Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelman loppuraportti

10/2025

Helsinki

Kaupunginhallituksen elinkeinojaoston kokous 3.11.2025

Kuva: Svante Gullichsen

Toimintaohjelman toteutuminen - yhteenveto

- Toimintaohjelman toteutumiseen vaikuttivat neljä merkittävää ulkoista tekijää; jonkin verran vielä koronaviruspandemia, Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan, Lähi-idän tilanne sekä globaali taloustilanne. Ukrainassa käytävä sota vaikuttaa erityisesti matkailuun mm. venäläisten matkailijoiden puuttumisena sekä pidempinä lentoreitteinä muun muassa Japanin ja Kiinan markkinoilta Venäjän ylilentokiellon takia. Majoitusliikkeiden yöpymisten määrässä ylitettiin vuonna 2024 vuoden 2019 ennätysmäärät, ja kasvu on ollut viimeisen vuoden nousujohteista kaikissa matkailijaryhmissä. Tämän vuoden aikana kotimaisten vierailijoiden kulutuksen väheneminen on vaikuttanut matkailutuloon, yritysten kannattavuuteen ja työllistämismahdollisuuksiin.

- Myös tapahtuma-ala kärsii sodan vaikutuksista muun muassa sitä kautta, että suuret kansainväliset maailmankiertueet eivät suuntaudu enää Venäjälle, ja samalla myös Suomi jää usein kiertuekohteista väliin. Lisäksi Helsingissä ei toviin ollut kansainvälisen mittakaavan täyttävää sisätapahtuma-areenaa ja tilanne sekä konserttijärjestäjien että suurtapahtumahakujen kannalta oli tämän ajan kuluessa haastava. Sekä ammattilais- että yleisötapahtumien positiivinen vaikutus hotellien käyttöasteeseen, erityisesti kesätapahtumien ja kongressien aikaan, on merkittävä.

- Lähes kaikki matkailun ja tapahtumien toimintaohjelman toimenpiteet ovat toteutuneet erinomaisesti. Joitakin toimenpiteitä ei toteutettu toimintaympäristön muuttuneen tilanteen takia ja muutama toimenpide jäi toteutumatta priorisoinnin lopputuloksena. Muun muassa bleisure – matkailun jatkokehittäminen ja matkailun päästöjen kompensointi jäävät seuraavalla ohjelmakaudelle.

- Erinomaisina asioina voidaan pitää Helsingin saavutusta nousta maailman kestävämmäksi matkailukohteeksi ja systemaattista tiedolla johtamisen työtä. Erityisen positiivisena asiana voidaan pitää lisääntynyttä yritysten sitoutumista ohjelman toimenpiteiden eteenpäinviemiseen ja yritysten keskinäisen yhteistyön tiivistymistä. Tämä näkyy muun muassa Helsingin tekijät –verkoston jäsenmäärän kasvuna, tilaisuuksien osallistujamäärissä sekä yritysyhteistyönä toteutettuna palvelutarjontana. Lisäksi matkailu ja kohdepalvelut -yksikön sekä brändi ja tapahtumat -yksikön yhteistyö on tiivistynyt yhteisen toimintaohjelman myötä. Lisäksi on hyvä huomioida, että useat muut kaupunkikonsernin toimijat, toimialat, osastot ja yksiköt ovat osallistuneet toimenpiteiden edistämiseen. Vaikka kaupungin eri toimijat ymmärtävät jo matkailun ja tapahtumallisuuden tarpeita huomattavasti paremmin kuin vuonna 2022, on kaupunkikonsernin sisäiseen viestintään ja ymmärryksen lisäämiseen syytä panostaa tulevallakin ohjelmakaudella.

- Toimintaohjelmassa esitettyjen toimenpiteiden lisäksi on matkailun ja tapahtumien edistämiseksi tehty paljon niin sanottua perustyötä.

Matkailun ja tapahtumien tilannekuva

Helsinki

Kuva: Aleksi Poutanen

Helsingin matkailun tila

- Helsinki on Suomen suosituin matkailukohde monilla mittareilla mitattuna ja portti Suomen matkailulle. Vuonna 2024 matkailijoiden rekisteröityjen yöpymisten määrä Helsingissä kasvoi 10 prosenttia ohittaen näin jo vuoden 2019 ennätysluvut. Muun muassa yli 4,55 miljoonaa yöpymistä, suuri matkailutulo, 35 prosentin osuus kaikista Suomen kansainvälisistä yöpymisistä ja kolmasosa Suomen kansainvälisistä järjestökongresseista tekevät Helsingistä merkittävän matkailukohteen. Tämän lisäksi Helsingissä vieraili paljon päiväkävijöitä ja matkailijoita, jotka yöpyivät sukulaisten ja ystävien luona sekä maksullisessa kotimajoituksessa.

- Kestävät arvot, vahva kulttuurielämä, uniikit tapahtumat, monipuolinen ruoka- ja ravintolatarjonta, design sekä luonnonläheisyys ja merellisyys ovat Helsingin ykkösvaltteja matkailukohteena.

- Helsinki on maailmalta katsottuna eksoottinen kohde, jossa ei ole kesällä turhan kuuma ja jossa ei ole samanlaista massamatkailua kuin Etelä-Euroopassa. Myös Suomen Natoon liittyminen on nostanut Suomea ja Helsinkiä maailmankartalle. Tänä vuonna avautui uusia matkailun vetovoimatekijöitä kuten Paradox-museo sekä Duunarimuseo ja Helsinki Biennaali taideteoksineen valloitti Vallisaaren ja myös aiempaa enemmän muuta Helsinkiä. Mielenkiintoisia tapahtumia sekä näyttelyitä on ollut runsaasti tarjolla, majoitus- ja palvelutarjonta monipuolistuivat sekä useita uusia ravintoloita on avautunut.

- Geopoliittinen tilanne ja talouden epävarmuus ovat kuitenkin vaikuttaneet ja vaikuttavat Helsingin matkailun kilpailukykyyn. Pitkittyneet Ukrainan ja Lähi-idän sodat luovat epävarmuutta myös vuoteen 2026. Pidempi lentoreitti Aasian eri kohteista Helsinkiin, Suomen avautuminen kiinalaiselle ryhmämatkailulle vasta elokuussa 2023, Japanin matkailun palautuminen vasta vuonna 2025 mm. taloustilanteen takia, Pietarin puuttuminen kansainvälisten risteilyalusten ja tapahtumatuotantojen reiteiltä, ison tapahtuma-areenan avautuminen vasta syksyllä 2025 sekä kuluttajien heikentynyt maksukyky ovat asioita, jotka ovat vaikuttaneet ja vaikuttavat edelleen Helsingin matkailun ja tapahtumallisuuden kehittymiseen sekä yritysten kannattavuuteen. Myös vuonna 2025 nousseet arvonlisäverokannat ovat vaikuttaneet matkailun ja tapahtumien kilpailukykyyn.

- Ilmassa on kuitenkin monia myönteisiä merkkejä hitaasta talouskasvusta huolimatta. Suomen ja Helsingin tunnettuus on kasvanut ja matkustussentimentti Suomea kohtaan on noussut. Helsinkiin ostettujen lentolippujen määrä on kasvanut huomattavasti edellisestä vuodesta. Helsingin matkailun maailmanluokan saavutukset kestävyydessä ja Suomen valinta kahdeksannen kerran maailman onnellisemmaksi maaksi sekä sen myötä lanseerattu Happy Helsinki -kattoteema ovat lisänneet kiinnostusta Helsinkiä kohtaan.

Helsingin matkailu lukuina 2024 ja 2025

- Vuonna 2024 eniten ulkomaisia matkailijoita yöpyi majoitusliikkeissä Yhdysvalloista, Saksasta, Isosta Britanniasta, Ruotsista ja Japanista. Eniten yöpymiset kasvoivat Yhdysvalloista, Japanista, Kiinasta, Isosta Britanniasta ja Australiasta. (Tilastokeskus, majoitustilastot)
- Majoitustilastot näyttävät, että marraskuusta 2024 elokuuhun 2025 Helsingissä on saavutettu tilastohistorian ennätyskuukaudet yöpymisissä mitattuna. Erityisesti kansainvälisten vierailijoiden yöpymiset ovat kasvaneet. Eniten matkailijoita saapuu Yhdysvalloista, Saksasta, Ruotsista, Isosta-Britanniasta, Japanista, Italiasta. Vuonna 2025 tammi-elokuussa huoneiden käyttöaste oli 63,1 % kasvaen kuukausi kuukaudelta, keskihinta 124,08 € ja RevPAR 78,32 €. (Tilastokeskus, majoitustilasto, ennakkotiedot 25.9.2025.). Myös syyskuu ja lokakuu ovat ennakkotietojen mukaan kaikkien aikojen parhaita.
- Kotimaanmatkailu lisääntyi Helsingissä merkittävästi vuonna 2022 koronapandemian jälkeen. Kotimaisten matkailijoiden määrät kasvoivat vielä tästäkin vuonna 2023 ja 2024, mikä todistaa, että suomalaiset haluavat edelleen matkustaa pääkaupunkiin ja löytävät kaupungista uutta koettavaa. Vuonna 2025 kotimaisten yöpymiset majoitusliikkeissä eivät ole enää kasvaneet johtuen muun muassa vähäisemmästä määrästä suurkonsertteja ja taloustilanteesta. Liikematkustajien osuus kaikista rekisteröidyistä yöpymisistä oli yli 44 prosenttia. Kansainvälisiä järjestökongresseja järjestettiin 187.
- Yöpyjiä on myös majoitusliikkeiden ulkopuolella ystävien ja tuttavien luona sekä lyhytaikaisissa vuokra-asunnoissa. Arvio heidän yöpymisvuorokausistaan oli vuonna 2024 noin 7,7 miljoonaa yötä. Lisäksi Helsingissä käy paljon päivämatkailijoita, arviolta 3 miljoonaa, kuten kansainvälisiä risteilymatkailijoita ja kotimaisia päiväkävijöitä.
- Lento- ja matkustajamäärät Helsinki-Vantaalla olivat tasaisia koko vuoden ajan. 2024 lentomatkustajia oli yhteensä 16,31 miljoonaa (+6,5 prosenttia vuoteen 2024 verrattuna). Uusia lentoreittejä on avautunut useita. Helsinki-Vantaalle lennetään yli 140 kohteesta ympäri maailmaa. Vuonna 2025 lentomatkustajien määrät ovat kasvaneet, mutta vielä ei ole saavutettu vuoden 2019 määriä. (Finavia)
- Helsingin Sataman linjaliikenteen matkustajamäärä jatkoi palautumista koronavuosista, ollen 9,37 miljoonaa vuonna 2024. Tammi-elokuussa linjaliikenteessä kulki 6,6 miljoonaa matkustajaa, mikä on 1,4 % enemmän kuin edellisen vuoden vastaavana aikana. Vuonna 2024 kansainvälisiä risteilyaluksia saapui 97 ja vuonna 2025 aluskäyntejä on odotettavissa yhteensä 98. Helsingissä vierailevat risteilymatkustajat käyttävät eniten rahaa ennakolta maksettuihin palveluihin ja ostoksiin/shoppailuun. Keskimääräinen rahamäärä per matkustaja oli 58,5 euroa. Risteilymatkustuksen volyymi huomioiden käytetty rahamäärä on arviolta yhteensä hieman yli 8 miljoonaa euroa. Väylä-, luotsaus- ja satamamaksujen sekä välillisten vaikutusten myötä risteilymatkustuksen generoima kokonaisrahamäärä on 19 miljoonaa euroa. Pietarin jäätyä pois risteilyreiteiltä Helsingin ja Itämeren muiden kohteiden houkuttelevuutta on nostettava, jotta saavutetaan pandemiaa edeltävät luvut. (Helsingin Satama)
- Helsingin kaupunginmuseossa, Hakasalmen huvilassa, Ratikkamuseossa Töölössä ja Ruiskumestarin talossa Kruununhaassa tehtiin vuonna 2024 yhteensä 429 327 museokäyntiä. Entinen Työväenasuntomuseo, eli uusi Duunarimuseo avattiin elokuussa 2025. Kolmas Helsinki biennaali järjestettiin 8.6.–21.9.2025 Vallisaaressa, Esplanadin puistossa ja HAM Helsingin taidemuseossa. Biennaali on Helsingiltä merkittävä investointi kuvataiteeseen ja tapahtuma kasvatti Helsingin tunnettuutta kulttuuri- ja kuvataidekaupunkina. Helsinki Biennaalissa vieraili noin 568 000 kävijää.
- Vuonna 2024 avautui neljä uutta majoitusliikettä. Vuonna 2025 on avautunut yksi uusi majoitusliike sekä muutamia olemassa olevien hotellikiinteistöjen konseptien muutoksia ja hotellien laajennuksia. Käytännössä kaikilla uusilla hankkeilla on jonkinlainen ympäristösertifikaatti ja hotellitoimijat sitoutuvat kestävän matkailun tavoitteisiin. Hankkeet ovat kasvattaneet Helsingin majoituskapasiteettia useilla tuhansilla huoneilla. Kaupunki ei ole enää aktiivisesti houkutellut ulkomaisia toimijoita ja operaattoreita hotellisektorille.

Helsinki tapahtumakaupunkina

Helsingin tapahtumallisuuden tilannekuva

- Helsingissä on vuoden 2025 aikana ollut 26 suurtapahtumaa (tapahtumakohtainen kävijämäärä 10 000 -25 000 tai enemmän),
- Vuonna 2025 Helsingissä järjestetään arviolta 150 kongressia, joissa delegaattimäärä on noin 70 000.
- Tapahtumat tuottavat merkittäviä talousvaikutuksia, lisäävät elinvoimaa ja kiinnostusta Helsinkiä kohtaan vierailukohteena. Tapahtuma-alan liikevaihto on vahvistunut jatkuvasti (Helsingin erillislukua ei ole saatavilla). Lisäksi tapahtumat vahvistavat palvelusektorin, erityisesti majoitus-, ravintola- ja liikennepalveluiden kysyntää.Suuret tapahtumat ja kongressit kasvattavat Helsingin majoitusliikkeiden käyttöasteita ja huonekohtaisia tuottoja merkittävästi.
- Helsinki koetaan hyvänä tapahtumakaupunkina. Tutkittujen tapahtumien mukaan Helsinki sai vuonna 2024 pisteiksi 4,58 ja vuonna 2025 4,64 (asteikolla 1-5, tapahtumakävijöiden arvio). Vuoden 2024 ja 2025 kävijätutkimusten mukaan (N=78.000) Helsinki on toimiva, elävä, turvallinen, urbaani ja avoin kaupunki ja se koetaan hyväksi tapahtumakaupungiksi.
- Helsingin tapahtumapaikkatilanne on kehittynyt, mutta kaupungin pitää tätä edelleen aktiivisesti ja tuloksellisesti edistää sekä lyhyen että pitkän aikavälin ratkaisuiden kannalta. Helsinki-hallin tyhjillään oleminen vaikeutti entisestään Helsingin ja koko Suomen asemaa kansainvälisten suurtapahtumien pitopaikkana. Hallikaupat finalisoitiin keväällä 2025 ja elokuussa 2025 julkaistiin Veikkaus Arenan ensimmäiset tapahtumat.
- Joukkoliikenne on tärkeässä osassa tapahtumien sujuvuutta ja turvallisuutta. Tapahtumakävijöistä vuonna 2024 ja 2025 noin 60% matkusti joukkoliikenteellä Helsinkiin (min 20%, max 80% ja stadionkonserteissa 50-60%muualta saapuneista). Asia vaikuttaa positiivisesti tapahtumien hiilijalajäljen ja kestävyyden kehittymiseen.
- Tapahtumallisuuden kehittämisen näkökulmasta on erittäin positiivista, että tapahtumakävijöiden lisäksi helsinkiläiset pitävät tapahtumia pääsääntöisesti hyvänä asiana. Niiden nähdään tuovan kansainvälisyyttä, vaikuttavan positiivisesti kaupungin talouteen ja lisäävän Helsingin elinvoimaa. Vaikka asukkaiden suhtautuminen tapahtumiin on hyvä, tulevaisuudessa toivotaan, että paikallisväestöä osallistetaan yhä enemmän tapahtumien suunnittelussa.

Tapahtuma-alan yleistä tilannekuva

- Toimintaohjelman toteutumiseen on vaikuttanut monta merkittävää kansainvälistä ja kotimaista tekijää, kuten koronaviruspandemiasta alalle aiheutuneet haasteet, Venäjän hyökkäyssodan alkaminen ja jatkuminen, Lähi-idän tilanteen eskaloituminen sekä yleinen globaali ennakoimattomuus. Venäjän hyökkäyssodasta johtuen kansainväliset maailmankiertueet jättävät edelleen Suomen pois kiertueiltaan, koska kiertueet eivät voi jatkaa matkaansa Suomesta Venäjän markkinoille.
- Turun yliopiston tekemän tapahtuma-alan toimialatutkimuksen (2022-2023) mukaan Suomen tapahtuma-alan liikevaihto on kasvanut 28 % vuodesta 2018 vuoteen 2023. Toimialan liikevaihto on ollut vuonna 2023 tutkijoiden arvioiden mukaan yli 2,8 miljardia euroa.
- Salmi Platformin kehitysprojekti vuonna 2023 kartoitti tapahtumien sosiaalisia vaikutuksia. Laajan valtakunnallisen tutkimuksen tulokset osoittivat, että tapahtumat vaikuttavat positiivisesti yksilön hyvinvointiin, yhteisöllisyyteen, monimuotoisuuden, kokemukseen, paikkakunnan vetovoimaan ja näkyvyyteen.
- Vaikka tapahtuma-alan kasvu on ollut merkittävää, myös haasteita on kansallisella tasolla edelleen ratkottavana. Tapahtuma-alaa ei muun muassa tunnisteta tilastoissa yksiselitteisesti; tämä näkyy erityisesti lainsäädännössä, viranomaistoiminnassa eikä julkisissa palveluissa. Esimerkkinä tästä voidaan mainita kokoontumislaki, jossa yhdistysten järjestämät kyläjuhlat ja stadionin kokoiset tapahtumat tulkitaan laissa samanlaisina yleisötilaisuuksina.

Lähde: Datalokki, Helsinki Linked Events 12.9.2025, Salmi Platform, Sponsor Insight, Visitory 23 ja 25, FCB

Helsinki on hyvä tapahtumakaupunki

- Helsingin tapahtumallisuutta ja tapahtumia on tutkittu toimintaohjelman aikana monesta eri näkökulmasta ja kaikki tutkimukset, joissa kävijöiltä kysyttiin Helsingin suositeltavuutta tapahtumakaupunkina, osoittavat Helsingin oleva hyvä tai erittäin hyvä tapahtumakaupunki (yleisötapahtumien kävijätutkimuksista yli 94% antoi Helsingille tapahtumakaupunkina arvosanaksi erittäin hyvä tai hyvä), mutta kehitettävääkin toki löytyy.
- Tapahtumakävijät ovat valmiita suosittelemaan Helsinkiä tapahtumakaupunkina, Helsinkiä pidetään avoimena, turvallisena ja elävänä ja Helsingin tapahtumakävijöiden hiilijalanjälki on Suomen alhaisin. Helsingin NPS tapahtumakaupunkina on korkea (79) ja tästä on tärkeää pitää jatkossakin kiinni.
- Tapahtumatutkimusten mukaan kävijöiden kokemuksessa parannettavaa oli mm. tapahtumapaikkojen opastuksissa, taksipalveluissa, joukkoliikenteessä sekä ruokailumahdollisuuksissa erityisesti tapahtumien jälkeen. Useimmiten puutteellinen viestintä varsinkin joukkoliikenteestä ja pysäköintimahdollisuuksista koettiin puutteellisiksi. Muut avoimet vastaukset ottivat kantaa korkeaan hintatasoon ja erityisesti Mannerheimintien remontti sai paljon negatiivista palautetta.
- Ne tapahtumakävijät, jotka tunsivat turvattomuutta kertoivat sen johtuvan muun muassa liiallisesta päihteiden käytöstä, ihmismassoista, epäasiallisesta tai fyysisestä häirinnästä, järjestyksenvalvonnan tehottomuudesta ja liikkumisesta yöaikaan Helsingin keskustassa. Lisäksi asiakkaat antoivat palautetta esteettömän liikkumisen puutteista.
- Vastuullisuustoimenpiteistä tapahtumakävijät pitivät tärkeinä kierrätystä ja jätteenkäsittelyä. Tärkeysjärjestyksessä seuraaviksi vastuullisasioissa nousivat turvallisen tilan periaatteet, esteettömyys ja yhdenvertaisuus. Miltei kaikissa tutkituissa tapahtumissa korostettiin myös julkisen liikenteen kulkuyhteyksien viestintää (HSL).
- Helsinkiin saapuvien tapahtumakävijöiden hiilijalanjälki on kansallisesti verrattuna matala, 0,041 kgCO2e/km, kun vertailulukuna käytetään kaikkien Suomen alueella mittauksissa olleiden tapahtumakävijöiden keskimääräistä hiilijalanjälkeä, joka on 0,113 kgCO2e/km. Helsinkiläiset tapahtumat ovat tutkitusti myös sosiaalisesti vaikuttavia.
- Lisäksi tapahtumat ovat taloudellisesti vaikuttavia ja ne ruokkivat omalta osaltaan muiden palveluiden kysyntää. Taloudellisen vaikuttavuuden lisäksi tapahtumien sosiaalinen vaikutus on kävijöille merkityksellinen.
- Onkin tärkeää keskittyä nyt ja tulevaisuudessa kehitettäviin kohtiin ja pitää hyvin toimivat asiat vähintäänkin hyvällä tasolla, mielellään tietysti parantaa tuloksia.
- Vuonna 2024 ja 2025 tutkimme tapahtumia ja tapahtumallisuutta media-analyysien, tapahtumakävijäkyselyiden ja asukaskyselyn avulla

Lähteet: Tapahtumatumakävijätutkimus Sponsor Insight, Media-analyysistä osuuksia Retriver, Helsinki Partners, Asukastutkimus Helsingin matkailusäätiö, Visitory

Helsinki

Kuva: Jussi Eskola

Helsinki, Suomen merkittävin matkailu- ja tapahtumakaupunki 2024

4,55 miljoonaa
Yöpymisten määrä Helsingissä (+10%)
TILASTOKESKUS
Kaikki yöpymiset yhteensä 12,3 miljoonaa ja päiväkävijöitä 3 miljoonaa

