Mikkelin tavoitteisiin sopivat matkanjärjestäjät, joiden kanssa rakennetaan yhteisen prosessin kautta myynnin kasvua ja selvitetään mahdollisia DMC-kumppanuuksia*.

** DMC on lyhenne sanoista Destination Management Company. Se on taho joka paketoi ja myy alueen matkailutarjontaa kansainvälisille asiakkaille ja toimii usein myös itse vastuullisena matkanjärjestäjänä.*

Liiketoiminnan kasvu

Mikkeliin syntyy uutta, kestäväää liiketoimintaa ja investointeja.

1. Kaupunki mahdollistaa strategisilla investoinneilla matkailun kasvun.
 2. Mikkelin matkailutoimijoiden välinen yhteistyö on tavoitteellista ja liiketoiminta kasvaa.
 3. Neljä liiketoimintaverkostoa toimii kasvun vetureina:
 - A. Muisti, historiakohteet, Astuvansalmi ja Geopark
 - B. Luontomatkailuverkosto
 - C. Ruokamatkailuverkosto
 - D. Tapahtumat
- Liiketoimintaverkostot houkuttelevat uusia yrityksiä sijoittumaan Mikkeliin.

Onnistumisen mittarit

	2023	2027	2030
Välitön matkailutulo Mikkelissä	85.14 milj. €	100 milj. €	120 milj. €
Miksei Mikkelin ja Mikkelin Seudun Matkailupalvelu ry:n kumppani-yrityksiä	250		
Liiketoimintaverkostojen valittujen yritysten liikevaihdon indeksi	100	110	125

Lähteet: 1. Matkailun tulo- ja työllisyys selvitys / Visitory. 2. Miksei ja MSM kumppanitiedot 3. Tilastokeskus, nopeat suhdannetiedot

Toimenpiteet

1. Kaupunki mahdollistaa strategisilla investoinneilla matkailun kasvun.

- Perustetaan investointien koordinointi- ja seurantaryhmä, joka priorisoi investointien painopisteet sekä seuraa investointien toteutumista ja vaikuttavuutta.
- Kehitetään Mikkelistä tapahtumakaupunki, joka houkuttelee yleisötapahtumia, messuja ja kulttuuritapahtumia ympäri vuoden, panostamalla erityisesti tapahtumateollisuuden kärkitoimijoihin alueella.
- Vuoteen 2030 mennessä tärkeimpiä toimintaympäristöinvestointeja ovat:
 - o Tapahtuma- ja festivaalialueiden kehittäminen, jotta tapahtumien järjestäminen olisi helpompaa ja vetovoimaisempaa.
 - o Kunnostetaan Kallioniemen kiinteistö. Kehitetään ja suojellaan Astuvansalmen kalliomaalausalue ja huolehditaan sen turvallisesta saavutettavuudesta (opastukset ja polkutoimitus).
 - o Saimaa Central Parkin kehittäminen urbaanina luontokeitaana ja Kenkäveronniemen alueen kehittämisohjelman toteutus.
 - o Mikkelin sataman kehittäminen ja säännöllisen "sightseeing"-risteilytoiminnan käynnistäminen.
 - o Retkisatamien, reitistöjen ja luontokohteiden ylläpito-ohjelman mukaiset kunnostustoimet (mm. Hiidenmaan retkeilyreitistö, Anttolan ja Ristiinan vierassatamien palvelut, retkisatamien infra sekä Saimaa Unesco Global Geopark-kohteet).

2. Mikkelin matkailutoimijoiden välinen yhteistyö on tavoitteellista ja liiketoiminta kasvaa.

- Luodaan Miksei Mikkeli Oy:lle ja Mikkelin Seudun Matkailupalvelu ry:lle yhteinen kumppanimalli.

3. Liiketoimintaverkostojen kasvu.

- Laadittujen kehittämissuunnitelmien toteuttaminen. Kannustetaan paikallisia matkailuyrittäjiä liittymään liiketoimintaverkostoihin, joissa kehitetään ja toteutetaan yhteisiä tuotteita, palveluita tai markkinointia.



Ympäri vuotisuus ja saavutettavuus

Matkailusesonki pitenee ja saavutettavuus paranee.

1. Tavoitteena sesongin pidentäminen luomalla syitä vierailta Mikkelissä myös kesäsesongin ulkopuolella mm. tapahtumien avulla.
2. Parantaa kokonaisvaltaista vierailukokemusta alueen omaleimaista tarjontaa kehittämällä.
3. Parantaa Mikkelin saavutettavuutta erityisesti kv-näkökulmasta.