1,5 mrd. €
Helsingin suora matkailutulo 2024
VISITORY

2,45 mrd. €
Helsingin matkailun kokonaisvaikutukset 2024
VISITORY

16,31 miljoonaa
lentomatkustajaa Helsinki-Vantaalla (+6,5%)
FINAVIA

9,37 miljoonaa
sataman linjaliikenteen matkustajaa (+5%)
HELSINGIN SATAMA

138 675
kansainvälistä risteilymatkustajaa (-14,8%)
HELSINGIN SATAMA

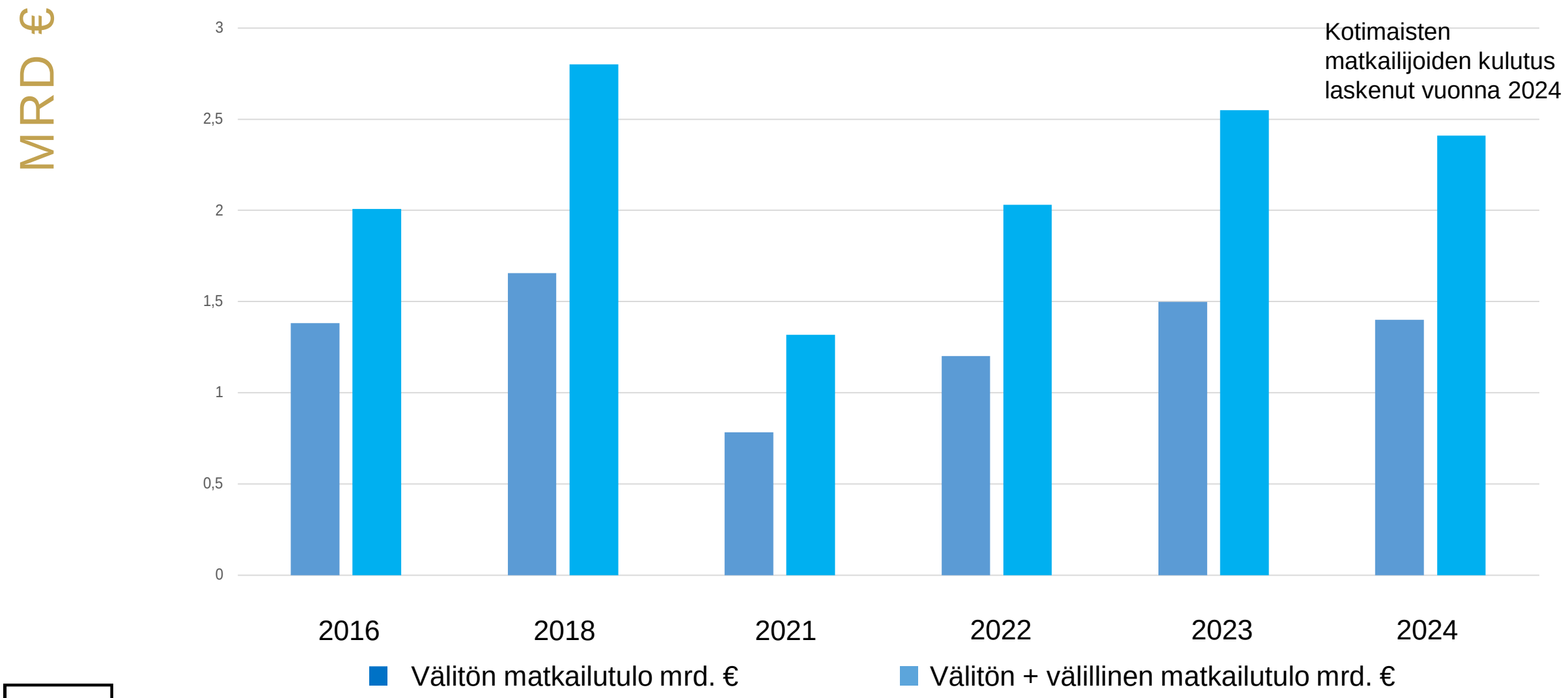
27 000 työllistä
8127 toimipaikkaa
TILASTOKESKUS

2,4 miljoonaa
osallistujaa partneri- ja suurtapahtumissa
HELSINGIN KAUPUNKI

187
Kansainvälistä järjestökongressia
63 438 osallistujaa (+23%)
HELSINKI PARTNERS

Helsinki

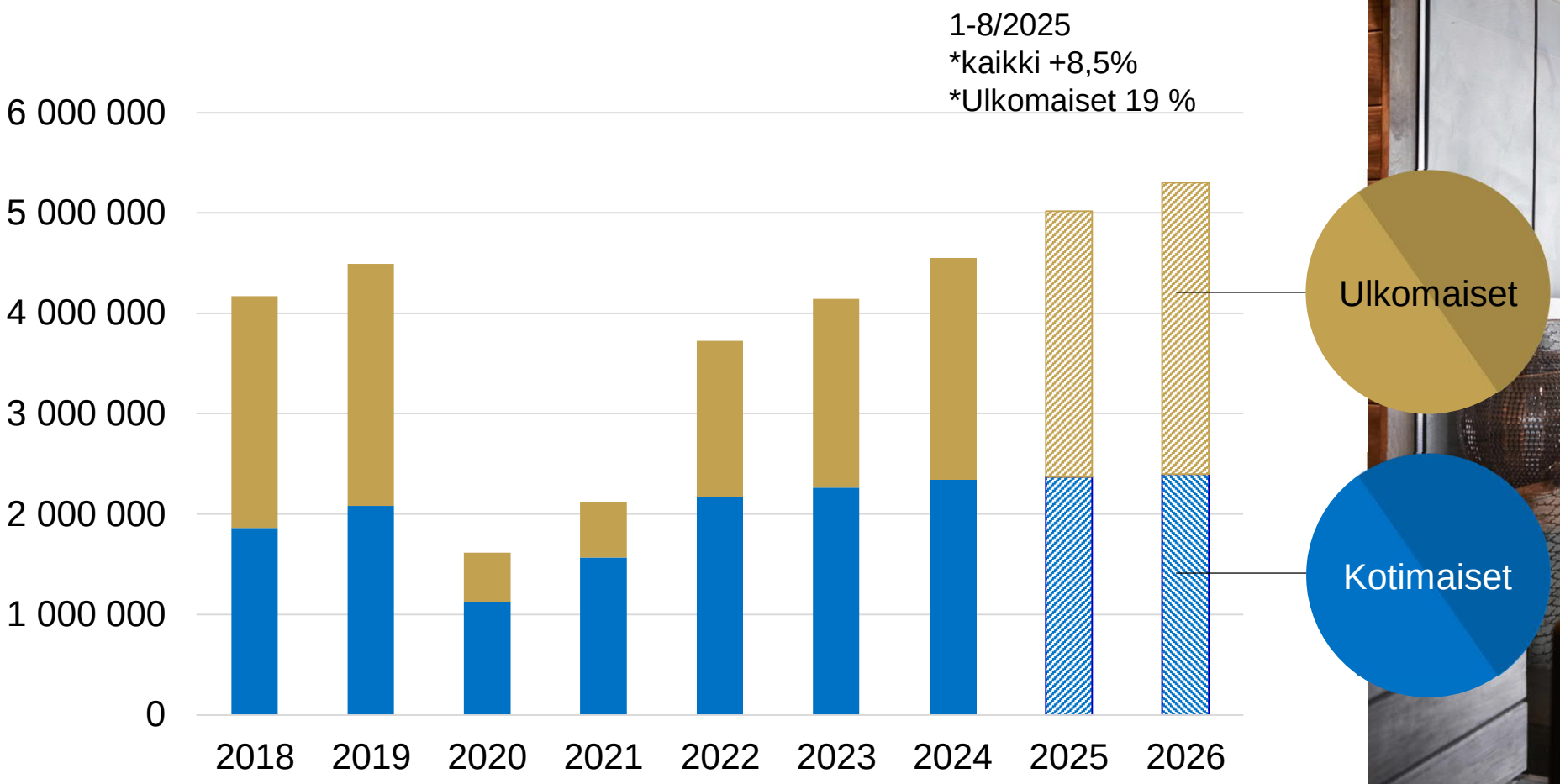
Helsingin matkailutulo



Lähde: Visitory/ DataLokki

Helsinki

Rekisteröidyt yöpymiset 2018-2024 ja arvio 2025-2026



+1.4% vuonna 2024 vs vuosi 2019

Lähde: Tilastokeskus, majoitustilastot

Kuva: Lapland Hotel Bulevard

Helsinki

Vuoden 2024 avainluvut rekisteröidyissä yöpymisissä Helsingin matkailussa

Huonekäyttöaste
59,2%
(+4,5 %)

Ulkomaisen yöpymisen keskihinta 81,08 €
(+1%)

Huoneen keskihinta
125,64 € (+2%)

Ulkomainen majoitusmyynti
179 milj. € (+17,6 %)

RevPar (EUR)
74,34 € (+6,3%)

Kotimainen majoitusmyynti
177 milj. € (+5%)

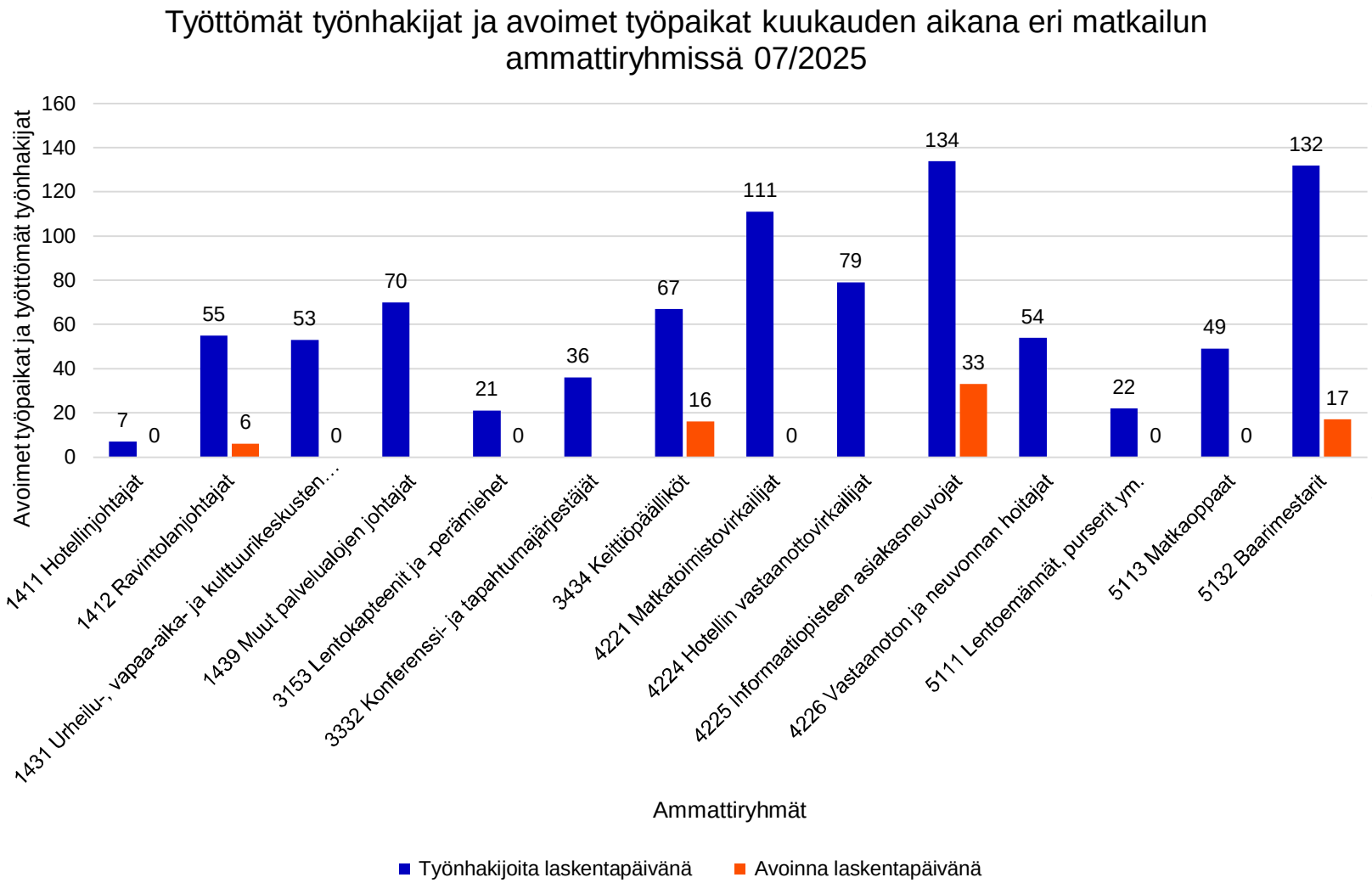
RevPar = Majoituksen keskimääräinen myyntitulo käytettävissä olevaa huonetta kohden. Laskentakaava: RevPar = Huoneiden keskihinta*huoneiden käyttöaste. Kasvuluvut verrattuna vuoteen 2023.

Lähteet: DataLokki
Tilastokeskus, Rudolf- palvelu
Tilastokeskus

- 80 majoitusliikettä, 13 076 käytössä olevaa huonetta
- Ulkomaisten yöpymisten määrä lähestyy kotimaisten määrää, 48 % yöpymistä oli ulkomaisia ja 1-8/2025 jo samalla tasolla kuin vuonna 2019 eli 53 %.
- Helsingin markkinaosuus Suomen ulkomaisista yöpymistä oli 35 % (34,2% vuonna 2019).
- Vaikka yöpymisten määrä on ollut tasaisessa kasvussa, ylittäen jo vuoden 2019 tason, ovat samalla käyttöasteet ja monet muut liiketoiminnan kannattavuutta osoittavat mittarit edelleen matalammalla tasolla muun muassa lisääntyneen kapasiteetin seurauksena.
- Vuonna 2025 tammi-elokuussa
  - Käyttöaste 63,1 %
  - RevPar 78,32 €
- Suuret tapahtumat ja kongressit kasvattavat Helsingin majoitusliikkeiden käyttöasteita ja huonekohtaisia tuottoja merkittävästi.

Helsinki

Matkailun ja tapahtumien työllisyys

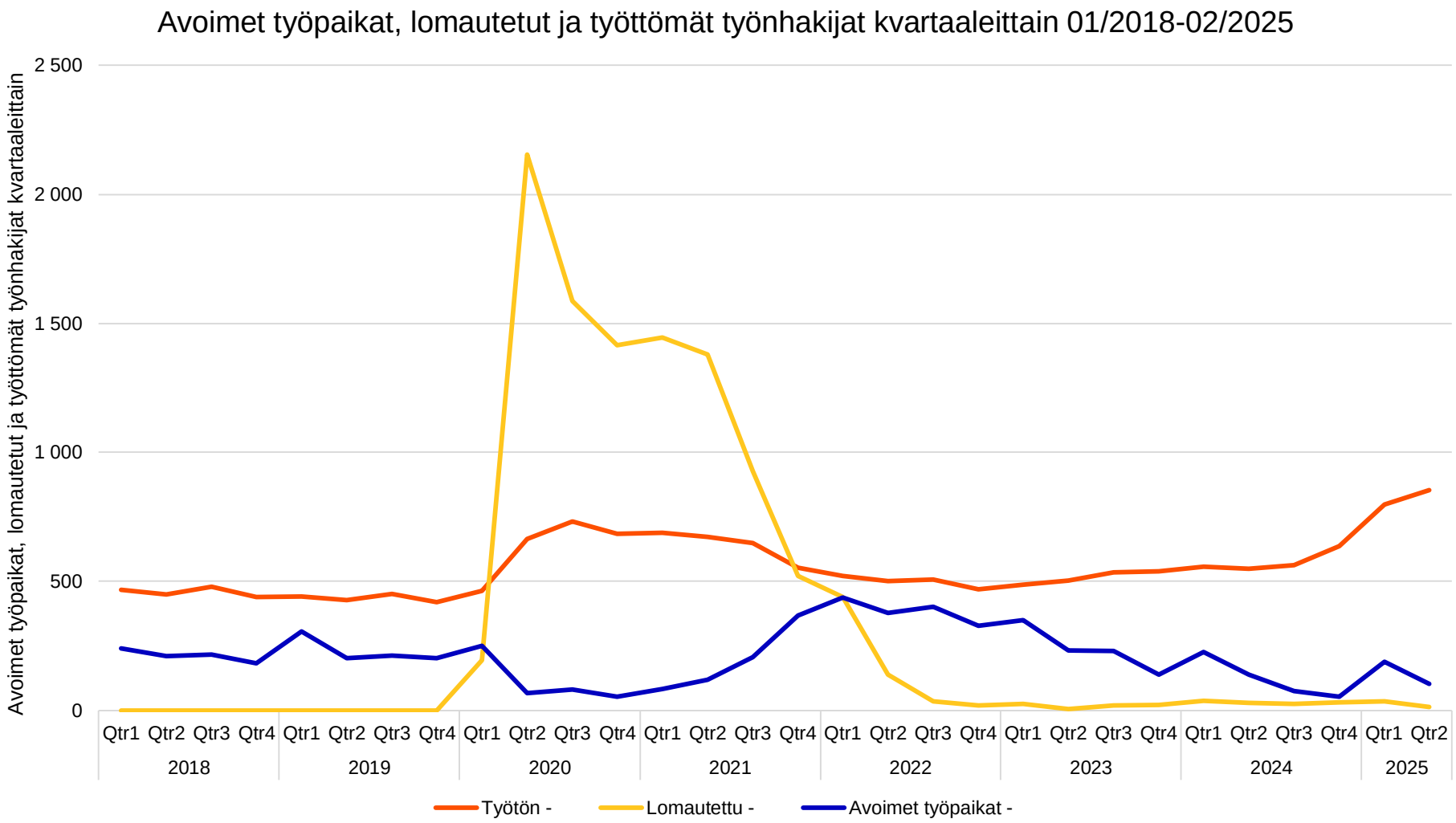


- Datan lähteinä käytetyt avoimet työpaikat ja työttömät työnhakijoiden luvut kuvaavat tilannetta kuukauden lopussa. Työnhakijat sisältävät työttömät ja lomautetut.
- Lähteet: Työnvälitystilasto - 2205. Avoimet työpaikat ammatin, toimialan ja sektorin mukaan. Työnvälitystilasto - 1205. Työnhakijat ammatin ja työllisyyden mukaan, työ- ja elinkeinoministeriön selvitys 27.1.2023, Tapahtumateollisuuden toimialaraportti

- Majoituksen ja ravitsemistoiminnan toimialoilla työttömyys lähti kasvuun vuoden 2024 viimeisellä kvartaalilla ja on jatkunut vuoden 2025 ensimmäisellä puoliskolla. Samalla työpaikkojen määrä on laskenut.
- Heinäkuussa 2025 eniten oli työttöminä työnhakijoina baarimestareita ja informaatiopisteiden asiakasneuvojia. Osa-aikatyön osuus majoitus- ja ravitsemistoimialojen sekä tapahtumatoimialan palkansaajista on 45 prosenttia, joka on huomattavasti suurempi kuin monen muun toimialan. Myös vuokratyövoiman käyttö on yleistä. Esimerkiksi ravintoloissa jopa neljännes työntekijöistä on henkilöstövuokrausyrityksen palveluksessa. Samoin majoitus- ja ravitsemistoiminnan toimialoilla ulkomaalaistaustaisten osuus alan työllisistä Helsingissä on korkea, vuonna 2023 noin 41 prosenttia (Tilastokeskus).
- Matkailutoimialojen toimipaikkojen määrä oli vuoden 2024 viimeisellä kvartaalilla 8127, laskua vuoteen 2023 yhteensä 414 toimipaikkaa. (Tilastokeskus).
- Tapahtuma-ala työllistää Suomessa vakituisesti noin 20 000 henkilöä ja tilapäisesti 120 000–175 000 henkilöä, ja se on palveluliiketoimintaa monimutkaisissa yritysverkostoissa, kuten festivaaleilla ja konserteissa, messuilla ja yritystapahtumissa. Ala on yleisesti työvoimaintensiivinen ja tilapäinen, mutta se on kärsinyt tunnistamattomuuden ja hajanaisen sääntelyn vuoksi. Alan koko maan toimijoista, liikevaihdosta ja henkilömäärästä noin puolet sijoittuu Uudellemaalle, helsinkiläisiä yrityksiä ei ole toimialatutkimuksessa eritelty.

Helsinki

Majoitus- ja ravitsemisalojen työllisyys 2018-2025



Havainnot:

- Matkailualan ammattinimikkeiden työttömien määrä pysyi kvartaalitasolla suhteellisen tasaisena vuosina 2022–2024, mutta nousi jyrkemmin vuoden 2024 viimeisen ja vuoden 2025 ensimmäisen neljänneksen välillä.

Lähde: Tilastokeskus

Helsinki

Helsingin vierailijakokemus

Viimeisen vuoden aikana julkisten asiakasarviodatan perusteella helsinkiläiset palveluntarjoajat ovat pystyneet vastaamaan asiakkaiden odotuksiin hyvin.

- Yleinen sentimentti on parantunut +0,6 % kuluneen vuoden aikana. Helsingin palveluiden saama sentimentti on myös parempi kuin pohjoismaisissa verrokkikaupungeissa Tukholmassa ja Kööpenhaminassa.

- Noin 80 000 julkisen asiakasarvion perusteella helsinkiläiset palvelut saavat positiivista palautetta palvelunlaadusta, ruuasta ja juomasta sekä fasiliteeteista. Yleisiä kehittämiskohtia palveluissa ovat puolestaan varausprosessit, saatavuus ja inklusiivisuus. (Data Appeal 22.9..2025)

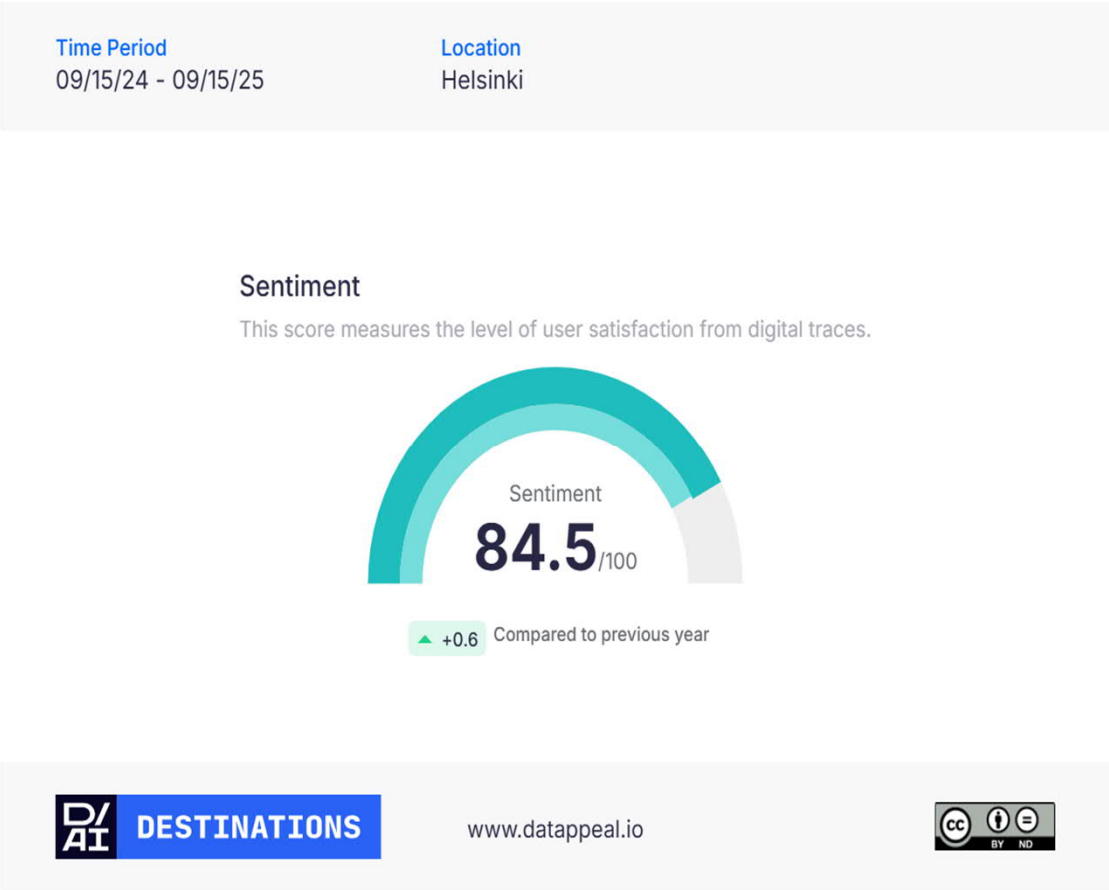
Helsingin vierailijakokemuskyselyn perusteella suositteluhalukkuus on erinomaisella tasolla NPS **67.27** (22.9.2025)

Helsingin suositeltavuus tapahtumakaupunkina(NPS)

- 77 (vuoden 2024 kävijäkyselyt, otanta 50 000)
- **79** (vuoden 2025 kävijäkyselyt, otanta 28 000)

Lähde: Sponsor Insight: tapahtumakävijäkyselyt 2024 ja 2025

*NPS: mittaa asiakkaiden suositteluhalukkuutta ja uskollisuutta



Helsinki on hyvä tapahtumakaupunki

(Kävijätutkimukset 2024: Coldplay, Metallica, Bruce Springsteen, PMMP, Tuska, Flow, Sideways, Juhlaviikot, Suomi-Ruotsi maaottelu, Helsinki Cup, Tall Ship Races, Helsinki City Running Day = N 50 000)

”Perustuen tapahtuma-kokemukseesi, onko Helsinki hyvä tapahtumakaupunki?” (asteikolla 1-5)	Helsingissä turvalliseksi olonsa kokeneiden osuus	Mitkä adjektiivit kuvaavat Helsinkiä tapahtuma-kokemuksesi perusteella?	Helsingin suositeltavuus tapahtumakaupunkina (NPS)	Matkusti Helsinkiin joukkoliikenteellä. (% muualta saapuneista)
4,58	97%	1. TOIMIVA 2. ELÄVÄ 3. TURVALLINEN 4. URBAANI 5. AVOIN	77	59%
	(min 95, max 99)		(min 68, max 84, muu Suomi BM 48)	(min 19%, max 82%)
”Paikkakuntalaisena olen ylpeä, että tapahtuma järjestettiin täällä” (Kysytty vain helsinkiläisiltä)	Helsingin ulkopuolelta saapuneista vastaajista oli paikkakunnalla tapahtuman vuoksi.	”Tapahtumassa käynti paransi tyytyväisyyttä elämääni”	Tapahtumakävijöiden rahankäyttö Helsingissä	Tapahtumakävijöiden rahankäyttö Helsingissä kaupungin ulkopuolelta saapuneiden osuus
77%	95%	95%	235	175
(n. 47 515 kävijää)	(n. 218 312 kävijää)	(n. 276 945 kävijää)	miljoonaa euroa	miljoonaa euroa

Helsinki

Lähde: Sponsor Insight 2024

Helsinki koetaan hyvänä tapahtumakaupunkina

Kävijätutkimukset 2025, **N=28 171** (Robbie Williams, Iron Maiden, Ultra Bra, Katri Helena, Tuska Festival, Teurastamo Festival, A la Park festivaali, Hellsinki Metal Festival, Helsinki Cup, Helsinki City Running Day, Naisten 10, Muodostelmaluistelun MM-kilpailut, Allas Liven keikat)

(Kävijätutkimukset 2024, N 50 000 (Coldplay, Metallica, Bruce Springsteen, PMMP, Tuska, Flow, Sideways, Juhlaviikot, Suomi-Ruotsi maaottelu, Helsinki Cup, Tall Ship Races, Helsinki City Running Day)

Helsinki tapahtuma-kaupunkina (ast. 1-5)

4,64

(min 4,44 / max 4,80)

2024: 4,58

Helsingissä turvalliseksi olonsa kokee

98%

% stadionkonserttien kävijöissä

2024: 97 %

Kävijöiden mielikuvat Helsingistä

1. TOIMIVA
2. ELÄVÄ
3. TURVALLINEN
4. URBAANI
5. AVOIN

2024: toimiva, elävä, turvallinen, urbaani, avoin

Majoittuu maksullisesti
(avg. sisältäen myös paikalliset tapahtumakävijät)

20+%

(min 5%, max 35%)
(stadionkonserteissa 25-35%)

2024: 20+%

Matkusti Helsinkiin joukkoliikenteellä.
(% muualta saapuneista)

60+%

(min 20%, max 80%)
(stadionkonserteissa 50-60%)

2024: 59 %

Stadionkonserttien kävijöistä Helsingin ulkopuolelta saapuu

70-85%

Esiintyjästä ja ajan-kohdasta riippuen

Matkustaa Helsinkiin ensisijaisesti tapahtuman vuoksi

n. 95%

Muualta saapuneista stadionkonserttien kävijöistä

2024: 95 %

Käyttää ravintola-palveluita myös stadionin ulkopuolella

45-60%

Muualta saapuneista stadionkonserttien kävijöistä

Tapahtumakävijöiden rahankäyttö Helsingissä

98,5

miljoonaa euroa
(11 tapahtumaa)

2024: 235 milj. €
(12 tapahtumaa)

…josta Helsingin ulkopuolelta saapuneiden osuus

78,5

miljoonaa euroa
(11 tapahtumaa)

2024: 175 milj. €
(12 tapahtumaa)

Helsinki

Lähde: Sponsor Insight 2025

Kansainväliset kongressit

Vuosi	Kongresseja / osallistujia	Taloudellinen vaikutus*
2024	187 / 63 438	117,4 M€
2025, arvio	135 / 70 000	129,5 M€
2026, vahvistuneet	14 / 11 000	20,4 M€
2027, vahvistuneet	8 / 21 500	39,8 M€
2028,vahvistuneet	6 / 23 500	43,5 M€

2024 suosituimmat alat:

- Luonnontieteet ja matematiikka 21 %
- Lääketiede ja terveystieteet 19 %
- Yhteiskuntatieteet, historia ja turvallisuus 19 %

- 70% kongressiosallistujista on ensimmäistä kertaa Helsingissä.
- 2/3 voisi harkita Helsinkiä vapaa-ajan matkakohteeksi kongressiin osallistuttuaan.

Huomioita

- Kongressien osalta vuodet vaihtelevat, eli kasvu ei ole lineaarista.
- Yleisesti Helsinki kiinnostaa – Suomi on tällä hetkellä Pohjoismaiden suosituin kongressimaa.
- Yrityskokousasiakkailla myyntiprosessi on nopeampi – heille myydään vielä vuotta 2026.

Helsinki Partners

*2000 euroa / kongressiosallistuja sis. kongressimaksun ja viipymään liittyvä kulutus Helsingissä

Helsinki

Matkailun ja tapahtumien toimintaohjelman toteutuminen - loppuraportti

Helsinki

Strategiset tavoitteet

A. **Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki**

B. **Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla**

C. **Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki**

Helsinki

A. Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki	B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla	C. Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki
Strategiset valinnat		
A.1. Matkailun kasvu syntyy kansainvälisistä vierailijoista	B.1. Ympäristön kestävyys ja hiilineutraalius kehittämisen kärkenä	C.1. Matkailun ja tapahtumien älykäs kehittäminen pohjautuu tietoon
A.2.Tapahtumallisuus vahvistaa Helsingin elävyyttä ja elinvoimaa	B.2. Helsinkiläiset, inklusiivisuus sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys kehittämisen keskiössä	C.2. Kaupunkitilaan liittyvät päätökset tukevat matkailua ja tapahtumallisuutta
A.3. Kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat kasvun moottoreina	B.3. Helsinki on kestävyydessä maailman kärjessä indeksien ja sertifiointien avulla todennettuna	C.3. Helsinki on toimiva tapahtumien alusta
Kehittymisen perusedellytykset		
A.4. Omaleimainen kaupunkikulttuuri, ruoka ja ainutlaatuinen luonto vetovoiman vahvistajina	B.4.Osaavan työvoiman saatavuus on toimialojen elinehto	C.4. Yritysten digitaalisen kyvykkyyden edistämisellä lisää kilpailukykyä
A.5. Hyvät liikenneyhteydet ja sujuvat asiakaspolut kilpailukyvyn perusedellytyksinä	B.5. Kokonaisvaltaiseen turvallisuuteen panostaminen on vetovoiman perusedellytys	C.5. Kasvua ja uudistumista matkailun ja tapahtumien innovaatiotoimintaa kiihdyttämällä

Toimenpiteiden toteutuminen

A.1.	1	A.3.	7	A.5.	6	B.2.	5	B.4.	1	C.2.	4
A.1.	2	A.3.	8	B.1.	1	B.2.	6	B.4.	2	C.2.	5
A.1.	3	A.3.	9	B.1.	2	B.2.	7	B.4.	3	C.2.	6
A.2.	1	A.4.	1	B.1.	3	B.2.	8	B.4.	4	C.3.	1
A.2.	2	A.4.	2	B.1.	4	B.2.	9	B.5.	1	C.3.	2
A.2.	3	A.4.	3	B.1.	5	B.2.	10	B.5.	2	C.3.	3
A.2.	4	A.4.	4	B.1.	6	B.2.	11	B.5.	3	C.3.	4
A.2.	5	A.4.	5	B.1.	7	B.3.	1	B.5.	4	C.4.	1
A.2.	6	A.4.	6	B.1.	8	B.3.	2	B.5.	5	C.4.	2
A.2.	7	A.4.	7	B.1.	9	B.3.	3	C.1.	1	C.4.	3
A.3.	1	A.4.	8	B.1.	10	B.3.	4	C.1.	2	C.5.	1
A.3.	2	A.5.	1	B.1.	11	B.3.	5	C.1.	3	C.5.	2
A.3.	3	A.5.	2	B.2.	1	B.3.	6	C.1.	4	C.5.	3
A.3.	4	A.5.	3	B.2.	2	B.3.	7	C.2.	1		
A.3.	5	A.5.	4	B.2.	3	B.3.	8	C.2.	2		
A.3.	6	A.5.	5	B.2.	4	B.3.	9	C.2.	3		

Toteutunut
Toteutunut osittain
Ei toteutunut
Toimenpide todettu tarpeettomaksi

Toimintaohjelman KPI:t

Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki	2021	2022	2023	2024	Ennuste 2025	Tavoite 2026
Rekisteröidyt yöpymiset kasvavat (2021)	2,1 milj.	3,7 milj.	4,1 milj.	4,5 milj.	5 milj	5 milj.
Kansainvälisten järjestökongressien määrä kasvaa (2021)	143	158	202	187	150	450
Varmistuneiden hotelli-investointien määrä yhteensä vuosina 2021–26 ja monimuotoisuus kasvavat (2021) (under construction)	8	12	11	8	7	10
Matkailuyritysten määrä kasvaa, toimialojen toimipaikkojen määrä (2021)	7 674	8 300	8 541	8 127	8 000	8000
Tapahtumapaikkojen luokittelu	ei	ei	ei	ei	ei	kyllä
Helsingin suurtapahtumien määrä (10 000 os. >) , kasvusuuntainen (UUSI -2024)	-	-	23	36	26	Systemaattinen seuranta, kasvu positiivista
Rekisteröityjen yöpymisten viipymä pitenee	1,8	1,7	1,7	1,7	1,8	1,9
Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**Ennuste 2025**	**Tavoite 2026**
Sustainable Travel Finland-merkkien määrän kasvu	16	26	60	90	100	200
Helsingin kumppanuustapahtumien ympäristöohjelmien määrä (päivitetty 2025)	N/A	N/A	100 %	N/A	65 %	100 %
Helsingin sijoitus Global Destination Sustainability (GDS)-indeksin vertailussa nousee	16	12	4	1	1	1
Asukkaiden tyytyväisyys matkailuun ja tapahtumiin säilyy hyvällä tasolla	hyvä	hyvä	hyvä	hyvä	hyvä	hyvä+
Hiilijalanjälkilaskurin käyttäjien määrä (Visit Finlandin Hiilikuri)	0	0	5	7	10	200
Tapahtumien hiilijalanjälkilaskurin latausten määrä (päivitetty 2025)	ei	ei	114	267	300	300
Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**Ennuste 2025**	**Tavoite 2026**
Tuotteiden määrä matkailun DataHub-tietokannassa kasvaa	164	256	380	485	550	500
Tiedolla johtamisen alustan käyttäjämäärät kasvavat*	0	0	74	119	160	150

*Rekisteröityneiden käyttäjien määrä, alusta avattu kesällä 2023

Helsinki

Matkailua ja tapahtumallisuutta edistetään yhteistyössä, verkostomaisesti

Kaupunki panostaa matkailu- ja tapahtuma-alojen ekosysteemin verkostomaiseen johtamiseen.
Erilaiset yhteistyöryhmät ovat lisänneet ja tiivistäneet yhteistyötä eri toimijoiden kesken tavoitteiden saavuttamisessa ja toisaalta kasvattaneet ymmärrystä matkailun ja tapahtumien merkityksestä kaupunkikonsernissa.

Helsingin matkailun neuvoa-antava työryhmä
- Matkailuyritysten ja muista kaupungin ulkopuolisten sidosryhmien johtohenkilöistä muodostuva ryhmä
- Neljä tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö

Kaupunkikonsernin matkailun yhteistyöryhmä
- Yhtiöiden ja toimialojen johdosta muodostuva ryhmä
- Neljä tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö

Matkailu ja tapahtuma-alojen kestävyyden toimintaryhmä
- Kaupungin sisäinen ryhmä
- Neljä tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö

Matkailuturvallisuuden johtoryhmä
- Kaupungin, turvallisuusviranomaisten ja yritysedustajasta muodostettu ryhmä
- Kaksi tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö

Helsingin vierailijakokemuksen johtamismallin ohjausryhmä
- Kaupunkikonsernin sisäinen ryhmä
- Neljä tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö

Suurtapahtumien koordinaatioryhmä
- Kaupungin ylimmän johdon sisäinen ryhmä
- Neljä tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Brändi ja tapahtumat -yksikkö

Tapahtumien neuvoa-antava työryhmä
- Tapahtuma-alan yritysten ja muista kaupungin ulkopuolisten sidosryhmien johtohenkilöistä muodostuva ryhmä
- Aloitti toimintansa vuonna 2024. Kolme tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Brändi ja tapahtumat –yksikkö

Tapahtumien koordinaatioryhmä
- Kaupungin sisäinen ryhmä
- kahdeksan tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Brändi ja tapahtumat -yksikkö

Tapahtumien kenttäryhmä
- Kaupungin sisäinen ryhmä vahvistettuna poliisilla ja HSL:llä
- Seitsemän tapaamista vuodessa
- Koordinaatiovastuu: Brändi ja tapahtumat –yksikkö

Matkailun ja tapahtumien kehittämisen tukena on myös **useita muita käytännönläheisiä toimintaryhmiä.** Osallistutaan aktiivisesti useisiin kansainvälisiin, kansallisiin ja alueellisiin yhteistyöfoorumeihin mm. Helsingin matkailun ja tapahtumallisuuden edunvalvonnan, uuden oppimisen ja tiedonvaihdon näkökulmasta. Lisäksi kaupunki on järjestänyt vuosittain syksyisin sidosryhmille tapahtumaseminaarin (yli 300 osallistujaa) ja keväästä 2025 lähtien tapahtumainfon. Molempien tavoitteena on antaa sidosryhmille ajankohtaista tietoa Helsingin tapahtumiin liittyen.

Helsinki

Yhteistyöllä kasvua Helsingin tekijät -kumppanuusverkoston kanssa

- Matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö hallinnoi ja johtaa kaupunkikonsernin yhteistä matkailu-, tapahtuma- ja ravintola-alojen jäsenmaksullista Helsingin tekijät -kumppanuusverkostoa, jossa toimijat yhdessä kaupunkikonsernin kanssa kehittävät kestävää ja älykästä matkailu- ja tapahtumakaupunkia sekä kasvattavat Helsingin kansainvälistä tunnettuutta.

- Verkoston jäseniä tavataan säännöllisten aamukahvien, verkostotilaisuuksien, teemaryhmien tapaamisten, erilaisten työpajojen ja kansainvälisten matkanjärjestäjien tutustumismatkojen merkeissä. Lisäksi verkoston käytössä on matkailu- ja tapahtumatietoalustan, DataLokin, laajempi näkymä. Verkostokumppaneiden kohteisiin ja palveluihin järjestetään säännöllisiä tutustumiskäyntejä. Lisäksi verkostolle tarjotaan ajankohtaista tietoa ja tukea liiketoiminnan kehittämiseen.

- Helsingin tekijät -verkoston kumppanimäärä on noussut vuoden 2022 74 kumppanista vuoden 2025 157 kumppaniin. Verkostotapaamisiin osallistui vuosien 2022-2025 aikana keskimäärin 126 henkilöä per tilaisuus ja aamukahvitilaisuuksiin 60 henkilöä per kerta. Kumppaneiden tyytyväisyys toimintaan vaihtelee keskiarvolla 4,2-4,4 (asteikolla 1–5) ja yhteistyöhön matkailu ja kohdepalvelut -yksikön kanssa keskiarvolla 4,4-4,5 (asteikolla 1–5).

- Verkostotoimintaa on laajennettu toimintaohjelman vuosien aikana muun muassa lisäämällä tapahtumallisuuden ja ravintola-alan sisältöjä, tarjoamalla rekrytointitilaisuuksia, tekemällä yhteistyötä startup -yritysten kanssa, yhteistilaisuudella Visit Espoon kumppaniverkoston kanssa, järjestämällä verkoston kumppaneille suunnattuja matkanjärjestäjien tutustumismatkoja ja aloittamalla teemaryhmien toiminnan. Ryhmiä on 11 eri teemalle ja niissä kehitetään kyseistä aihealuetta yhteistyössä.

- Vuonna 2024 ja 2025 on annettu viiden prosentin alennus kumppanuusmaksusta niille yrityksille, joilla on voimassa oleva kansallinen Sustainable Travel Finland -merkki.

Toimintaohjelman toteutuminen tavoitteittain

Helsinki

A. Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki

Strategiset valinnat

A.1. Matkailun kasvu syntyy kansainvälisistä vierailijoista

A.2. Tapahtumallisuus vahvistaa Helsingin elävyyttä ja elinvoimaa

A.3. Kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat kasvun moottorina

Kehittymisen perusedellytykset

A.4. Omaleimainen kaupunkikulttuuri, ruoka ja ainutlaatuinen luonto vetovoiman vahvistajina

A.5. Hyvät liikenneyhteydet ja sujuvat vierailijoiden asiakaspolut kilpailukyvyn perusedellytyksinä

Helsinki

A. Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki

Yhteenveto

A.1. Matkailun kasvu syntyy kansainvälisistä vierailijoista.

- Kansainvälisten matkailijoiden yöpymiset ovat kasvaneet tasaisesti koko ohjelmakauden ajan.
- Helsingin matkailumarkkinoinnin panostukset ovat kohdistuneet kansainvälisille markkinoille.
- Pääkohdemarkkinoita raportointikaudella ovat olleet Saksa, Iso-Britannia, USA ja Japani. Taktisia kampanjoita aloitettiin 2025 myös Ruotsiin ja Alankomaihin. Vuonna 2024 tehtiin onnistuneesti laajempi monikanavainen Helsinki Happiness Hacks-kampanja Visit Finlandin kanssa, jonka opit on vietiin 2025 suunnitteluun ja Happy Helsinki -konsepti on toiminut kaiken tunnettuuden kasvattamisen kattoteemana 2025 alkaen.
- Useita kansainvälisiä mediaryhmiä, matkanjärjestäjiä ja kongressijärjestäjäasiakkaita vieraili Helsingissä.
- Vuoden 2024 aikana Myhelsinki.fi -verkkopalvelu rakennettiin kokonaan uudelleen ja lanseerattiin 2025 tammikuussa.
- Matkailuneuvonta palvelee vuosittain n. 120 000 asiakasta. Matkailuneuvonnan asiakastyytyväisyys on 4,7 / 5.