Onnistumisen mittarit

	2023	2027	2030
Rekisteröityjen yöpymisten määrä Talvisesonki (11-04) Kesäsesonki (05-10)	70 900 164 000	81 400 198 000	95 000 234 000
Suositteluhalukkuus NPS*	-	35	40
Saavutettavuus		Transfer kv-lennoilta varattavissa verkosta.	

Lähteet: 1. Tilastokeskus, Rudolf-palvelu 2. Miksei matkailijakysely / VF GuestSurvey
*Lähtötila ei tiedossa

Toimenpiteet

1. Sesongin pidentäminen luomalla syitä vierailijalle Mikkelissä myös kesäsesongin ulkopuolella mm. tapahtumien avulla.

- Kehitetään sään huomioivia ja talviajan matkailupalveluita ja markkinoidaan niitä. Näitä voivat olla esimerkiksi pimeään aikaan sijoittuvat hyvinvointi- ja elämys tuotteet, kuten retreitit ja saunakokemukset sekä juhlapyyhiin liittyvät sisällöt.
- Houkutellaan ja kehitetään alueelle uusia tapahtumia erityisesti kesäsesongin ulkopuolella Mikkelin kumppanuusmallin avulla.
- Panostetaan alueen liikuntapalveluiden, latuverkostojen ja paikallisten urheilutilojen matkailulliseen hyödyntämiseen. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi Fluent Outdoors -karttapalvelun linkittämistä Visit Mikkelin -sivustolle.

2. Parantaa kokonaisvaltaista vierailukokemusta kehittämällä alueen omaleimaista tarjontaa.

- Toteutetaan säännöllisesti muiden alueiden kanssa vertailukelpoinen matkailijakysely (esim. Visit Finlandin Guest Survey). Kyselyn avulla pyritään ymmärtämään paremmin matkailijoiden tarpeita (mm. ennakkomielikuva, oston esteet, kiinnostusten kohteet), jotta tarjontaa voidaan räätälöidä houkuttelevammaksi.
- Lisätään yhteistyötä mökkiyrittäjien kesken (mm. kuljetus, palvelut, mökkien sijainteihin pohjautuen samaa palvelua tarjolle usealle mökkiyrittäjälle) ja panostetaan mökkien markkinointiin matkailijoille erityisesti kesäsesongin ulkopuolella.

- Tuetaan valittujen liiketoimintaverkostojen tarjonnan tuotteistamista entistä kiinnostavammiksi ja kilpailukykyisemmiksi kokonaisuuksiksi. Potentiaalia nähdään erityisesti seuraavissa tuoteteemoissa:
 - o Luonto ja luontokokemukset sekä mökkeilykulttuuri
 - o Omaleimaiset ruokatuotteet, satokaudet ja ruokafestivaalit
 - o Historiaan, maanpuolustukseen ja kansainväliseen yhteistyöhön (NATO) liittyvät palvelut

3. Mikkelin saavutettavaksi kv-matkailijoille ja toimiva joukkoliikenne alueelle ja alueella.

- Kehitetään asukkaiden ja matkailijoiden tarpeita reiteiltään, aikatauluiltaan, kalustoltaan sekä hinnoiltaan palveleva joukkoliikenne kaupunkialueella ja aluekeskuksista keskustaan ja mikkeli.digitransit.fi-palvelun linkittäminen Visit Mikkelin sivustolle. Hop-On Hop-Off-bussituotteen laajentaminen sesongin ulkopuolelle.
- Osallistutaan Saimaan yhteishankkeisiin uusien charter-lentojen houkuttelemiseksi alueelle. Parannetaan Mikkelin saavutettavuutta erityisesti kansainvälisille matkailijoille esimerkiksi paketoimalla houkuttelevia kiertomatkatuotteita, jotka yhdistävät lento- ja junayhteyksiä Mikkelisiin.
- Aktiivinen edunvalvonta bussi- ja raideliikenteen parantamiseksi ja matkakäyttäjien pullonkaulojen purkaminen matkailijatutkimusten tulosten pohjalta.

Vapaa-ajan asuminen

Mikkelistä kestävän mökkeilyn ykkösalue.

1. Aluekeskusten elinvoimaisuuden kehittäminen
2. Vapaa-ajan asukkaiden osallisuuden vahvistaminen osana paikallista yhteisöä.
3. Kestävän mökkeilyn edistäminen (ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen ulottuvuus)
4. Vapaa-ajan asuntojen ja vakituisten rakennuspaikkojen lisääminen.