A.2. Tapahtumallisuus vahvistaa Helsingin elävyyttä ja elinvoimaa

- Tutkimusten mukaan Helsinki on hyvä tapahtumakaupunki niin taloudellisten, sosiaalisten kuin ekologisen vaikuttavuuden sekä turvallisuuden näkökulmasta. Keskustan elävöittämisen kannalta tapahtumilla on suuri merkitys ja tapahtumapilotit mahdollistavat joustavasti uudenlaisten tapahtumakonseptien ja –paikkojen käyttöönoton ja samalla pilottien kautta parannetaan kaupunkiorganisaation ymmärrystä tapahtumista ja niiden järjestämisestä
- Kaupunkiorganisaation tiivis yhteistyö tapahtumajärjestäjien, asukkaiden, eri viranomaisten ja alan kansallisten ja kansainvälisten verkostojen kanssa kehittää kaupunkia yhä paremmin toimivaksi ja elävämmäksi tapahtumakaupungiksi.
- Helsingin tapahtumakumppanuuksien pitkäjänteinen kehittäminen yhteistyössä tapahtumajärjestäjien ja muiden sidosryhmien kanssa tekee tapahtumista yhä enemmän Helsingin näköisiä ja oloisia, joista myös asukkaat voivat olla ylpeitä.
- Tapahtumien neuvoa-antava työryhmä on perustettu ja tapahtuma-alalle suunnattua verkostoviestintää on vahvistettu

A. Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki

A.3. Kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat kasvun moottorina

- Kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat toimivat kasvun moottorina Helsingissä. Lisäksi ne kasvattavat Helsingissä työskentelevien asiantuntijoiden tietopääomaa ja luovat alustan kansainväliseen verkostoitumiseen. Suurtapahtumat ja kongressit tarvitsevat onnistuakseen toimivat tapahtuma-alueet ja –tilat, jotta Helsinki pysyy kilpailussa mukana tapahtumapaikkojen kehittäminen on ensiarvoisen tärkeää. Kehityksen tueksi on toteutettu matkailun ja tapahtumien master plan, suurtapahtumapaikkaselvitystyö, 500-1000 hengen tapahtumapaikkaselvitys, torien ja aukioiden master plan ja tapahtuma-alueiden aluekorttien päivitystyö on käynnistetty. Lisäksi Kaisaniemen, Töölönlahden sekä Ala-Malmin puistojen suunnitteluissa ja perusparannuksissa on otettu huomioon tapahtumat ja niiden tarvitsemat infrat. Malmin esirakentamisvaiheessa (Malmin kenttä) sekä Eläintarhan alueen (Olympiastadionin alue) on otettu huomioon tapahtumat ja niiden tarpeet kokonaissuunnittelussa.
- Suurtapahtumat vahvistavat Helsingin elävyyttä ja vetovoimaa merkittävästi. Vuoden 2024 suurtapahtuma Tall Ships Races 2024 toimii tästä erinomaisena esimerkkinä samoin kuin vuoden 2024 erityinen ruokavuosi ”Syötävä Helsinki”. Myös poikkeuksellisen vilkas Olympiastadionin tapahtumakesä näkyi ja kuului koko Helsingissä ja sen ulkopuolella. Coldplayn keikkojen aikana synnytettiin ilmiönä "Coldsinki", johon myös mediat tarttuivat. Vuoden 2025 stadiontapahtumien vetovoimaisimpina tähtinä olivat kotimaiset nimet: Katri Helena ja Ultra Bra, myös uusia festivaaleja syntyi, kuten A La Park, Teurastamo festivaali ja Lasipalatsin aukiolla Oddfest, jossa taide, bisnes ja yhteiskunta kohtasivat uusilla tavoilla.
- Vuodet 2024 ja 2025 ovat olleet Helsingissä kansainvälisten kongressien huippuvuosia ja kongressihakuja voitetaan Helsinkiin hyvää tahtia. Suurena onnistumisena kongressien myyntityössä raportointikaudella oli mm. 16 000 osallistujan Lions Clubs International 2031 -vuosikokouksen voittaminen Helsinkiin.

A.4. Omaleimainen kaupunkikulttuuri, ruoka ja ainutlaatuinen luonto vetovoiman vahvistajina

- Loppuvuonna 2023 käynnistettiin Helsingin ruokavuosi niin menestyksellisesti toteutetun pohjoismaisten Michelin-tähtien julkistamistilaisuuden, avoimen tapahtumahaun kuin Helsingin ruokakonseptin ja –tarinan sekä markkinointi- ja viestintätyön osalta. Vuoden 2024 aikana Helsingin tunnettuus ja mielikuva ruokakaupunkina kasvoi merkittävästi monin mittarien mitattuna. Tuolloin järjestettiin yli 800 ruokatapahtumaa. Ja 24.5 - 16.6. Syötävä Helsinki - viikoilla toteutettiin 134 ruokatapahtumaa, joissa vieraili 200 000 kaupunkilaista ja vierailijaa.

A.5. Hyvät liikenneyhteydet ja sujuvat vierailijoiden asiakaspolut kilpailukyvyn perusedellytyksinä

- Liikenneyhtiöiden kanssa käytiin säännöllistä vuoropuhelua uusien yhteyksien avaamiseksi.
- Helsingin vierailijakokemuksen johtamismalli ja vierailijakokemuksen mittaaminen alkoivat elokuussa 2023 yhdessä pilottikohteiden kuten satamien, lentoaseman, VR:n, Metsähallituksen, hotellien ja matkailuneuvonnan kanssa.
- Tiivis yhteistyö Helsingin seudun liikenteen kanssa mahdollistaa suurtapahtumien ja kongressien sujuvan ja ekologisen liikkumisen, mahdollisen lisäliikenteen ja poikkeusreittien järjestämisen tapahtumien aikana

A.1. Matkailun kasvu syntyy kansainvälisistä vierailijoista

- Kansainvälisten matkailijoiden yöpymiset ovat kasvaneet tasaisesti koko ohjelmakauden ajan.
- Suuret tapahtumat ja kongressit kasvattavat Helsingin majoitusliikkeiden käyttöasteita ja huonekohtaisia tuottoja merkittävästi.
- Helsingin matkailumarkkinoinnin panostukset ovat kohdistuneet kansainvälisille markkinoille, pääteemalla Happy Helsinki.
- Pääkohdemarkkinoita raportointikaudella ovat olleet Saksa, Iso-Britannia, USA ja Japani. Taktisia kampanjoita käynnistettiin vuonna 2025 myös Ruotsiin ja Alankomaihin.
- Vuonna 2024 tehtiin onnistuneesti laajempi monikanavainen Helsinki Happiness Hacks-kampanja Visit Finlandin kanssa, jonka opit hyödynnettiin vuoden 2025 toimenpiteiden suunnittelussa. Happy Helsinki -konsepti on toiminut kaiken tunnettuuden kasvattamisen kattoteemana 2025 alkaen.
- Keväällä 2025 työ aloitettiin “We couldn’t be Happier” -kampanjalla, jota seurasi kansainvälinen saunakampanja Euroviisuissa nousseen saunateeman myötä.
- Vuosina 2022-2024 Helsingistä julkaistiin 1 200 artikkelia kansainvälisissä medioissa. Lehdistötiedotteiden kautta saatiin 5 475 mediaosumaa. Mediatyön arvioitu tavoittavuus artikkelien kautta oli 363 miljoonaa ihmistä. Vuosittaiseen tavoittavuuteen vaikuttaa Helsingissä kansainvälistä huomiota saavuttavat tapahtumat, esimerkiksi Helsinki Biennaali, joka järjestettiin vuonna 2023 ja 2025. Vuosina 2022-2024 vaikuttajatyön kautta tavoitettiin miltei 40 miljoonaa henkilöä 2 500 maininnan kautta.
- Lehdistötilaisuuksia järjestettiin mm. New Yorkissa, Tokiossa ja Lontoossa.
- Vuonna 2023 Myhelsinki.fi:n vierailijamäärät ylsivät lähes vuoden 2019 tasolle. Vuonna 2024 kaikkien sosiaalisen median kanavien seuraajamäärä oli 503 236 henkilöä. Vierailijoille ja osaajille suunnatulla MyHelsinki.fi -kanavalla oli kansainvälisiä istuntoja 701 500 kappaletta ja BtB -kohderyhmiin keskittyvällä Helsinkipartners.com -kanavalla 44 908. Vuoden 2024 aikana Myhelsinki.fi -verkkopalvelu rakennettiin kokonaan uudelleen ja lanseerattiin 2025 tammikuussa.
- Myyntitapaamisia kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa on ollut vuosittain noin 350 ja matkanjärjestäjille suunnattuihin tutustumismatkoihin osallistunut noin 250 asiakasta.
- Matkailuneuvontaa annetaan Helsingissä niin kasvotusten kuin sähköisissä kanavissa. Matkailuneuvonta palvelee vuosittain n. 140 000 asiakasta. Jalkautuvan Helsinki help -konseptin avulla matkailuneuvontaa voidaan viedä sinne missä matkailijoilla on neuvontatarvetta, kuten satamissa ja erilaisissa suurtapahtumissa. Matkailuneuvonta tuottaa järjestelmällisesti asiakasymmärrysdataa toiminnan kehittämisen tueksi sekä jaettavaksi sidosryhmille. Matkailuneuvonnan asiakastyytyväisyys on 4,7 / 5.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Toimivuuden parantaminen niin prosessien kuin esimerkiksi saavutettavuuden näkökulmasta.

A.2. Tapahtumallisuus vahvistaa Helsingin elävyyttä ja elinvoimaa

- Sekä vuoden 2024, että 2025 tehtyjen tapahtumien vaikuttavuustutkimusten mukaan Helsinki on tapahtumakaupunkina kävijöiden mukaan toimiva, elävä, urbaani ja avoin ja missä on turvallista käydä tapahtumissa. Edelleen tutkimusten mukaan helsinkiläiset ovat ylpeitä siitä, että kaupungissa järjestetään runsas määrä erilaisia tapahtumia. Yhtälailla tutkimusten mukaan Helsingin Tapahtumasäätiön tuottamat tapahtumat ovat kaikkein merkityksellisimpiä alueellisesti ja jopa valtakunnallisesti. Esimerkiksi Uudellamaalla asuvat laajasti eri demografiaa edustavat kokevat suurista kotimaisista tapahtumista kaikkein kiinnostavammiksi tapahtumiksi vuosittaiset Taiteiden Yön, Helsingin juhlaviikot, Tuomaan markkinat ja LUX:n.
- Tapahtumien hyödyntämistä Helsingin ulkoisessa viestinnässä ja markkinoinnissa on vahvistettu yhteistyössä kaupunginkanslian viestintäosaston, Helsinki Partnersin, kulttuuri- ja vapaa-ajan toimialan ja Tapahtumasäätiön kanssa. Tätä työtä jatketaan, vahvistetaan ja kehitetään myös tulevina vuosina.
- Tapahtumapilotit mahdollistavat myös tulevien vuosien tapahtumakokeilut. Pilotoinneista voidaan edetä myös pysyvämpiin malleihin, sillä pilotoivan otteen kautta saadaan hyvää ymmärrystä eri alueiden toimivuudesta tapahtumissa ja tiivis yhteistyö tapahtumajärjestäjien kanssa kehittää kaupunkia yhä paremmaksi ja elävämmäksi tapahtumakaupungiksi. Pilottikokeilut aloitettiin vuonna 2023 Kaivopuiston MammaMia musikaalilla ja Kansalasitorin UNation-tapahtumilla. Vuoden 2024 kokeiluina toteutetut Kasarmintorin konsertit tuottivat hyvän lopputuloksen niin kävijöiden, kaupungin kuin kaupunkilaistenkin näkökulmasta. Vuoden 2025 pilottikokeiluna toimivat Meripuiston A La Park, Töölönlahdenpuiston SaunaVision ja Kasarmintorin Superterassi. Näiden tapahtumien tärkeimmät opit olivat kaupungin palvelujen ja palveluprosesseihin liittyvät löydökset; näitä kehitetään jatkossa erityisesti Helsingin tapahtuma-aluekorttien päivitystyön yhteydessä.
- Kaupungin kumppanuustapahtumien osalta on tehty entistä tiiviimpää ja näkyvämpää yhteistyötä. Lisäksi kehitetään tapahtumien kanssa tehtävää kumppanuustoimintaa yhä kestävämmälle ja toimivammalle pohjalle. Tätä vahvistetaan tapahtumakumppanuuksien kategorisointiin ja hallintaan liittyvän kehitystyön kautta (tapahtumakumppanuuksien tasot, arviointikriteeristön päivittäminen, viestinnälliset ja markkinoinnilliset toimenpiteet); tämä työ auttaa kaupunkia myös tunnistamaan paremmin uusia potentiaalisia kumppanuuksia tuleville vuosille.
- Helsingin keskustan elävöittämistoimenpiteissä tapahtumilla on suuri merkitys. Tapahtumakumppanuudet, Helsingin omat tapahtumat, kuten The Tall Ships Races 2024 –tapahtuma ja Syötävä Helsinki-ruokavuoden tapahtumat (erityisesti Syötävä Helsinki-ruokaviikot 24.5-16.6.2024), Olympiastadionin kansainväliset konsertit, Muodostelmaluistelun MM-kisat 2025, isot kansainväliset kongressit ja monet muut tapahtumat toivat keskustaan satoja tuhansia ihmisiä niin kotimaasta kuin ulkomailtakin. Vuosi 2025 on ollut kongressien huippuvuosi Helsingissä. Erilaisilla tapahtumilla on merkittävä vaikutus myös hotellien käyttöasteisiin ja muuhun palvelusektoriin.

A.2. Tapahtumallisuus vahvistaa Helsingin elävyyttä ja elinvoimaa

- Helsingin tapahtumien neuvoa-antava työryhmä tuo tapahtuma-alan yritysten ääntä kuuluviin tapahtumallisuuden edistämisessä ja kehittämisessä. Työryhmän tehtävänä on tunnistaa ja priorisoida yhdessä Helsingin tapahtumallisuuden kilpailukykyä ja kasvua edistävät toimenpiteet. Antaa myös konkreettisia ehdotuksia kaupungille, seurata ja arvioida tapahtuma-alan toimintaympäristön ja ilmiöiden kehittymistä Helsingissä, kansallisesti ja globaalisti. Lisäksi on vahvistettu merkittävästi tapahtuma-alalle tehtävää verkostoviestintää.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Suurtapahtuma- ja kongressihoukuttelun vahvistaminen
- Tapahtumapilottien kehittäminen edelleen ja niiden kautta saatujen oppien jakaminen
- Tapahtumatutkimusten kehittäminen ja niiden hyödyntäminen laajemmin
- Tapahtumakumppanuuksien tasojen, arvioinnin ja hyödyntämisen kehittäminen
- Tapahtumien merkitys keskustan elävöittämisen kannalta tärkeää yhteistyössä tapahtuma-alan, keskustan toimijoiden ja asukkaiden kanssa
- Tapahtumien viestinnän ja markkinoinnin hyödyntäminen Helsingin maine- ja houkuttelutyön välineenä

Helsinki - hyvä ja vaikuttava tapahtumakaupunki media-analyysien perusteella

Vuoden 2024 kotimaisten media-analyysin mukaan:

Tapahtumat ja tapahtumista nousseet ilmiöt, järjestelyt, tapahtumapaikat sekä hinnoittelut, puhuttavat niin mediassa kuin keskusteluissa. Suurimman mediahuomion saavat isot suuria massoja liikuttavat tapahtumat.

- Perinteisesti tapahtumien uutisointi on vilkkainta kesällä. Vuonna 2024 mediassa viitattiin usein totuudenmukaisesti Helsingin poikkeuksellisen vilkkaaseen tapahtumavuoteen. Vilkas tapahtumakesä herätti mediassa keskustelua dynaamisesta hinnoittelusta, joka näkyi selkeimmin niin hotelleissa että matkalipuissa
- Tapahtumien uutisointi kolme kertaa useammin positiivista kuin negatiivista. Tapahtumapaikoista uutisointi pääasiassa neutraalia. Tapahtumatavoitteiden osalta tapahtumapaikat saivat enemmän negatiivisia kuin positiivisia mainintoja. Tapahtumien toimivuus kuten liikennejärjestelyt ja mahdollisuus turvallisuusriskit korostuivat.
- Tapahtumapaikkauutisoinnissa näkyi vahvasti niin Olympiastadionin yhä kasvava valta-asema tapahtumapaikkana, että ”Helsinki-hallin” poissaolo. Lisäksi keskusteluissa viitatiin usein myös Suvilahti Event Hub;n, Tukkutorin ja Helsinki Garden-hankkeisiin.
- **Nimetyt tapahtumapaikat median** mainintojen määrän mukaan: Olympiastadion (3829), Senaatintori (2293), Kauppatori (2148), Jäähalli (1734), Kansalaistori (1044), Suvilahti (736), Narinkkatori (492) ja Tokoinranta (97).
- **Nimetyt tapahtumat median** mainintojen määrän mukaan (10 suurinta): Coldplay (891), Vappu (882), Helsingin kirjamessut (815), Flow Festival (685), Matkamessut (613), Helsinki Pride (527), Tuska Festival (481), PMMP (455), Helsingin Juhlaviikot (427) ja Bruce Springsteen (425)

Vuoden 2024 kansainvälisen media-analyysin mukaan:

- Analyysin pohjalta voidaan päätellä, että Helsinki saa kansainvälisen median huomiota erityisesti muotoilun, muodin ja erilaisten kulttuuritapahtumien kautta. Helsinki Biennaali on vakiinnuttanut paikkansa kansainvälisen median huomiossa. Vaikka tapahtumaa ei järjestetty vuonna 2024, sai se hyvin huomioita.
- Artikkelit keskittyivät joko ruokakulttuuriin tai ruokakulttuurin kautta esiteltiin Helsinkiä matkakohteena. Uutisoitavana aiheena oli Michelin palkintojenjako seremonia, joka toi mittavaa näkyvyyttä suomalaiselle ruokakulttuurille ja suomalaisille ravintoloille. Michelin palkintojenjakoseremonia erottautui ylivoimaisesti muihin tapahtumiin nähden sekä maininnoissa että tavoitettavuudessa. Media-analyysin mukaan artikkeleissa nousi esiin myös onnellisuus ja lisäksi artikkelit toivat näkyvyyttä Helsingille kongressi- ja tapahtumakaupunkina.
- Kotimaisen ja kansainvälisen tapahtumamaininnat olivat keskenään hyvin erilaiset, ainoastaan Flow-festivaali oli molemmissa analyyseissä maininnoissa näkyvästi esillä.

Helsinki

Lähteet: Retriever ja Helsinki Partnersin kv-media analyysi

Kuva: My Helsinki Material Bank

Partners – **Events & Hotels**

Top Partners	No. of Mentions	Estimated Reach	AVE
Events			
Michelin Ceremony	34	8 188 387	3 029 703 €
Flow Festival	19	481 849	178 284 €
Fashion in Helsinki	18	2 645 194	978 722 €
Helsinki Design Week	17	1 070 112	395 941 €
Helsinki Biennial	12	658 946	243 810 €
Helsinki Christmas Market/ Tuomaan Markkinat	8	707 068	261 615 €
Habitare	7	268 591	99 379 €
Radical Health Festival	6	546 637	202 256 €
Slush	4	221 894	82 101 €
Baltic Herring Festival	4	305	113 €

A.3 Kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat kasvun moottorina

Kansainväliset kongressit

- Helsinki Partnersin vuosittaisten delegaattikyselyiden pohjautuen, Helsinki saa jatkuvasti positiivista palautetta niin kongressijärjestäjiltä että delegaateiltakin. Vuonna 2025 Helsingissä järjestetäänkin arviolta 125 kongressia, joissa delegaattimäärä on yhteensä 56 590. Tämä on pitkäjänteisen kehitystyön tulos. Kongressien määrän kasvattamiseksi Helsinki Partners tekee jatkuvaa aktiivista houkuttelu ja myyntityötä. Se toimii tiiviissä yhteistyössä kaupungin suurten matkailu- ja tapahtumatoimijoiden kanssa sekä myös keskustelee aktiivisesti kansainvälisten alan toimijoiden ja verkostojen kanssa. Vuoden 2025 syyskuun puoliväliin mennessä on tavattu yli 270 ja tuotu tutustumaan Helsinkiin 87 kansainvälistä kongressi- tai yritystapahtumajärjestäjää.
- Vuonna 2024 Helsingissä järjestettiin 187 kongressia, joissa oli yhteensä 63 438 delegaattia. Helsingin osuus vuonna 2024 oli lähes kolmannes kaikista Suomessa tapahtuvista kongresseista. Toisella sijalla oli Tampere (77 kongressia) ja kolmanneksi sijoittui Espoo (73 kongressia). Tieteellisten kongressien lisäksi kaupungissa järjestettiin lukuisia kansainvälisiä yritystapahtumia, mutta nämä ovat hyvin vaikeasti mitattavia. Matkailutulon lisäksi kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat toimivat kasvun ja tieteen moottorina. Ne kasvattavat myös Helsingissä työskentelevien asiantuntijoiden ja tutkijoiden tietopääomaa ja luovat alustan kansainväliseen verkostoitumiseen.
- Yhteensä 12 kansainvälistä kongressijärjestäjää ja 61 yritystapahtuma-agenttia vierailivat tutustumassa Helsinkiin vuonna 2024. Erilaisissa myyntitilaisuuksissa tavattiin lähes 350 kongressi- ja yritystapahtumajärjestäjää. Kongressitarjouksia tuleville vuosille voitettiin 21 kpl (46000 delegaattia) ja tarjouksia tehtiin 16 kpl. Huomioitavaa on, että vuosi 2024 oli todella kiireinen kongressivuosi ja toteutuneet kongressit veivät henkilöresursseja, sillä kongressissa kehitettiin mm. legacy - ohjelmia eli perintöä, jonka kongressi kaupunkiin jättää. Tästä on esimerkkinä EAN-kongressin (neurologeja) koululaisille suunnattu aivoterveyshaaste.

Suurtapahtumat ja urheilun arvokilpailut

- Suurtapahtumat toimivat kiihdyttiminä kulttuuri-, liikunta- ja muille aloille sekä tapahtuma-alalle yleisesti. Tapahtumat tuottavat kasvua ja työpaikkoja palvelusektorille sekä lisäävät euroja julkiseen talouteen. Tapahtumissa on myös merkittävää ja vielä täysimääräisesti hyödyntämätöntä potentiaalia kansainvälisten matkailijoiden houkuttelemiseksi. Lisäksi suurtapahtumien järjestelyjen kautta lisätään kaupungin omaa osaamista niin tapahtuma-alasta kuin suurtapahtumien järjestämisestä.
- Kansallista yhteistyötä on tiivistetty urheilun ja liikunnan suurtapahtumien osalta yhdistämällä ja vahvistamalla kaupunkien asiantuntijuutta ja samalla nostettu Helsingin tunnettuutta kansainvälisten urheilun suurtapahtumien järjestäjänä.
- Helsinki tekee tiivistä kansallisen tason urheilun suurtapahtumayhteistyötä Sport Event Management Finland-hankkeessa, jonka tavoitteena on Suomen vetovoiman ja elinvoiman kehittäminen urheilun kansainvälisten suurtapahtumien toimintaedellytysten parantamisen avulla.
- Helsingin toimii näkyvästi elokuussa 2025 käynnistyneessä kansallisen urheilutapahtumien bidding-strategian valmistelussa, jossa kehitetään Suomen ja samalla Helsingin strategiaa kansainvälisten urheilutapahtumien hakuprosesseihin liittyen. Tämän strategisen työn kautta pyritään löytämään Suomen vahvuudet, edellytykset ja eri kaupunkien väliset yhteistyömahdollisuudet ulottuen aina vuoteen 2040 asti. Strategiatyötä koordinoivat Tapahtumateollisuus ry ja Sport Event Management Finland (SEMF) ja se on opetus- ja kulttuuriministeriön ja kaupunkien tukemaa työtä.
- Osana Sport Event Management Finland -verkostotyötä vuosittainen Nordic Event Hosts Meeting-seminaari pohjoismaisten tapahtumakaupunkien kanssa.

A.3 Kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat kasvun moottorina

- Urheilun ja kulttuurin suurtapahtumilla ja arvokilpailuilla on merkittävä vaikutus keskustan ja koko Helsingin sekä Suomen elinvoimaan.
- Helsingin kaupunki mahdollisti osaltansa usean urheilun ja liikunnan suurtapahtuman järjestämisen Helsingissä, muun muassa toimimalla kumppanina ja sujuvoittamalla tapahtumanjärjestäjän prosesseja kaupungissa .
- Esimerkkejä urheilun ja liikunnan suurtapahtumista Helsingissä vuosina 2024- 2025 ja niiden taloudellisesta vaikuttavuudesta.
    - Yleisurheilun Ruotsi-ottelu, jossa 44 000 kävijää, taloudellinen vaikuttavuus arviolta 4,9 M€
    - Helsinki Horse Show, jossa yli 50 000 kävijää, taloudellinen vaikuttavuus arviolta 10,2 M€
    - Muodostelmaluistelun MM-kilpailut, jossa 18000 kävijää, taloudellinen vaikuttavuus arviolta 2,3 M€
    - Helsinki City Run, jossa yli 20 000 osallistujaa ja taloudellinen vaikuttavuus arviolta 3 M€
    - Suomi-Hollanti jalkapallon MM-karsintaottelu, jossa 30 000 kävijää ja taloudellinen vaikuttavuus arviolta 2 M€
    - Helsinki Cup, jossa 300 000 kävijää, taloudellinen vaikuttavuus arviolta 16,2 M€, minkä lisäksi tapahtuma työllisti satoja nuoria
    - Kiipeilyn nuorten MM-kilpailut, jossa yli 600 osallistujaa 57 maasta

Urheilun suurtapahtumahaut, jotka ovat olleet hakuvaiheessa vuosien 2024-2025 kuluessa ja Jyväskylän ammattikorkeakoulu (JAMK)-ennakkotutkimuksen arvio niiden taloudellisesta vaikuttavuudesta:

- Eurobasket 2029, Koripallon EM-kilpailuiden alkulohko, arvio taloudellisesta vaikutuksesta Helsingissä: 25,2 M€
- Yleisurheilun EM-kilpailut 2030, arvio taloudellisesta vaikutuksesta Helsingissä: 44 M€
- World Gymnaestrada 2031, arvio taloudellisesta vaikutuksesta Helsingissä: 25,1 M€

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Hyvien kongressivuosien myötä Helsinki on saavuttanut maineen luotettavana ja suosittuna kongressikohteena. Yhä useammat niin kongressi- kuin yritystapahtumatoimijatkin vaativat nykyään taloudellista tukea taikka muuta subventiota tapahtumilleen. Yhä kiristyvässä kilpailussa tuet, kuten delegaateille tarjottavat ilmaiset HSL-liput sekä kaupungintalon vastaanotto, ovat elintärkeitä kongressitarjouksia tehdessä. Globaali taloudellinen sekä poliittinen tilanne kiristää kilpailua entisestään, jolloin Helsingillä on oltava riittävästi resursseja näkyä ja siten muistuttaa kansainvälisiä kongressi- ja yritystapahtumajärjestäjiä olemassaolostaan.
- Suurtapahtumahakuja kannattaa tavoitella, kunhan asioita tehdään kestävästi Helsingin inframahdollisuudet huomioiden.
- Helsingin hyödyntää vuonna 2026 valmistuvaa kansallista urheilutapahtumien bidding-strategiaa omassa urheilutapahtumien houkuttelutyössä ja on tiivisti strategian valmistelutyössä mukana.
- Helsinki hyödyntää suurtapahtumien organisoitumisessa vuonna 2024 (The Tall Ships Races 2024 Legacy) tehtyä Helsingin suurtapahtumien toimintamallia.
- Helsinki keskittyy urheilutapahtumien hakuprosesseihin, joissa kansalliset lajiliitot ovat vahvasti mukana. Uskomme, että nykyiset olosuhteet ja käytettävissä olevat resurssit huomioon ottaen tämä on meille tehokkain tapa edistää suurten urheilutapahtumien ja arvokilpailujen saamista Helsinkiin.
- Helsinkiin kartoitetaan ja haetaan osallistujatapahtumia ja katsojatapahtumia, arvokilpailuja ja muita merkittäviä urheilun suurtapahtumia, jotka voivat olla toistuvia kansainvälisiä urheilutapahtumia tai kertaluonteisia arvokisatapahtumia.

A.4. Omaleimainen kaupunkikulttuuri, ruoka ja ainutlaatuinen luonto vetovoiman vahvistajina

- Vuonna 2024 Syötävä Helsinki -ruokavuosi vahvisti Helsingin vetovoimaa nostamalla ravintola- ja ruokakulttuurin keskiöön osana kaupungin identiteettiä, elinvoimaa ja kestävää matkailua. Ruokavuosi yhdisti paikalliset toimijat, kehitti ruokamatkailua ja lisäsi kaupunkilaisten ylpeyttä omasta ruokakulttuuristaan. Sen kautta Helsingissä toteutettiin ennätysmäärä ruokaan liittyviä tapahtumia, tilaisuuksia, pilotointeja ja yritys- ja oppilaitosyhteistyö toteutuksia. Syötävä Helsinki –ruokavuosi osoitti, että ruoka ei ole vain elämys – se on strateginen vetovoimatekijä. Ansaitusti ruoka ja ruokakulttuuri ovatkin nyt vahvasti esillä uudessa kaupunkistrategiassa.
- Toimintaohjelman aikana alan toimijoiden mahdollisuudet ketterään tiedonsaantiin tulevista suurtapahtumista ovat kasvaneet DataLokin, Helsingin tekijöiden tilaisuuksien ja yleisen viestinnän avulla. Toimittajille on myös tehty vahvaa tiedottamista valituista merkityksellisistä tapahtumista, kuten vuonna 2024 Tall Ship Racestä, neurologikongressista ja Syötävä Helsinki – viikoista, jotta toimijat voisivat ennakoida tulevat asiakasvirrat oman toimintansa kehittämisessä.
- Merellisyyttä on hyödynnetty monilla matkanjärjestäjien tutustumismatkoilla, mediamatkoilla sekä Syötävä Helsinki -ruokavuoden tilaisuuksissa. Merellisen strategian päivitykseen on tuotu matkailutoimijoiden näkemyksiä ja kestävän matkailun näkökulmia mukaan.
- Koko ohjelmakauden markkinoinnissa ja viestinnässä on nostettu niin ruokaa, kulttuuria, designia, arkkitehtuuria kuin tapahtumiakin vastuullisuuden kautta. Vuoden 2025 alusta Happy Helsinki –kattoteeman alla näistä tullaan viestimään kansainvälisesti. Varsinkin merellinen luonto pääkaupungin keskustassa on nähty erottautumistekijänä muun Suomen tarjonnasta.
- Vuoden 2025 alussa järjestettiin design- teemainen tilaisuus, missä törmäytettiin design-ja luovien alojen toimijoita, matkailuyrittäjiä ja kaupungin organisaation toimijoita huomioimaan muotoilun moninaisuus omassa toiminnassa ja toimintaympäristössä eri tavoin.
- Vuonna 2025 kaupungin kumppanitapahtuma Helsinki Design Week vietti 20-vuotisjuhlavuotta; kaupungin kumppanuus kohdistui mm. Helsinki Design Awardiin sekä juhlavuoden Onnellisuus-teemaiseen näyttelyyn ja symposiumiin.
- Kansainvälinen nykytaidetapahtuma Helsinki Biennaali järjestettiin 8.6.–21.9.2025 Vallisaaressa, Esplanadin puistossa ja HAM Helsingin taidemuseossa. Kolmatta kertaa järjestetty biennaali tavoitti kesällä 2025 noin 568 000 kävijää. Vallisaaren kokonaisuuteen toteutettiin yhteistyössä ilmaisia kuljetuksia vuosina 2023 ja 2025. Uuden arkkitehtuuri- ja designmuseon huhtikuussa 2024 alkanut kansainvälinen suunnittelukilpailu huipentui tulosten julkistamiseen 11. syyskuuta 2025 ja vei hanketta eteenpäin. Vuonna 2025 Unescon maailmanperintökohteeksi esitetyn 13 Aalto Works rakennuskokonaisuudenpäätöstä odotetaan vuonna 2026. Finlandia-talon remontti valmistui ja Koe Aaltojen tarina – Finlandia-näyttely elämykselliselle matkalle Aaltojen luovuuden juurille ja suomalaisuuden ytimeen avautui.
- Omaleimaista kaupunkikulttuuria on nostettu markkinoinnissa ja viestinnässä esimerkkeinä saunakampanjat, onnellisuus ja helsinkiläinen elämäntyyli.
- Design ja kulttuuri nousivat Helsingin identiteettiselvityksessä Helsinkiä selkeästi muista kohteista erottavina vahvoina kärkiteemoina, joista tulevaisuudessa voisi ammentaa vahvan vetovoimatekijän kaupungille.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Syötävä Helsinki-ruokavuoden kokonaisuus oli erittäin tehokas viestinnän ja PR-työn väline ja kasvatti ruokateeman osalta erityisesti Helsingin kansainvälistä vetovoimaisuutta. Vastaavaa kaupungin eri toimijoita yhteen nivovaa viestinnällistä ja markkinoinnillista mallia kannattaa hyödyntää jatkossakin.. Kaupungille on tuloksellista toteuttaa selkeitä tapahtumallisuuteen perustuvia teemakokonaisuuksia, joihin on asetettu kiteytetyt tavoitteet. Ja näihin tavoitteisiin pystyy useampi kaupungin sisäinen ja ulkoinen sidosryhmä kiinnittymään alustamaisen ajattelun kautta ja työskentelemään yhdessä asetettua päämäärää kohti.

A.5. Hyvät liikenneyhteydet ja sujuvat vierailijoiden asiakaspolut kilpailukyvyn perusedellytyksinä

Yhteistyö uusien lento- ja laivareittien ja operaattorien houkuttelemiseksi sekä vakiinnuttamiseksi. VN4

- Finavian ja lentoyhtiöiden kanssa on tehty markkinointiyhteistyötä uusien lentoreittien ja operaattoreiden houkuttelemiseksi ja yhteyksien ylläpitämiseksi. Lentoyhtiöille on toimitettu markkinointimateriaaleja uusien reittien avaamisen tueksi. Tulokset näkyvät viiveellä.
- Helsingin matkailudataa on hyödynnetty lentoyhteyksien kehittämisessä. Vuoden 2025 reiteistä täyttöasteineen ja lentohauista teetettiin selvitys, jonka pohjalta on tiedossa potentiaalisia uusia reittejä sekä nykyisten reittien tilanne. Tietoa hyödynnetään yhteistyöhön Finavian ja lentoyhtiöiden kanssa.
- Sataman kanssa on tehty määrätietoisesti työtä kansainvälisten risteilyjen määrän palauttamiseksi koronapandemian edeltävälle tasolle. Alusten määrä on noin kolmasosa (97) siitä mitä määrä oli enimmillään vuonna 2019 (300). Alusten täyttöaste on nykyisellään erittäin hyvä, yli 85%. Risteilykausi on saatu laajenemaan joulun alle ja alkamaan tammikuusta. Aluksia on yöpynyt Helsingissä enemmän vuosina 2024-2025 kuin ennen pandemiaa, ja vuonna 2026 on odotettavissa seitsemän ensimmäistä Helsingissä risteilymatkustajat vaihtavaa alusta. Vaihdoissa matkustajat aloittavat tai päättävät risteilyn Helsinkiin ja tä VN2 vin todennäköisesti lisää yöpymisvuorokausia ja viipymää kohteessa ennen ja jälkeen risteilyn.

Vierailijakokemuksen kehittämin KK0

- Vierailijakokemuksen johtamism lmi luotiin keväällä 2023 yhdessä yli 100 toimijan kanssa. Vierailijakokemuspalautet VN3 ätään monikanavaisesti ja seurataan aktiivisesti. Palautteista nousseita kehittämiskohtia kuten taksiturvallisuutta, eri kielillä tarvittavaa informaatiota palvelukohteissa sekä joukkoliikenneopasteista on edistetty johtamismallin mukaisesti.
- Helsingin vierailijakokemus on erittäin hyvällä tasolla ja hankitun DataAppeal- alustan (kokoaa avoimien rajapintojen kautta annettavat asiakaspalautteet mm. Google, TripAdvisor -tyyppisistä kanavista) datan mukaan Helsingin sentimentti on parempi kuin Tukholmassa, Tallinnassa tai Kööpenhaminassa. Asiakaspolkuja on määritelty vierailijakokemuksen johtamismallin yhteydessä ja tarkennettiin edelleen kesällä 2025 Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kanssa yhteisellä selvityksellä Helsingin ruuhkapaikoista ja asiakkaiden ohjaamisesta kauemmas ydinkeskustasta, jonka mukaan Helsingin katukuvaan kaivataan näkyvämpiä opasteita digitaalisten kanavien lisäksi

KK0	[@Vesterinen Nina] Lisäänkö minä tähän meidän datan hyödyntämisestä lentoyhteyksien kehittämisessä ja strategisempi yhteistyömalli Finavian kanssa joka kehitteillä? Kosonen Kaisa; 2025-09-01T12:49:57.031
VN0 0	[@Kosonen Kaisa] Ilman muuta. Vesterinen Nina; 2025-09-01T15:17:56.890
VN1	tähän HP:ltä joku konkreettinen esimerkki yhteistyöstä Vesterinen Nina; 2025-09-20T09:41:21.331
EM1 0	pyydetty Leenalta Ermala Minna; 2025-09-22T07:30:19.142
VN2	[@Ermala Minna] Millä hetkellä? Vesterinen Nina; 2025-09-20T09:43:27.758
VN3	tätä pitää avata Vesterinen Nina; 2025-09-20T09:46:08.762
VN4	sentimentti pitää avata ja lisätä mistä DataAppealin data kertyy Vesterinen Nina; 2025-09-20T09:48:07.779

A.5. Hyvät liikenneyhteydet ja sujuvat vierailijoiden asiakaspolut kilpailukyvyn perusedellytyksinä

Merellisten kohteiden löydettävyys ja saavutettavuus

- Merellisen Helsingin strategiapäivitystyöhön on tuotu aktiivisesti matkailun näkökulmia 2025. Merelliset kohteet on huomioitu myös Matkailun ja tapahtumien Master Plan työssä.

Yhteistyö tapahtumiin liittyvissä liikenneyhteyksissä ja –järjestelyissä

- Olympiastadion on Suomen suurin tapahtuma-areena, jossa toimivat liikenneratkaisut kaikille liikkumismuodoille on äärimmäisen tärkeää. Paikan liikennejärjestelyjä on mietitty ja ratkottu yhdessä tapahtumajärjestäjien, kaupungin, HSL:n, viranomaisten ja stadionin toimijoiden kanssa tiiviissä yhteistyössä myös taksitoimijoiden ja sähköpotkulautayrittäjien kanssa. Yhteinen liikennejärjestelypohja syntyi Iron Maidenin konserttiin ja tätä suunnitelmaa on käytetty pääsääntöisesti Olympiastadion kesän 2025 tapahtumissa. Kehitystyötä tullaan jatkamaan syksyllä 2025 kohti kestävämpiä ratkaisuja.
- Kongressien osalta toimintaohjelman kaudella pilotoitiin HSL-matkalippuihin liittyvää taloudellista yhteistyötä hotelliketjujen kanssa.
- HSL kanssa on neuvoteltu aktiivisesti suurtapahtumien ja kongressien hakuvaiheessa lippujen soveltuvasta hintatasosta.

Risteilyvieraiden kestävä liikkuminen ja matkailubussiliikenteen kehittäminen

- Kansainvälisten risteilyvieraiden tulotutkimus toteutettiin kesällä 2024. Tutkimuksen mukaan 19 % risteilyvieraista liikkui vain bussilla, 28% vain jalkaisin ja 30 % yhdisti linja-auton ja kävelyn. Jopa 60% matkustajista tutustui Helsinkiin omatoimisesti kävellen. Hernesaaren satamaan on saatu 2025 keväällä sekä jalankulku että ajotieopasteet LHD – laiturille.
- Matkailubussiliikenteen kehittämisen toimenpideohjelma, jonka kaupunkiympäristön toimiala on laatinut vuonna 2021, toteutumisen tilanne on tarkistettu syksyllä 2024. Suunnitelman mukaisia toimenpiteitä on edelleen paljon tekemättä kaupunkiympäristötoimialan resurssipulan vuoksi. Liikennöitsijöille tehtiin kysely tammikuussa 2025 siitä mitkä suunnitelman toimenpiteistä on tärkeimpiä toteuttaa ja edelleen ajankohtaisia. Selvitys tehtiin osana Matkailun ja tapahtumien Master Plan -pohjatiedon keruuta.

Matkailuneuvonnan roolia matkailijan asiakaskokemuksen kehittämisessä

- Matkailuneuvonnan digitaalisia kanavia ja palveluita on kehitetty. Chat-palvelu on nykyään tekoälyavusteinen. Matkailuneuvonta tarjoaa perinteisen paperisen kartan rinnalla räätälöityä digitaalista opaskirjaa ja karttaa, jonka avulla vierailijat pääsevät yhden sovelluksen kautta kiinni monipuoliseen ja ajankohtaiseen Helsinki-tietoon. Sovellus hyödyntää käännöksissä tekoälyä, joten kohteet voivat tarjota tietoa vierailleen lähes 30 eri kielellä. Selainpohjaisella sovelluksella on kuukausittain 700-1700 käyttäjää.

A.5. Hyvät liikenneyhteydet ja sujuvat vierailijoiden asiakaspolut kilpailukyvyn perusedellytyksinä

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Matkailun kasvun takaamiseksi ympärivuotisesti ja nykyisten majoitusliikkeiden käyttöasteen nostamiseksi on uusia säännöllisiä liikenneyhteyksiä houkuteltava Helsinkiin. Yhteistyötä lento- ja laivayhtiöiden kanssa sekä palveluntarjoajien kanssa on jatkettava ja luotava houkuttelevia kokonaisuuksia sesonkien tasaamiseksi.
- Vierailijoille tulee kehittää vetovoimaista tarjontaa niin ydinkeskustaan kuin muihin kaupunginosiin ja selkeä ohjaus palvelujen ääreen saavutettavuuden ja helppouden takaamiseksi. Tällä vältämme samalla ruuhkaisuutta ja matkailijapainetta.
- Vierailijakokemusta tulee seurata ja reagoida vierailijakokemuksen johtamismallin mukaisesti esille nouseviin kehittämiskohtiin. Yhä useampi toimija on saatava aktiiviseksi palautteenantokanaviin ja hyödyntämään kanavia markkinointivälineitä ja liikevaihdon kasvattajana.
- Matkailijabussiliikenteen kehittämiseen kaupungissa on lisättävä/osoitettava resursseja, jotta tämä joukkoliikenteen muoto tulee huomioiduksi kaupunki-infran muissa kehittämistoimenpiteissä.
- Tapahtuma-aikaisia liikennejärjestelyjä on syytä kehittää kaupunkitasoisesti kestävämmäksi ja toimivammiksi niin tapahtumakävijöiden kuin asukkaiden ja muiden toimijoiden näkökulmasta myös muilla tapahtumapaikoilla kuin Olympiastadionin alueella.
- Opasteet katuinfrassa tärkeimpiin vierailukohteisiin on välttämättömiä ja tehtävä näkyviksi aiemmin toteutettujen useiden työpajojen pohjalta liikkumisen sujumisen ja turvallisuuden tunteen lisäämiseksi. Opasteissa on huomioita myös vieraskielisten palvelutarpeet.

B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla

Strategiset valinnat

B.1. Ympäristön kestävyys ja hiilineutraalius kehittämisen kärkenä

B.2. Helsinkiläiset, inklusiivisuus sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys kehittämisen keskiössä

B.3. Helsinki on kestävyydessä maailman kärjessä indeksien ja sertifiointien avulla todennettuna

Kehittymisen perusedellytykset

B.4. Osaavan työvoiman saatavuus on toimialojen elinehto

B.5. Kokonaisvaltaiseen turvallisuuteen panostaminen on vetovoiman perusedellytys

Helsinki

B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla

Yhteenveto

B.1 Ympäristön kestävyys ja hiilineutraalius kehittämisen kärkenä

- Helsinki on panostanut voimakkaasti matkailun kestävyyteen ja mm. laskenut kaupungin hiilijalanjäljen kahteen kertaan. Kaukolämmön ja sähkön päästöt ovat vähentyneet ja näin ollen helsinkiläisten matkailuyritystenkin päästöt ovat pienentyneet merkittävästi.
- Matkustaminen Helsinkiin on edelleen iso ongelma ilmaston näkökulmasta.
- Helsingissä tapahtumakävijöiden hiilijalanjälki on muuhun Suomeen verrattuna matala.