Onnistumisen mittarit

	2023	2027	2030
Ulkomaa-kuntalaisten rahankäyttö mökillä, yhteensä €	Yli 52 milj. €	Yli 55 milj. €	Yli 60 milj. €
Viipymä	103 vrk	110 vrk	120 vrk
Vapaa-ajan asukkaiden osuus, jotka ovat tyytyväisiä vaikutusmahdollisuuksiin	x	kasvaa	kasvaa
Vaatimattomampien vapaa-ajan asuntojen jalostaminen	Rakennus- ja purkuluvat, vapaa-ajanasuntojen kaupat, määrä kasvaa +5 % /vuosi		

Lähteet: 1. Ja 2. Ruralia-insituutti, Mökkibarometri 2021 3. STF-standardoitu vapaa-ajanasukaskysely 4. Mikkelin kaupunki

Toimenpiteet

1. Aluekeskusten elinvoimaisuuden kehittäminen.

- Selvitetään mökkikannan rakenne ja sijoittuminen, jotta tunnistetaan, mitkä aluekeskukset ja maantieteelliset alueet ovat kannattavimpia kehittää tietoliikenneyhteyksien ja palvelutarjonnan suhteen.
- Huolehditaan riittävien ja vakaiden tietoliikenneyhteyksien toteuttamisesta (4G/5G) erityisesti aluekeskuksissa ja niiden lähialueilla mm. vapaa-ajan asumisen tarpeisiin.
- Parannetaan alemman tieverkon kuntoa ja kehitetään aluekeskusten palvelutarjontaa suotuisilla kehittämisvyöhykkeillä.
- Vahvistetaan olemassa olevien etätyötilojen kiinnostavuutta ja tarjontaa vapaa-ajanasukaille kehittämällä tiloihin liittyvää (oheis)palvelutarjontaa ja markkinoidaan etätyö- ja yhteisöllisiä tiloja vapaa-ajanasukaille.

2. Vapaa-ajanasukkaiden osallisuuden vahvistaminen osana paikallisyhteisöä.

- Vahvistetaan toimintamallia, jolla mahdollistetaan vapaa-ajanasukkaiden osallistaminen Mikkelin yhteisöihin ja vaikuttamisprosesseihin. Käydään säännöllistä dialogia vapaa-ajanasukkaiden kanssa (esim. Laiturilla-some, Laiturilla-foorumit) ja luodaan siten jatkuva vuorovaikutus kohderyhmän kanssa sekä sitoutetaan heitä seutuun.
- Toteutetaan aktiivista viestintää ja markkinointia vapaa-ajanasukaille, sekä nykyisille että uusille potentiaalisille. Näitä voivat olla esimerkiksi: kaupungin viestinnällinen tuki Laiturilla-brändille, linkitetty Laiturilla-banneri kaupungin verkkosivuille, säännöllinen vuosittainen kaupungin tervehdys vapaa-ajanasukaille, PR- ja mediatyö, brändimarkkinointi sekä muu viestinnällinen yhteistyö.

3. Kestävän mökkeilyn edistäminen.

- Kannustetaan vapaa-ajanasukkaita mökkeilemään kestävämmällä tavalla viestimällä ilmastoviisaista ja vastuullisista toimintamalleista ja ratkaisuista. Kestävää mökkeilyä edistetään tiedollisella ohjauksella kaikilla kestävyiden neljällä ulottuvuudella: ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen.
- Jatketaan tuen ja opastuksen tarjoamista ekologiseen rakentamiseen ja ekologisen kestävyiden edistämiseen mökkeilyssä, kuten energiatehokkaisuun ratkaisuihin (esim. aurinkoenergia, lämpöpumput, vedensäästöratkaisut). Vahvistetaan jätehuollon ratkaisuja ja kierrätysmahdollisuuksia mökkivaltaisilla alueilla.
- Kehitetään mahdollisuuksia liikkua alueella ympäristöystävällisesti: sähköautojen latauspisteet, pyöräilyreitit, julkisen liikenteen ja liityntäpysäköintimahdollisuuksien parantaminen sekä kimpakyytipalvelut.

4. Vapaa-ajanasuntojen ja vakituisten rakennuspaikkojen lisääminen.

- Vapaa-ajanasuntojen rakennuspaikkojen määrää kasvatetaan neuvonnalla.
- Vapaa-ajan asuinpaikkojen muuttaminen vakituisiksi asuinpaikoiksi suotuisilla kehittämisvyöhykkeillä.
- Sujuvoitetaan kaavoitus- ja lupa-asioiden käsittelyä.
- Tarjotaan erityisesti nuorille perheille suunnattuja edullisia tonttivaihtoehtoja tai vuokrattavia mökkiäpaikkoja.

Mikkelin matkailun kasvuohjelma 2025-2030
Päämaja - Mikkelin matkailun kehittämishanke
Euroopan Unionin osarahoittama, rahoituksen välittävä viranomainen on Etelä-Savon maakuntaliitto

MIKSEI MIKKELI



Euroopan unionin
osarahoittama



**Etelä-Savon
maakuntaliitto**