B.2. Helsinkiläiset, inklusiivisuus sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys kehittämisen keskiössä

- Joka toinen vuosi toteutetaan helsinkiläisten mielipiteet suhteessa matkailuun ja tapahtumiin –kysely. Tulokset ovat erittäin positiivisia ja matkailun ja tapahtumien kehityksellä on kaupunkilaisten tuki.
- Kaupunki toteutti matkailun inklusiivisuuden kehittämisohjelman, mutta sen tulokset ovat vielä toistaiseksi pieni ja lisäpanostuksia tarvitaan.
- Vuonna 2023 lanseerattiin sekä sosiaalisen vastuullisuuden kompassi että tapahtuma-alalle suunnattu hiilijalanjälkilaskuri. Kompassista on kerätty palautetta tapahtuma-alalta 2024.
- Vuonna 2024 toteutettiin vastuullisuuskysely tapahtuma-alan toimijoille. Kyselyssä selvitettiin tapahtuma-alan toimijoiden asenteita ja tekoja vastuullisuuteen liittyen. Kestävyyden huomioimista pidettiin erittäin tärkeänä (keskimääräinen arvio 9,24 asteikko 1 (ei tärkeä)-10 (erittäin tärkeä)/62 vastaajaa).
- 86% tapahtuma-alan toimijoista piti tärkeänä sitä, että kaupunki vaatii tapahtumayhteistyökumppaneiltaan konkreettisia toimenpiteitä kestävyyteen ja vastuullisuuteen liittyen.

B.3. Helsinki on kestävyydessä maailman kärjessä indeksien ja sertifiointien avulla todennettuna

- Helsinki on noussut Global Destination Sustainability –indeksin kärkeen vuonna 2024 ja vuonna 2025 saavutti toistamiseen ykkössijan.
- Vuonna 2025 Helsinki saavutti Green Destinations GSTC –sertifioinnin ensimmäisenä isona kaupunkina koko maailmassa. GSTC on YK:n tukema maailman tiukin matkakohteille suunnattu sertifiointistandardi.
- Helsinki on ollut mukana Sustainable Travel Finland (STF) –ohjelmassa jo vuodesta 2019 alkaen. Tavoitteena on saavuttaa STF merkki vuoden 2025 aikana, mutta tämä tavoite ei tule toteutumaan sen vaativuuden vuoksi.
- Tällä hetkellä n. 60-70% Helsingin kumppanuustapahtumista on jokin kestävyyssertifikaatti. Tapahtuma-alalle on tullut kaksi uutta kestävyyssertifikaattia Joutsenmerkki ja WWF.

B.4. Osaavan työvoiman saatavuus on toimialojen elinehto

- Matkailu- ja tapahtuma-alojen työttömyys on kasvanut vuonna 2025. Samaan aikaan osalla yrityksistä haasteita löytää osaavaa ja motivoitunutta työvoimaa. Toimijoille on toteutettu sekä rekrytointitapahtumia, työnantajatreffejä että rekrytoivia lyhytkoulutuksia.

B.5. Kokonaisvaltaiseen turvallisuuteen panostaminen on vetovoiman perusedellytys

- Kevään 2022 jälkeen Suomen muuttuneessa geopoliittisessa tilanteessa yleiseen turvallisuuteen, poikkeustilanteisiin varautumiseen ja turvallisuuden viestintään liittyvien toimenpiteiden merkitys on korostunut kenties alkuperäistä toimenpideohjelmaa enemmän vuosina 2022-2025. Suomi on edelleen seurattavilla turvallisuuden indekseillä mitattuna maailman turvallisimpia maita matkustaa. Palvelumme ja ympäristömme ovat hyvin hoidettuja. Palveluja tuottavien yritysten kanssa on yhdessä varauduttu toimimaan erilaisissa poikkeustilanteissa ja selkeytetty rooleja, sekä tehty yhteisiä turvallisuusmateriaaleja ja -sanoituksia.

B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla

Matkailun ja tapahtumien toimintaohjelmaa täydentävät, kestävän matkailun kehitystä ohjaavat toimenpidesuunnitelmat

Helsingin kestävän matkailun kehitystä tukevat toimintaohjelmaa tarkentavat suunnitelmat, jotka käsittelevät mm. ilmastoa, sosiaalista vastuullisuutta sekä uudistavaa matkailua. Suunnitelmat käsittelevät aihetta toimintaohjelmaa syvällisemmin sekä nostavat esille tarvittavia toimenpiteitä. Suunnitelmia on toteutettu systemaattisesti toimintaohjelmakauden aikana.

- Helsinki Tourism Sustainability Policy
- Matkailun ilmastotiekartta
- Matkailun ja tapahtumien varautuminen ja sopeutuminen ilmastonmuutokseen
- Helsingin kierto- ja jakamistalouden toimenpideohjelma
- Viipymän pidentäminen Helsingin matkailussa
- Helsinkiläisten osallisuus matkailu- ja tapahtuma-alojen kehittämiseen
- Matkailu ja tapahtuma-alojen inklusiivisuuden toimintasuunnitelma
- Helsinki visitor pressure management plan
- Helsingin sosiaalisen matkailijapaineen hallinta
- Uudistavan matkailun toimintasuunnitelma
- Kestävyyden sisäinen koulutus
- Matkailu- ja tapahtumaturvallisuuden johtamisen suunnitelma

B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla

Toimintaohjelmakauden aikana toimineet kestävää matkailua edistäneet hankkeet

Hankkeilla on merkittävä rooli kestävän matkailun edistämisessä. Hankkeet tuovat lisäresurssia usein aliresursoituun kehittämiseen ja samalla ne lisäävät yritysten ja matkailualueiden välistä yhteistyötä.

- Kestävyyden edistäminen yrityksissä koetaan usein edelleen "ylimääräiseksi". Siksi on erittäin tärkeää, että yrityksiä voidaan tukea julkisen sektorin toimesta.
- Toimintaohjelmassa kestävyys on nostettu keskeiseksi kilpailutekijäksi ja siksi voimakas tuki yrityksille on ollut strateginen valinta.
- Toimintaohjelmakaudella on ollut lukuisia kestävyyttä edistäviä hankkeita ja näiden hankkeiden avulla helsinkiläiset matkailu- ja tapahtuma-alan yritykset ovat nousseet maailman kärkeen kestävyystyössä.
- Hankkeissa on tuettu yritysten hiilijalanjälkilaskentojen laadintaa, sertifiointien hakemista sekä koulutettu yrityksiä mm. ruokahävikin vähentämisessä ja kiertotaloudessa.
- Hankkeissa on myös rakennettu yhteistä tarinaa ja kestävyyden sanoituksia sekä tehty pilottimarkkinointia kansainvälisille markkinoille. Helsinkiin on myös kutsuttu kansainvälisiä matkanjärjestäjiä tutustumiskäynneille.
- Hankkeiden kautta on myös rakennettu kansainvälistä yhteistyötä muiden matkailukohteiden kanssa sekä benchmarkattu muita matkailukohteita. Hankkeet auttavat merkittävällä tavalla verkostoitumisessa.
- Hankkeet ovat osaltaan tukeneet myös Helsingin omia resursseja, ja niiden ansiosta on voitu palkata kestävän matkailun asiantuntijoita osaksi kaupungin organisaatioita.

Mm. oheiset hankkeet ovat toimineet Helsingin seudulla toimintaohjelmakauden aikana. Helsinki on toiminut osan hankkeista projektipäällikkönä ja/tai rahoittajana ja ollut osan hankkeiden edunsaajana.

- Kongressit ja yritystapahtumat innovaatioiden ja kestävyyden moottoreina pääkaupunkiseudulla
- Climate Neutral Destinations BSR
- Carbon Neutral Experience 1, 2 ja 3
- Sustainable growth for Tourism: Southern Finland
- Digi+Carbonless 1 ja 2
- Food Waste Ecosystem

B.1. Ympäristön kestävyys ja hiilineutraalius kehittämisen kärkenä

- Helsingin edellisellä strategiakaudella oli tavoitteeksi asetettu hiilineutraalisuus vuonna 2030. Myös matkailu- ja tapahtuma-alojen on vastattava globaaliin ilmastokriisiin omilla toimillaan. Olemalla edelläkävijä, Helsinki voi saavuttaa merkittävää kilpailuetua.
    - Helsinki on allekirjoittanut YK:n alaisen Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism, matkailun ilmastojulistuksen, sitoutuen tavoittelemaan matkailun nollapäästöjä vuoteen 2050 mennessä.
    - Helsingin matkailulle on luotu ilmastotiekartta – Climate Action Plan, kuva seuraavalla sivulla.
    - Helsingin matkailun aiheuttama hiilijalanjälki laskettiin yhdessä usein muiden uusmaalaisten kuntien kanssa kaksi kertaa toimintaohjelmakauden aikana. Laskentamallia on kehitetty ja näiden kahden tutkimuksen luvut eivät ole vertailukelpoisia. Tutkimus lisää ymmärrystä siihen, mihin matkailun ilmastotyön panostukset täytyy kohdentaa.
    - Helsingin kaukolämpö on lähellä hiilineutraaliutta. Samoin Suomessa tuotettu sähkö on lähes päästötöntä. Tämä on merkittävä etu myös kaupungissa toimiville matkailuyrityksille kuten noin kahdeksallekymmenelle hotelille, joille lämpö ja sähkö ovat merkittäviä päästölähteitä.
    - Kaupunkiympäristön toimiala ja kaupunginkanslian viestintäosasto ovat toteuttaneet yhteistyössä tapahtumille suunnatun hiilijalanjälkimittarin. Mittaria on jalkautettu tapahtumiin toimintaohjelmakauden aikana.
    - Kaupunki on ollut Visit Finlandin kanssa yhdessä luomassa matkailualan yrityksille suunnattua hiilijalanjälkimittaria nimeltään Hiilikuri. Mittaria on jalkautettu yrityksiin, mutta sen käyttöönotto on ollut valitettavan pientä. Laskuria käyttää Helsingissä vain seitsemän yritystä. Toisaalta, varsinkin isot yritykset ovat laskeneet oman hiilijalanjälkensä kiitettävällä tasolla, mutta käyttäen jotain muuta työkalua kuin Hiilikuria.
    - Helsinki ja Tampere ovat perustaneet yhteistyössä Urban Climate Leaders in Tourism -ryhmän, jossa ovat mukana johtavat matkailutoimijat, kuten Messukeskus, SOK, Scandic, Strawberry ja Linnanmäki. Ryhmä tavoittelee kansainvälistä edelläkävijyyttä matkailun ilmastotyössä.
    - Helsingissä toimivia matkailun asiakaspalvelijoita kuten oppaita, hotellien vastaanottovirkailijoita, museoiden työntekijöitä ja ravintoloiden henkilökuntaa varten on luotu sekä kirjallinen että videomuotoinen tukimateriaali vastuullisuuden ymmärryksen lisäämiseksi ja viestinnän helpottamiseksi. Lisäksi matkailijoille on luotu oma opas siitä, miten Helsingissä voi matkailla mahdollisimman kestävällä tavalla.
    - Helsinki on mukana tapahtuma-alan edunvalvontajärjestön Tapahtumateollisuus ry:n vastuullisuustyöryhmässä.
    - Helsingin matkailuyritykset ovat nousseet toimintaohjelmakauden aikana maailman ehdottomaan kärkeen kun verrataan yritysten ympäristösertifiointien määrää. Tämä kertoo yritysten korkeasta sitoutumistasosta suhteessa ympäristön suojeluun.
- Kaupunkiorganisaatiossa toimii matkailu- ja tapahtuma-alojen kestävyyden toimintaryhmä osana kaupunkitasoista kestävän kehityksen työryhmää. Ryhmässä on laaja edustus kaupungin eri toimialoilta kattaen muun muassa osaamista tasa-arvotyöstä, esteettömyydestä, osallisuudesta, ympäristönsuojelusta, markkinoinnista sekä matkailusta ja tapahtumallisuudesta. Ryhmä on kokoontunut yhteensä 15 kertaa toimintaohjelmakaudella.

B.1. Ympäristön kestävyys ja hiilineutraalius kehittämisen kärkenä

Ympäristön kestävyyden kehittäminen tapahtumallisuudessa

- Kumppanuustapahtumien hiilijalanjäljestä ja ympäristösertifikaattien käytöstä on kerätty tilastoa.
- Tapahtumajärjestäjiä on kannustettu käyttämään hiilijalanjälkilaskuria.
- Kestävyyttä on käsitelty Helsingin järjestämissä vuosittaisissa tapahtumaseminaareissa sekä infotilaisuuksissa. Lisäksi vastuullisuusosiota on vahvistettu sekä tapahtumajärjestäjille suunnatulla hel.fi-sivuilla sekä tapahtumakumppanuusarvioinnissa.
- Toimintaohjelman aikana on keskitytty myös käytännön tekoihin kuten tapahtumien päättymisaikalinjausten ja ympäristövaikutusten huomioimiseen ja kehittämiseen, sekä esimerkiksi on kannustettu kertakäyttömuovin vähentämiseen tapahtumissa, pilotoimalla Green Cup – hanketta.
- Kaupunki toteutti tapahtuma-alalle suunnatun vastuullisuuskyselyn loppuvuodesta 2024. Kyselystä saadun ymmärryksen pohjalta suunnitellaan ja toteutetaan kestävyyttä edistäviä konkreettisia toimenpiteitä.
- Salmi Eventlizerin kävijätutkimuksen perusteella tapahtumakävijän keskimääräinen liikkumisen hiilijalanjälki Helsingissä on suhteellisen matala (0,08 kgCO2e/km) verrattuna muuhun Suomeen, jossa liikkumisen hiilijalanjälki vuonna 2024 oli 0,12 kgCO2e/km. Hiilijalanjäljen muutokseen vaikuttaa erityisesti autokannan muutos sekä joukkoliikenteen kehitys ja sen aktiivinen käyttö. Helsingissä on loistava joukkoliikenne ja tapahtumakävijöitä kannustetaan saapumaan paikalle julkisilla, polkupyörällä tai kävellen.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Matkailun päästöt ovat edelleen merkittävä haaste Helsingin matkailun kehittämiselle. Suomi on matkailun näkökulmasta saari ja lento- sekä laivaliikenne aiheuttavat merkittäviä ilmastopäästöjä. Toisaalta mm. Helsingin erinomainen tilanne lämmityksen ja sähkö alhaisten päästöjen osalta on etu kestävän matkailun näkökulmasta. Työtä ilmastonmuutoksen torjunnan eteen on jatkettava voimallisesti.
- Helsinki on luonut ns. Tourism Impact Assessment –sheetin jonka avulla matkailun vaikutuksia ympäristön tilaan seurataan. On kuitenkin todettava, että ympäristön suojelu sekä ennallistaminen (regenerative tourism, uudistava matkailu) ovat vielä alkutekijöissä. Panostuksia ympäristön tilan seurantaan sekä suojeluun tulee lisätä samalla kun matkailu odotetaan kasvavan.
- Hiilijalanjäljen mittaus on vielä alkuvaiheessa. Ideaalitilanteessa kaikki helsinkiläiset matkailuyritykset ja tapahtumatoimijat mittaisivat päästönsä sekä toimisivat aktiivisesi päästöjen vähentämiseksi. Näin ei tällä hetkellä ole.
- Tapahtuma-alalle voidaan tehdä konkreettisia toimenpiteitä kaupungin tekemän vastuullisuuskyselyn tulosten pohjalta.
- Selvitetään eri toimialoilla käynnissä olevia tapahtumien kestävyyshankkeita ja kiinnitytään mahdollisuuksien mukaan niihin. Erityisesti pilottitapahtumat toimivat hyvänä alustana hankekokeiluille.
- Vaaditaan kumppanuustapahtumilta kestävyyssertifikaatin suorittamista ja kootaan verkkosivuille tietoa pätevistä ympäristösertifikaateista.
- Matkailuala on vielä alkutaipaleella ilmastonmuutokseen sopeutumisen osalta. Tarvitaan laajaa yhteistyötä, koulutusta sekä panostuksia, jotta alan varautuminen ja sopeutuminen ovat vaaditulla tasolla.
- Edelliseen kohtaan liittyen on tärkeää myös valmistautua siihen mahdolliseen tulevaisuuden trendiin, että yhä suurempi osa matkailijoista suunta matkansa pohjoiseen koska eteläisessä Euroopassa on liian kuuma, vedestä on puutetta ja lomakohteet kärsivät liikamatkailusta. Ilmastonmuutos voi siis muuttaa tulevan toimintaohjelmakauden aikana koko Helsingin matkailun vetovoimatekijät.
- Helsinki on ainutlaatuisessa tilanteessa verrattuna moniin kilpailijoihin. Edelläkävijyyttä ilmastotyössä tulee hyödyntää kansainvälisessä markkinoinnissa ja houkutella Helsinkiin matkailijoita, joille ympäristöasiat ovat tärkeässä roolissa.

B.2. Helsinkiläiset, inklusiivisuus sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys kehittämisen keskiössä

Helsinkiläisten osallisuus matkailu- ja tapahtuma-alojen kehittämiseen

- Helsinkiläisten hyvinvoinnin tulee olla kaiken kehittämisen lähtökohtana. Matkailu- ja tapahtuma-alat vaikuttavat kaupunkiin monilla myönteisillä tavoilla. On kuitenkin myös mahdollista, että ilman systemaattista matkailukohteen hallintaa matkailijat tai tapahtumiin osallistuvat aiheuttavat kielteisiä vaikutuksia.
- Kaupunki noudattaa ”Helsinkiläisten osallisuus matkailu- ja tapahtuma-alojen kehittämiseen” –suunnitelmaa.
- Yhteistyössä Helsingin Matkailusäätiön kanssa toteutettiin Kaupunkilaisten asenteet matkailuun ja tapahtumiin –tutkimus vuosina 2023 sekä 2025. Tutkimus on toteutettu myös vuosina 2019 sekä 2021 (matkailun osalta). Paikallisten näkemykset matkailu ja tapahtuma-aloihin ovat erittäin myönteisiä ja näkemykset ovat pysyneet keskimäärin samalla tasolla kaikkina tutkimuskertoina.
- Paikallisille suunnattu Helsingin matkailun kehityskohteet –kysely toteutettiin 2023 sekä 2025. Kyselyssä esille nousseita kehityskohteita on pyritty edistämään mahdollisuuksien mukaan. Monet esille nousseet asiat koskevat laajasti koko kaupunkiorganisaatiota tai sen tytäryhtiöitä. Esille nousseita asioita on mm. Julkisten vessojen määrä ja matkailun linja-autoliikenteen kehittäminen. Vessoja on lisätty ja linja-autoliikenteen kehittämissuunnitelma on tehty.
- Kaupunki on järjestänyt joka vuosi helsinkiläisille suunnatun matkailuaiheisen tapahtuman. Joka toinen vuosi tapahtuma on ollut Kaupungintalolla ja joka toinen vuosi verkossa. Näin paikallisille on pyritty kertomaan avoimesti matkailun kehityksestä sekä suunnitelmista ja toisaalta antaa helsinkiläisille mahdollisuus tuoda esille omia näkemyksiään.
- Vuosittain toteutetut ”Helsinkiläisten osallisuus matkailu- ja tapahtuma-alojen kehittämiseen –raportit” ovat luettavissa Helsingin kaupungin matkailutoimijoiden verkkosivulta. Näissä raporteissa käydään tarkemmin läpi edellä mainittuja asioita. Ks. seuraavan sivun kooste
- Nuorten osallisuutta tapahtuma-alan tulevina toimijoina on edistetty ottamalla heitä aktiivisesti mukaan suurten tapahtumien suunnittelussa ja kehittämisessä Flow School ja Emma School – projektien muodossa vuosina 2020-2025.
- Vuoden 2024 tapahtumatutkimusten mukaan helsinkiläiset ovat ylpeitä siitä, että kaupungissa järjestetään runsas määrä erilaisia tapahtumia. Vuosittaisten tapahtumien vaikuttavuustutkimusten mukaan Helsinki onkin tapahtumakaupunkina toimiva, elävä, turvallinen ja urbaani. Yhtälailla tutkimusten mukaan Helsingin Tapahtumasäätiön tuottamat Helsingin omat tapahtumat ovat kaikkein merkityksellisimpiä alueellisesti ja jopa valtakunnallisesti. Esimerkiksi Uudellamaalla asuvat laajasti eri demografiaa edustavat kokevat suurista kotimaisista tapahtumista kaikkein kiinnostavammiksi tapahtumiksi vuosittaiset Taiteiden Yön, Helsingin juhlaviikot, Tuomaan markkinat ja LUX:n.

Matkailun ja tapahtumien inklusiivisuus

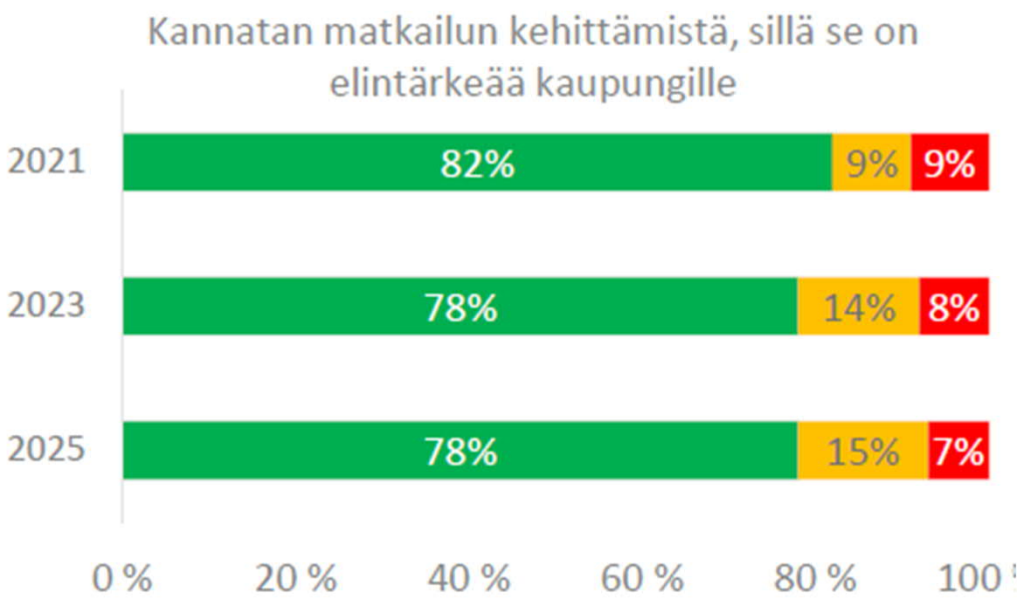
- Helsingillä on selkeitä vahvuuksia inklusiivisen matkailun edistämiseksi. Helsinki saavutti toisen sijan Euroopan komission Access City Awards kilpailussa vuonna 2022 sekä kolmannen sijan komission European Capitals of Inclusion and Diversity Awards kilpailussa vuonna 2023. Suomi on maailman onnellisin maa jo kahdeksan kertaa peräkkäin.
- Kaupungille tehtiin Inklusiivisen matkailun analyysi ja toimenpideohjelma vuonna 2023, jonka avulla asiaa edistetään.
- Vaikka tilanne on verrattain hyvä ja mm. kansallisen Sustainable Travel Finland –ohjelman kautta asia on edistynyt, on tämä osa-alue, joka on jäänyt muiden kehittämistoimenpiteiden varjoon kuluvan toimintaohjelmakauden aikana.
- Inklusiivisuuteen liittyviä mittareita on nostettu mukaan myös vuonna 2025 luotuun kestävän matkailun PowerBI-tilastoraporttiin.

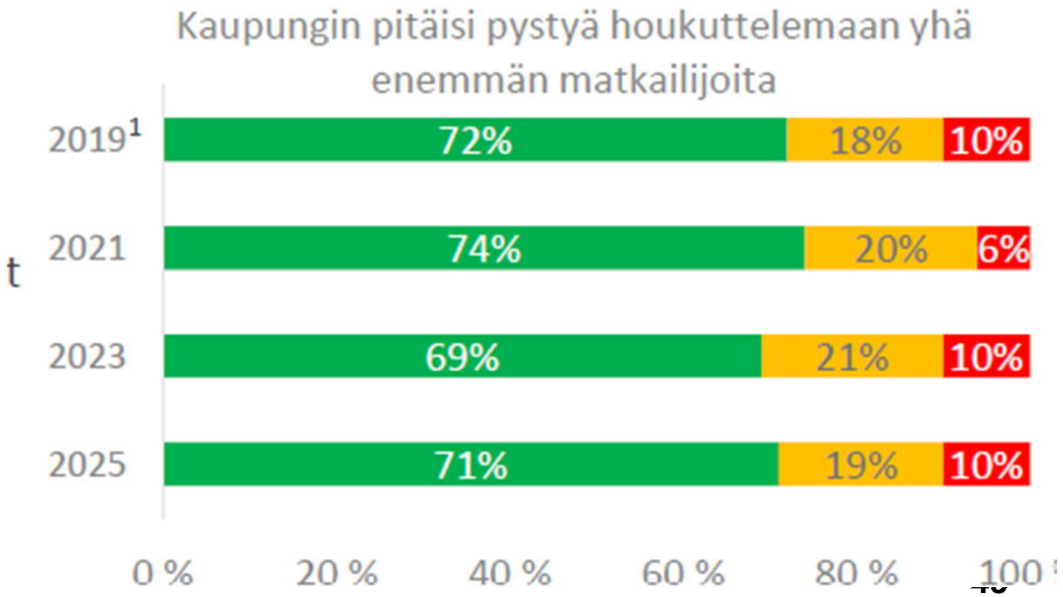
Helsinkiläisten asenteet matkailuun vuonna 2025

- Lähes 80 % helsinkiläisistä on ylpeitä kotikaupungistaan matkailukohteena, ja kannattavat matkailun kehittämistä
- Matkailun vaikutukset koetaan pääosin myönteisinä, erityisesti talouden ja kulttuurielämän kannalta
- 78 % kertoo auttavansa ja opastavansa matkailijoita mielellään (vrt. 73 % vuonna 2023)

- Suurimpia haittoja helsinkiläisten mukaan
  - Epäsiisteys ja roskaaminen
  - Tungokset

Lähde: Helsingin matkailu –asukaskysely 2025 Helsingin Matkailusäätiö





Helsinki

Helsinkiläisten asenteet kotikaupunkiaan ja tapahtumia kohtaan hyvällä tasolla

- Helsinkiläisistä edelleen 80 prosenttia kokee viihtyvänsä kotikaupungissaan, mikä on lähes sama osuus kuin vuosina 2023 ja 2019, mutta 7 prosenttiyksikköä vähemmän kuin vuonna 2021.

- Tapahtumien nähdään tuovan Helsinkiin kansainvälisyyttä, vaikuttavan positiivisesti kaupungin talouteen, lisäävän Helsingin elinvoimaa sekä tuovan kansainvälistä näkyvyyttä.

- Merkittävä osa vastaajista, eli reilusti yli puolet, katsoi tapahtumien vaikuttavan positiivisesti Helsingin viihtyisyyteen sekä toivoi Helsingin pyrkivän aktiivisesti suurten tapahtumien järjestäjäpaikkakunnaksi.

- Naiset katsoivat hieman miehiä useammin tapahtumien lisäävän Helsingin elinvoimaa ja kansainvälisyyttä sekä vaikuttavan positiivisesti kaupungin talouteen. 15–24-vuotiaat uskovat muita vähemmän tapahtumien vaikuttavan positiivisesti kaupungin talouteen sekä lisäävän kansainvälisyyttä ja elinvoimaa. Sen sijaan eroa muihin ikäluokkiin siinä, miten tapahtumat vaikuttavat Helsingin viihtyisyyteen, ei enää ole.

- Ero vuoden 2023 tutkimukseen on siinä, että aiempaa enemmän toivotaan kiinnitettävän huomiota paikallisväestöön tapahtumia suunniteltaessa. Lisäksi pyrkimys suurten tapahtumien järjestäjäksi saa enemmän kannatusta, ja entistä useampi katsoo tapahtumien vaikuttavan positiivisesti Helsingin talouteen.

Lähde: Helsingin matkailu – asukaskysely 2019, 2023 ja 2025, Helsingin matkailusäätiö & Visotory Oy

Kuva: Mika Ruusunen

Helsinki

B.2. Helsinkiläiset, inklusiivisuus sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys kehittämisen keskiössä

Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys

- Mikäli matkailijamäärät kasvaisivat Helsingissä hyvin nopeasti ja hallitsemattomasti, voitaisiin tulevaisuudessa nähdä samankaltaisia ilmiöitä kuin esim. Barcelonassa tai Amsterdamissa, missä matkailijoiden luoma paine kaupungille nousee tasolle, jota paikalliset eivät voi enää hyväksyä. Samalla paine luontoa kohtaan kasvaa.
- Helsinki on luonut toimintaohjelman vierailijapaineen hallintaan. Ohjelma listaa erilaisia paineen hallintaan liittyviä mittareita sekä toimenpiteitä, joiden avulla vierailijapainetta voidaan hallita ja mahdollisesti pienentää.
- Helsingissä ei ole liikamatkailuongelmaa ja luvut osoittavat, että kaupunki on vielä hyvin kaukana em. kaupunkien tilanteesta. Tilannetta pitää kuitenkin aktiivisesti seurata ja tarpeen vaatiessa reagoida nopeasti.
- Työtä tukee myös keväällä 2025 valmistunut matkailun ja tapahtumien karttapohjainen Master Plan, joka tarkastelee matkailijavirtoja sekä matkailuun liittyvää infrastruktuuria.
- Toimintaohjelman aikana on laadittu yhteistyössä eri toimijoiden kesken kaupunkitasoinen sosiaalisen vastuullisuuden kompassi tapahtumajärjestäjien tueksi.
- Syksyllä 2024 käytiin keskustelu saamelaisten asemasta erityisesti matkamuistomyymälöissä. Mukana keskustelussa oli Saamelaiskäräjät sekä Sami Duodji ry. Prosessin lopputuloksena syntyi opas Saamelaistuotteiden myyntiin, joka välitettiin helsinkiläisiin matkamuistomyymälöihin.
- Tapahtumateollisuus ry:n vastuullisuustyöryhmä pyrkii vaikuttamaan suoraan tapahtuma-alan epäkohtiin kansallisesti ja tämän työn yhteydessä vuonna 2025 laadittiin mm. Vapaaehtoistyön eettiset suositukset –opas. Helsingillä on ryhmässä aktiivinen edustus.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Paikallisten osallistaminen on ollut määrätietoista jo pitkään ja vertailtavaa tilastotietoa on jo vuodesta 2019 lähtien. Tätä työtä tulee jatkaa systemaattisesti.
- Inklusiivisen matkailun edistämisessä on vielä paljon kehitettävää. Helsingin näkökulmasta inklusiivisen matkailun potentiaali on erittäin iso ja siihen tulisi panostaa reilusti aikaisempaa enemmän.
- Vierailijapaineen hallintaan liittyvää työtä tulee jatkaa ja mittareita kehittää. Toimenpiteitä, joiden avulla suosituimpien matkakohteiden vierailijapainetta helpotetaan, tulee jatkaa. On kuitenkin samalla varmistettava, että kohdennetut resurssit ovat ongelman pienuuteen nähden oikeasuhtaiset.
- Euroopan ainoan alkuperäiskansan asemasta pitää huolehtia jatkossakin. Edellä mainitun oppaan lisäksi tulevalla toimintaohjelmakaudella pitää seuranta tilannetta ja varmistaa, että saamelaisten oikeuksia ei matkailun kontekstissa kohdella väärin.
- Kiinnitytään jatkossakin aktiivisesti Tapahtumateollisuus ry:n kestävyyteen liittyvään työskentelyyn, koulutuksiin ja vastuullisuustyöryhmän työskentelyyn.

B.3. Helsinki on kestävyydessä maailman kärjessä indeksien ja sertifiointien avulla todennettuna

- Helsinki ja Suomi sijoittuu lukemattomien indeksien kärkisijoille. Näistä ehkä kuuluisin on onnellisuusindeksi, jonka kärkipaikalla Suomi on ollut jo kahdeksan vuotta.
- Matkailun näkökulmasta kolme indeksiä ja sertifiointia korostuvat. Global Destination Sustainability (GDS) –indeksi, Green Destinations sertifikaatti sekä Sustainable Travel Finland (STF) –ohjelma.
    - Toimintaohjelmakauden tavoitteeksi asetettiin GDS –indeksin kärkipaikka. Tämä tavoite saavutettiin syksyllä 2024. Indeksi mittaa matkakohteen kestävyyttä noin 80 eri kysymyksellä. Indeksin kriteerien täyttäminen on vaativaa ja ykköstilan saavuttaminen on vienyt vuosia. Sijoitus indeksissä on kehittynyt seuraavalla tavalla: 18, 16, 12, 4, 1 ja 1.
    - Helsinki lähti vuonna 2023 tavoittelemaan maailman tiukinta matkakohteelle suunnattua kestävyyden sertifiointia. Keväällä 2025 Helsinki saavutti ensimmäisenä isona kaupunkikohteena Green Destinations GSTC –sertifikaatin. Sertifioinnin saavuttaminen oli merkittävä ponnistus ja lopullinen raportti sisälsi vastaukset noin 280 kysymykseen ja raportin pituus oli yli 120 sivua. Saavutus on poikkeuksellinen maailman mittakaavassa.
    - Helsinki on ollut jo pilottikohteena mukana kansallisessa STF-ohjelmassa vuodesta 2019 lähtien. Helsinki matkailukohteena ei ole vielä hakenut STF-destinaatiomerkkiä, mutta edellytykset sen saavuttamiseksi on jo hyvin lähellä.
- EU:n uudet viherväittämiin liittyvät direktiivit, Empowering consumers for the green transition –direktiivi sekä Green Claims –direktiivi (Green Claims valmistelu lopetettu toistaiseksi) tiukentavat lainsäädäntöä merkittävällä tavalla. Helsinki on ainutlaatuisen hyvässä tilanteessa tiukentuvan sääntelyn osalta ja voi saada merkittävää kilpailuetua.
    - 99 prosenttia Helsingin hotellikapasiteetista (hotellit, joissa on yli 50 huonetta) on sertifioitu. Samoin nähtävyydet, kongressitilat, lentokenttä sekä muut matkailun toimijat ovat sertifioituneet poikkeuksellisen korkealla tasolla.
    - 60-70% Helsingin kaupungin kumppanuustapahtumista hyödyntää jotain kestävyysohjelmaa (yleisin Ekokompassi-ympäristösertfikaatti). Tapahtumat, joilla on Ekokompassi, saavat 30% alennusta maankäyttömaksusta. Ensimmäinen tapahtuma (Katri Helenan konsertti Olympiastadionilla) on saanut Joutsenmerkin vuonna 2025.
    - Helsingin omia tapahtumia tuottavalla Helsingin Tapahtumasäätiöllä on Ekokompassi. Lisäksi osalla sen tapahtumista on Ekokompassi.

B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla

Sustainable Travel Finland -ohjelma

- Helsingin kestävän matkailun kehittämisen ”selkäranka” on Business Finlandin yksikön Visit Finlandin ylläpitämä Sustainable Travel Finland –ohjelma. Ohjelma on suunnattu matkailualan yrityksille kuin myös matkailukohteille kuten Helsinki. Helsinki on ollut mukana ohjelmassa jo sen pilottivaiheessa vuodesta 2019 lähtien. Ohjelma sisältää kestävyyden kaikki osa-alueet, eli ympäristön, ilmaston, sosiaalisen ja kulttuurin vastuullisuuden sekä taloudellisen kestävyyden.

- Helsinki on tukenut yrityksiä Sustainable Travel Finland –merkin hankkimisessa lukuisilla eri toimenpiteillä, kuten koulutuksilla, workshopeilla ja tietoiskuilla. Samoin on toiminut Visit Finland. Lisäksi Helsingin Matkailusäätiö on tukenut useita yrityksiä ulkopuolisen ympäristösertifioinnin hankinnassa, kuten Good Travel Seal tai Green Activities.

- Helsingissä on matkailuyrityksillä syyskuussa 2025 noin 85 Sustainable Travel Finland –merkkiä. Tämä on selvästi vähemmän kuin mikä on ollut tavoitteena. Toimintaohjelman tavoitteena on, että vuoteen 2026 mennessä Helsingissä on 200 merkkiä. Tätä tavoitetta ei tulla saavuttamaan.

B.3. Helsinki on kestävyydessä maailman kärjessä indeksien ja sertifiointien avulla todennettuna

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Osana niin sanottua VivaCity Challenge -hanketta, Helsinki on ollut mukana kirjoittamassa "white paperia, mikä käsittelee indeksien ja sertifiointien mielekkyyttä ja tarpeellisuutta kestävyyden edistämisen työkaluna. White paper julkaistiin heinäkuussa 2025.
- Pienen matkakohteen näkökulmasta on erittäin tärkeää nousta esille suuresta massasta. Kestävyys on luontainen vahvuus Helsingille ja se tuo kilpailuetua. Näkyvyyden ja tunnettuuden näkökulmasta on suositeltavaa jatkaa valitulla linjalla ja tavoitella jatkossakin paikkaa maailman kestävimpänä matkakohteena.
- Toisaalta on hyvä huomioida, että kuluneen toimintaohjelmakauden aikana on käytetty merkittävästi resursseja mm. GDS –indeksin ykköstilan ja Green Destinations -sertifioinnin tavoitteluun. On syytä arvioida kriittisesti, ovatko ne oikeita tapoja kohdentaa rajalliset resurssit.
- On myös hyvä arvioida kriittisesti sitä, tunteeko matkailija näitä sertifiointeja ja indeksejä sekä onko niillä vaikutusta ostopäätökseen. Vapaa-ajan matkailussa tunnettuus on luultavasti hyvin alhainen kun taas matkanjärjestäjien sekä kokous- ja kongressitoimijoiden joukossa tunnettuus on korkeammalla tasolla ja vaikuttaa myös merkittävästi kohdevalintaan
- Tapahtumiin ja tapahtumapaikkoihin liittyvää sertifiointityötä on tärkeää jatkaa tulevalla toimintaohjelmakaudella

VN0 minkä saavutusten? Muokkaa [@Punamäki Jukka] punaisella merkittyjä lauseita
Vesterinen Nina; 2025-09-20T12:51:20.539

PJ0 0 muokkasin kolmannen bullet pointin kirjausta. Viimeinen punaisella oleva kohta on tapahtumien kirjaus. Olen siihen jo kommentoinut monta kertaa.
Punamäki Jukka; 2025-09-21T06:50:47.688

B.4.Osaavan työvoiman saatavuus on toimialojen elinehto

- Matkailu- ja tapahtuma-alojen työttömyys on kasvanut vuonna 2025. Samaan aikaan osalla yrityksistä on haasteita löytää osaavaa ja motivoitunutta työvoimaa.
- Työvoiman saantiin ja kohtaantoon liittyviä haasteita on käsitelty Helsingin matkailun neuvoa-antavassa työryhmässä yhdessä Helsingin merkittävimpien matkailu- ja tapahtuma-alojen yritysten kanssa. Lisäksi yhteistoimenpiteitä on suunniteltu ja toteutettu oppilaitosten kanssa. Toimeksiantona toteutettu Matkailutoimialan työnantajabrändäys - kohti houkuttelevuutta ja sitouttamista pro gradu -työ esiteltiin Helsingin tekijät-verkostotapaamisessa ja käsiteltiin Helsingin matkailun neuvoa-antavassa työryhmässä. Myös alan houkuttelevuus ja tulevaisuuden tekijät -paneelikeskustelu toteutettiin keväällä 2025.
- Kaupan, matkailun ja ravintola-alalle on toteutettu ostopalveluna erillinen työllistymispalvelu osaavien työntekijöiden rekrytoimiseksi toimialoille. Palvelun kautta on työllistynyt noin 400 työntekijää elokuun 2022 ja toukokuun 2025 välisenä aikajaksona toimialoille. Suoraan matkailualalle on työllistynyt noin 10 % asiakkaista. Noin 50 % toimialoille rekrytoiduista on työllistynyt vakituiseen tai yli 12 kuukautta kestävään työsuhteeseen ja noin 40 % palveluun osallistuneista asiakkaista on ollut vieraskielisiä.
- Yhteistyössä Careeria-oppilaitoksen kanssa toteutetaan loppuvuodesta (päättyy alkuvuodesta 2026) ryhmämuotoinen ”Matkailualan tulevaisuuden tekijät” -koulutus matkailualasta ja yrittäjyydestä kiinnostuneille työnhakijoille. Osana koulutusta opiskelija suunnittelee omaa yritystoimintaa matkailualalle tai vaihtoehtoisesti palvelumuotoilun keinoin kehittää yksittäisen yhteistyöyrityksen toimintaa.
- Lisäksi alan työnantajia on tuettu työllistymisessä palkkatuella ja Helsinki-lisällä.
- Kaupunki järjesti yhteistyössä matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alojen työnantajien kanssa Matkailun tekijät -rekrytointitapahtuman 2024 toista kertaa. Tapahtumassa oli mukana 11 yritystä, kolme oppilaitosta ja yli 400 työnhakijaa. Tilaisuus koettiin hyödylliseksi.
- Tapahtuma-alalla työskentelevien erityisosaaminen ja työkenttä on hyvin laaja-alainen esimerkiksi aina myynnistä, tuotannon suunnittelun ja toteutuksen yksityiskohdista turvallisuuteen. Nykytilanteessa on haastavaa tunnistaa opiskelupaikkojen ja opiskelijoiden määriä tai millaista lisäkoulutusta täsmälleen alalla kokonaisuutena tarvittaisiin, koska varsinaisesti tapahtuma-alalle suunnattuja opintoja ei ole. Tästä johtuen kaupunki työskentelee aktiivisesti Tapahtumateollisuus ry:n kanssa, joka edistää systemaattisesti tapahtuma-alan koulutustilannetta.
- Työvoiman saatavuutta on varmistettu kouluttamalla esimerkiksi tapahtuma kohtaisesti uusia osaajia. Tästä esimerkkinä Flow School and Evento School, joista ensimmäinen on alkanut toimintakauden aikana pilottina ja vakiintunut vuosien varrella toimivaksi metodiksi.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Yhteistyötä Työllisyyspalveluiden, oppilaitosten sekä yritysten ja muiden työllisyyttä edistävien toimijoiden kanssa tulee entisestään tiivistää.

B.5. Kokonaisvaltaiseen turvallisuuteen panostaminen on vetovoiman perusedellytys

- Matkailun ja tapahtumien turvallisuuden edistämistä on tehty helmikuussa 2022 valmistuneen Matkailu- ja tapahtumaturvallisuuden johtamisen suunnitelman mukaisesti. Suunnitelmaa on päivitetty vuosittain ja tarkennettu lisäksi EU Crisis Management – hankekokonaisuuteen osallistumalla vuonna 2024.
- Matkailu- ja tapahtumaturvallisuuden johtoryhmä on toiminut aktiivisesti vuoden 2023 alusta lähtien. Johtoryhmätyötä koordinoi matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö ja ryhmässä toimivat edustajat kaupungin ulkoisesta viestinnästä, valmiustiimistä, Helsinki Partnersista, brändi ja tapahtumat -yksiköstä, elintarviketurvallisuudesta, HUS:ista, Pelastuslaitokselta, Tukesista, Visit Finlandista ja matkailuyritysten edustaja hotelliketjusta. Johtoryhmä on määrittänyt turvallisuusjohtamisen minimikriteerit ja valinnut Helsingin, valtakunnallisen ja kansainvälisen tason seurattavat turvallisuusindeksit. Indeksit päivitetään vuosittain julkiseen PowerBI -alustaan.
- Helsingin tekijät - verkoston yrityksistä koostettu turvallisuuden tekijät - teemaryhmä aloitti toiminnan 2025. Matkailu ja kohdepalvelut -yksikölle on nimetty poikkeustilanteiden viestintäryhmä. Lisäksi eri toimijoiden roolit turvallisuusviestinässä on kuvattu.
- Yrityksille hyödynnettäväksi on laadittu turvallisuuteen liittyviä materiaaleja kuten Kompassi - Käsikirja matkailun ja tapahtumien turvallisuuteen, digityökaluna toimiva turvallisuusopas Lokikirja, Matkailijan turvallinen polku -ohjeistus ja turvallisuusteeman infosivut Helsingin tekijät -verkoston yhteistyöalustalle.
- Vuosittain on järjestetty matkailu- ja tapahtumaturvallisuuden seminaari (mm. 30.10.2025) laajalle yleisölle, jossa on ollut osanottajia yli sata. Tämän lisäksi on järjestetty mm. varautumiseen ja kriisiviestintään liittyviä pienempiä koulutuksia.
- Matkailu- ja tapahtumaturvallisuuden sanoitukset on laadittu yhdessä elinkeinotoimijoiden ja kaupungin kriisiviestinnän kanssa sekä kaupungin omiin kanaviin että yritysten käyttöön. Sanoituksia mm. turvalliseen taksinkäyttöön, taskuvarkauksien ehkäisemäiseen ja yleisestä turvallisuustilanteesta hyödynnetään verkkosivuilla, hotelleissa, matkailuneuvonnassa ja Visit Finlandin verkkosivuilla.
- Turvallisuusjohtamisen vaikutuksia ja yhteisen mallin toteutumista seurataan valituilla turvallisuusindekseillä, vierailijakokemuspalautteiden kautta sekä Helsingin tekijät -verkoston jäsenten palautetta keräämällä.

B.5. Kokonaisvaltaiseen turvallisuuteen panostaminen on vetovoiman perusedellytys

- Tapahtumaturvallisuudessa on lähtökohtaisesti ennakoiva ote, sillä kaikki tapahtumajärjestäjät ovat velvoitettuja toimittamaan viranomaisille tarkat kuvaukset ja selvitykset jo lupavaiheessa turvallisuuteen liittyen. Näiden selvitysten pohjalta myös kaupunki käy läpi esimerkiksi tapahtumien kenttäryhmässä tulevien tapahtumien turvallisuutta läpi. Lisäksi jokaisen merkittävän tapahtuman osalta pidetään erikseen viranomasikokous, jossa käsitellään kaikki turvallisuuden osa-alueet kriisiviestinnästä osallistujien ohjaukseen.
- Lisäksi Helsinki on mukana Tapahtumateollisuuden turvallisuustyöryhmässä. Tapahtumateollisuudella on myös muita työryhmiä, joissa kaikissa toimialan edustajat tekevät ajatustyötä koko toimialan kehittämiseksi, ja toisaalta käyvät vuoropuhelua viranomaisten ja muiden tahojen kanssa.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Aktiivista ennaltaehkäisevää turvallisuustyötä jatketaan olemassa olevilla turvallisuuden verkostorakenteilla.
- Järjestetään poikkeustilanteiden valmiusharjoituksia organisaation sisäisten ja tärkeiden sidosryhmien kanssa.
- Turvallisuudessa huomioidaan niin fyysiset kuin psyykkiset turvallisuustekijät ja oikeanlaiseen viestintään kiinnitetään erityistä huomioita.
- Rakennamme myös kansainvälisiä yhteysverkostoja turvallisuuden toimenpiteiden ja turvallisuusviestinnän kehittämiseksi
- Jatkamme konkreettisia toimenpiteitä tapahtumaturvallisuuden lisäämiseksi kaupunkitasoisesti, kuten esimerkiksi Olympiastadionin tapahtumien poikkeusliikennejärjestelyjen suhteen

C. Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki

Strategiset valinnat

C.1. Matkailun ja tapahtumien älykäs kehittäminen pohjautuu tietoon

C.2. Kaupunkitilaan liittyvät päätökset tukevat matkailua ja tapahtumallisuutta

C.3. Helsinki on toimiva tapahtumien alusta

Kehittymisen perusedellytykset

C.4. Yritysten digitaalisen kyvykkyyden edistämisellä lisää kilpailukykyä

C.5. Kasvua ja uudistumista matkailun ja tapahtumien innovaatiotoimintaa kiihdyttämällä

Helsinki

C. Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki

Yhteenveto

C1 Matkailun ja tapahtumien älykäs kehittäminen pohjautuu tietoon

- Matkailu- ja tapahtumakaupungin kehittämisen ja päätöksenteon pohjalla on systemaattisesti kerättyä, luotettavaa ja ajantasaista tietoa DataLokki – Helsinki Destination Insights -palvelussa, mikä tukee päätöksentekoa. Tiedon avulla kaupunki ja yritykset ovat mm. ennakoineet tulevia matkailijamääriä, suunnitelleet markkinointitoimenpiteitä ja optimoineet työvuoroja.
- Älykkään matkailun todentamista ja seurantaa varten luotiin indikaattorit.
- Tapahtumien vaikuttavuuden tutkimista ja tiedolla johtamista on kehitetty erilaisin tavoin. Helsinki muun muassa tutkii yhä useampia kaupungissa järjestettäviä tapahtumia yhdenmukaisin metodein.

C.2. Kaupunkitilaan liittyvät päätökset tukevat matkailua ja tapahtumallisuutta

- Matkailun ja tapahtumien Master Plan on valmistunut ja jalkautus käynnissä.
- Kauden aikana on lisäksi toteutettu seuraavat master plania tukevat selvitykset
    - Helsingin suur- ja massatapahtumien tapahtumapaikat, 500-1000 henkilön sisätapahtumapaikkaselvitys, Helsingin kaupungin torien ja aukioiden master plan. Helsingin yleisten alueiden tapahtuma-aluekortti päivitystyö on myös aloitettu.

C.3. Helsinki on toimiva tapahtumien alusta

- Sähköisen asioinnin palvelu on valmistunut. Varaamo – alustan tekninen kehitys ja palveluiden laajennus on valmistunut.
- Helsinki on saanut valmiiksi ja ottanut käyttöön vuonna 2025 Työ- ja elinkeinoministeriön Luvat ja valvonta – hankkeen mallin eli julkishallinnolle kehitetyn sähköisen asioinnin asiakaslähtöisen ns. yhden luukun periaatteen palvelun.

C.4. Yritysten digitaalisen kyvykkyyden edistämisellä lisää kilpailukykyä

- Yritysten ja palveluiden digitaalisen tuotetarjonnan näkyvyys Helsingin ja Visit Finlandin kanavissa lisääntyi vuodesta 2022 vuoteen 2025, minkä avulla vierailijat pystyvät löytämään heitä kiinnostavat palvelut tuoden myös lisää liikevaihtoa yrityksille. Yleisötapahtumien sisältöjä on moderoitu ja julkaistu kaupungin viestintäkanavissa kuten tapahtumakalenterissa yli 2000 kpl/vuosi, mikä edistää kaupungin vetovoimaa.
- Yritysten henkilökunnalle on aikaansaatu uutta data- ja digiosaamista osana Helsingin tekijät -verkoston toimintaa mm. tekoälykoulutuksissa, dataseminaarissa ja digitaalisen näkyvyyden parantamisen ohjelmassa. Uusi osaaminen edistää elinkeinoa uudistumaan palvelukonsepteja ja -prosesseja.

C.5. Kasvua ja uudistumista matkailun ja tapahtumien innovaatiotoimintaa kiihdyttämällä

- Kotimaisten yritysten liiketoimintaa on tuettu erityisesti Kestävää nostetta matkailuyrityksiin: Etelä-Suomi -hankkeen ja Helsingin matkailuneuvonnan uuden karttapalvelun piloteissa. Piloteissa on syntynyt uusia tuotteita ja/tai tuoteominaisuuksia, joilla on kysyntää ja kansainvälistä kasvupotentiaalia. Toimintaohjelman aikana suunniteltiin matkailuinnovaatioiden TestBed-malli.

C.1. Matkailun ja tapahtumien älykäs kehittäminen pohjautuu tietoon

- Matkailu- ja tapahtumakaupungin kehittämisen ja päätöksenteon pohjalla on systemaattisesti kerätty ja hyödynnetty ajantasaista tietoa. *DataLokki – Helsinki Destination Insights* -palvelu lanseerattiin 2023 ja sitä on kehitetty käyttäjälähtöisesti eteenpäin. DataLokissa oli 9/2025 mennessä 150 kirjautunutta käyttäjää ja vähintään 2500 käyttökertaa /vuosi. Käyttäjämäärä on tavoitteen mukainen, palvelun käyttöaste on jäänyt odotuksia matalammalle eikä tieto ole tavoittanut yritysjohtoa ja päättäjiä riittävästi. Luotettavasta ja ajantasaisesta tiedosta huolimatta matkailun ja tapahtumien merkitystä ei riittävästi ymmärretä julkisessa keskustelussa. Yritysten tiedolla johtamisen valmiuskyselyssä ja motivaatiotason laadullisessa tutkimuksessa havaittiin, että yritysten tietotaito hyödyntää oman organisaation ulkopuolista tietoa on vielä alkumetreillä. Johtopäätös selittää myös DataLokin matalahkoa käyttöastetta. Datan jalkautuksessa elinkeinolle on kokeiltu erilaisia menetelmiä vaihtelevin tuloksin. Datan popularisointia ja DataLokin viestintää tehostettiin vuoden 2025 aikana. DataLokin laskeutumissivu hel.fi/datalokki uusittiin ja palvelusta viestittiin kampanjoilla sekä omissa tilaisuuksissa ja viestintäkanavissa. Lisäksi DataLokki-palvelun jatkosta päätetään vuoden 2025 loppuun mennessä.
- Helsingistä on kehitetty tulevaisuuden kestävää ja tiedolla johdettua matkailukohdetta osana niin sanottua *VivaCity Challenge -hanketta*. Projektin toinen vuosi 2025 on edennyt Helsingin identiteettitutkimuksella, uudistavan matkailun toimintasuunnitelman laadinnalla, datan arvon määrityksellä ja yritysten digitaalisen näkyvyyden parantamisen ohjelmalla. Syksyllä 2025 VivaCity Challenge -hankkeen konsultteja hyödynnetään uuden kehitysohjelman kehitysaihioiden laatimisessa.
- Älykästä matkailua varten luotiin viitekehys ja indikaattorit, joilla voidaan todentaa ja seurata älykkään matkailun osa-alueiden kehitystä. Alustavan analyysin perusteella perusasiat ovat kunnossa (alkutilanne 2025), mutta niitä tulee kehittää määrätietoisesti eteenpäin uuden strategiakauden aikana.
- Toimintaohjelman aikana tapahtumien vaikuttavuuden tutkimista on kehitetty monin eri tavoin. Helsinki tutkii yhä useampia kaupungissa järjestettäviä tapahtumia yhdenmukaisin metodein. Saadut tulokset auttavat tulevaisuuden suunnittelussa, toteutuksessa ja päätöksenteossa. Toimintakauden aikana tutkimuksiin lisättiin taloudellisen vaikuttavuuden lisäksi myös sosiaalisen ja ympäristövastuullisuuden näkökulmat. Näin on saatu tietoa niin kävijöiden rahankäytöstä kuin turvallisuuden tunteesta sekä tapahtumakävijöiden hiilijalanjäljestäkin. Toimintakauden aikana on tuotu Helsingin tapahtumallisuustietoa toimijoille, niin tapahtumatutkimuksista kuin tulevista tapahtumista rakennetun Datalokin avulla.

C.1. Matkailun ja tapahtumien älykäs kehittäminen pohjautuu tietoon

- Tapahtumatietokannan (Linked Events) rajapintaa hyödynnetään kansallisella ja kansainvälisellä tasolla edelläkävijänä kaupungissa järjestettyjen yleisötapahtumien määrän mittaamisessa. Tilasto ei ole absoluuttinen, mutta se antaa arvion mm. yleisötapahtumien kokonaismäärästä, tyypistä, suosituista ajankohdasta, kävijämäärästä ja tapahtumien sertifioinneista. Tiedot ovat tärkeitä edunvalvonnassa ja tapahtumallisuuden kehittämisessä. Mikään muu kaupunki Suomessa tai maailmalla ei tiettävästi mittaa yleisötapahtumien määrää yhtä tarkalla tasolla. Tapahtumien lukumäärä Helsingissä on kasvanut vuosi vuodelta ja parhaimmillaan Helsingissä on jopa 6000 yleisötapahtumaa kuukaudessa.
- Tapahtuma-alalla ei ole matkailu-alaan verrattavaa viranomaisvelvoitetta systemaattiseen tiedon raportointiin ja tätä kautta luontevasti muodostuvaan tiedon keräämiseen. Toimintakauden aikana on luotu Tapahtumateollisuus ry:n toimesta Kuutoskaupunkien tiedolla johtamisen malli, jonka tarkoituksena on osaltaan antaa ymmärrys mitä tietoa on oleellista kerätä, miten tietoa systemaattisesti kerätään ja miten kerättyä tietoa on syytä analysoida niin sisäisten että ulkoisten sidosryhmien käyttöön. Seuraavaksi siirrytään jokaisessa kaupungissa, myös Helsingissä toteutusvaiheeseen.

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- DataLokki – Helsinki Destination Insights –palvelun hankintajakso tulee päätökseen lokakuussa 2026. Palvelun integroiminen kaupunkiyhteisiin järjestelmiin edellyttää kaupunkiyhteistä ict-arkkitehtuurimallia ulkoisten datalähteiden välivarastointiin ja ketterään ylläpitoon. Ilman tätä DataLokki-palvelu on nykyisenkaltaisena riippuvainen kolmansien osapuolten tarjoamista ratkaisuista ja ylläpidosta. Ratkaisuarkkitehtuurimallin vaihtoehtoja selvitetään ja laaditaan palvelun kestävä jatkosuunnitelma.
- Jatketaan hyvää yhteistyötä Helsingin tekijät -verkoston kanssa tiedolla johtamisessa. Tiedon keräämisessä ja jalkautuksessa käytetään useita käyttäjälähtöisiä menetelmiä ja formaatteja – vain yhteen menetelmään rajoittuminen ei ole tehokasta tulosten perusteella.
- Elinkeino on vasta alkumetreillä organisaation ulkoisen datan hyödyntämisessä. Datan arvoa ja sen tuomia liiketoiminnallisia hyötyjä ei tunnisteta. Kaupungin pitää jatkaa elinkeinon tukemista, datan popularisointia ja yhteistyötä matkailun kansallisen tiedolla johtamisen mallin mukaisesti.
- Helsingin identiteettiselvitys on brändin, tuotekehityksen sekä viestinnän ja markkinoinnin lähtökohta. Helsinki lähtee tavoittelemaan paikan identiteettiin sopivia ja liiketoiminnallisesti kannattavia kohderyhmiä eikä pyri tarjoamaan geneerisesti ja tehottomasti "kaikille kaikkea".
- Seurataan älykkään matkailun osa-alueiden kehitystä vuosittain ja hyödynnetään tuloksia toimenpiteiden suunnittelun tukena
- Jatketaan tapahtumallisuuden tiedolla johtamisen edistämistä ja tehdään yhteistyötä jatkossakin myös kuutoskaupunkien kesken (kertyneen ja analysoidun tapahtumatiedon vertailu yhteisellä alustalla).

C.2. Kaupunkitilaan liittyvät päätökset tukevat matkailua ja tapahtumallisuutta

- Matkailun ja tapahtumien kasvun mahdollistamiseksi laadittiin kokonaisvaltainen, maankäyttöön keskittyvä Master Plan -suunnitelma, jossa tunnistetaan Helsingin nykyiset matkailun ja tapahtumien painopistealueet sekä tulevaisuuden kehityssuunnat. Työn toteutti Helsingin kaupungin toimeksiannosta FCG Finnish Consulting Group kaupunkiyhteisen, elinkeino-osaston, viestintäosaston ja kaupunkiympäristön toimialan edustajista koostuneen ohjausryhmän tukemana. Se laadittiin vuorovaikutteisena prosessina. Lähtökohtana oli maankäytön nykytila ja sen luomat kehittämismahdollisuudet sekä tulevaisuuden matkailu- ja tapahtumatoimialoja linjaavat kehityssuunnat. Suunnitelma laadittiin pitkälle tulevaisuuteen, joten eri kehityssuuntien ja laadittujen kasvuskenaarioiden vaikutukset on huomioitu kehityskuvassa ja visiossa. Työtä tullaan hyödyntämään tulevien matkailun ja tapahtumien kehittämiseen liittyvien strategisten tavoitteiden määrittelyssä, päivitettävässä Helsingin yleiskaavan toteuttamisohjelmassa ja tulevissa maankäytön suunnitelmissa ja toteutuksessa. Tavoitteena on, että myös matkailu- ja tapahtumatoimijat sekä sijoittajat hyödyntävät työtä suunnittelunsa ja päätöksentekonsa tukena.
- Lisäksi on toteutettu seuraavat master plania tukevat selvitykset
  - Helsingin suur- ja massatapahtumien tapahtumapaikat, tilannekatsaus valmistui vuonna 2025. Tarkasteltavina alueina olivat Suvilahti, Käpylän urheilupuisto ja Messukeskus, Olympiastadionin alue ja Myllypuron liikuntapuisto. Lisäksi suurtapahtumille soveltuvia paikkoja ovat Oulunkylän liikuntapuisto, Malminkenttä ja Kivikon liikuntapuisto.
  - 500-1000 henkilön sisätapahtumapaikkaselvitys, valmistus keväällä 2025. Tavoitteena oli saada ymmärrys erityisesti yritystapahtumille soveltuvien tapahtumapaikkojen nykytilasta sekä listaus tulevaisuuden potentiaalisista tiloista.
  - Helsingin kaupungin torien master plan valmistui vuonna 2025. Tämä kattaa kaupungin merkittävien torialueiden visiot toteutusaikatauluineen sekä luokitteluineen. Työhön liittyvä yleisten alueiden tapahtuma-aluekortti päivitys aloitetaan vuoden 2025 aikana.
- Helsingin hotellikapasiteetti on kasvanut toimintaohjelman aikana noin 3000 huoneella. Uudet hotellihankkeet ovat monipuolistaneet Helsingin majoitustarjontaa ja lisänneet kansainvälistä vetovoimaa. Ympäristösertifioitujen hotellien suhde on noussut 63 prosentista 99 prosenttiin, mikä korostaa majoituselinkeinon sitoutumista kestävään kehitykseen. Muutamia uusia hotellihankkeita on edelleen putkessa, mutta huomattavasti vähemmän kuin toimintaohjelman alussa. Vuonna 2025 julkaistiin päivitetty Helsinki Hotel Investment Guide.

C.2. Kaupunkitilaan liittyvät päätökset tukevat matkailua ja tapahtumallisuutta

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Hyödynnetään Matkailun ja tapahtumien master plania ja siihen liittyviä muita selvityksiä kaupunkiyhteisessä päätöksenteossa, jotta matkailun ja tapahtumien pitkäjänteinen strateginen kehittäminen huomioidaan kokonaisvaltaisesti
- Vahvistetaan yhteistyötä kaupunkiympäristön toimialan kanssa. Esimerkiksi liikenteen poikkeusajanjaksot (mm. metrokatkos 2027), mittavat katutyöremontit ja muut matkailuun ja tapahtumallisuuteen vaikuttavat työt olisi syytä ennakoida hyvissä ajoin ja rakentaa toimivia yrityksille, asukkaille ja vierailijoille sopivia päätöksiä.
- Helsingin suurtapahtuma-alueiden aktiivinen kehitys, suunnittelu ja toteutus kaupunkiyhteisesti sekä yritystoimijoiden kanssa sekä lyhyen että pitkän aikavälin ratkaisuiden takaamiseksi.
- Kaupunki tapahtuma-areenoihin liittyvässä kehitystyössä aktiivisessa roolissa.
- Panostetaan olemassa olevien hotellien käyttöasteen lisäämiseen sen sijaan että edistetään uusia hotellihankkeita.

C.3. Helsinki on toimiva tapahtumien alusta

- Toimintakauden aikana Helsinki on saanut valmiiksi ja ottanut käyttöön vuonna 2025 Työ- ja elinkeinoministeriön Luvat ja valvonta – hankkeen mallin eli julkishallinnolle kehitetyn sähköisen asioinnin asiakaslähtöisen ns. yhden luukun periaatteen palvelun.
- Toimintakauden aikana on kehitetty Varaamo-palvelua, joka on osa Helsingin digitaalista ekosysteemiä. Sen kautta asukkaat ja eri yhteisöt voivat varata kaupungin tiloja käyttöönsä. Vuosien kehitystyö valmistui vuonna 2023 ja nyt Varaamo-palvelu pystyy hyödyntämään myös kaupungin Helsinki-profiilia ja aukiolosovellusta. Nämä lisäävät huomattavasti palvelun käytettävyyttä.
- Veikkaus Arena ja Finlandia-talo palautuivat tapahtumakäyttöön ja mm. Messukeskus, Kulttuuritalo, Olympiastadion ovat vahvistaneet omaa tapahtumallista tarjontaansa esimerkiksi merkittävillä remonteilla ja innovatiivisella tilakehityksellä.
- Toimintakauden loppuun mennessä tullaan selkiyttämään tapahtumiin kytkeytyviä kulttuuri- ja vapaa-ajan toimialan tai mahdollisesti muiden toimialojen avustusmekanismeja ja -prosesseja asiakaslähtöisemmiksi.
- Tapahtuma-alueisiin ja paikkoihin liittyvät selvitykset ja master planit vahvistavat Helsingin tapahtumapaikkakehitystä.
- Tapahtumallisten terassien määrä on lisääntynyt viime vuosina Helsingissä. Terasseilla järjestetään päiväaikaisia konsertteja ja muita tapahtumia runsaasti ja näiden toimintamalleja tulee kehittää yhteityössä järjestäjien kanssa

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- On syytä tarkastella tarvetta tehdä käyttäjäkokemus analyysi uudesta sähköisen asioinnin alustasta toistuvasti, esimerkiksi joka toinen vuosi.
- Jos positiivinen kehitys jatkuu ja tapahtumallisten terassien suosio kasvaa entisestään, harkitaan päiväaikaisten tapahtumien osalta meluilmoitusvelvollisuutta ympäristönsuojelumääräysten päivittämisen yhteydessä.
- Tulee kiinnittää huomiota Kuvan avustusta saavien asukaslähtöisten tapahtumien viestintään ja markkinointiin kaupunkitasoisesti

C.4. Yritysten digitaalisen kyvykkyyden edistämisellä lisää kilpailukykyä

- Kaupunki on tukenut yritysten liiketoimintaosaamista ja digitaalisia kyvykkyyksiä järjestämällä koulutuksia, webinaareja ja työpajoja. Yritysten digitaalista näkyvyyttä parannettiin ns. Digital influence -pilotissa, jossa yritykset saivat analyysin omasta diginäkyvyydestään ja asiantuntija-apua näkyvyyden parantamiseksi konkreettisilla toimenpiteillä. Yritysten digitaalisen tuotetarjonnan näkyvyys Helsingin ja Visit Finlandin kanavissa on kasvanut toimintaohjelman aikana.
- Kaupungin roolia keskeisenä toimijana eri järjestelmien integraatioiden edistäjänä on tarkennettu. Kaupunki nähdään mahdollistajana ja alustana, mutta käytännön näkyvyyden edistäminen tarvitsee aktiivisia toimia elinkeinolta. Kaupunki ei voi ottaa myyjän roolia tai ylläpitää tuotetietoja tietokannoissa ilman yritysten omaa aktiivisuutta. Yritysten digivalmiuskyselyyn ei saatu riittävästi vastauksia, jotta tuloksia voitaisiin yleistää koko elinkeinoon.
- Kansallisessa matkailun tuotetietokannassa DataHub-tuotemäärä kasvoi toimintaohjelman aikana 164 tuotteesta yli 500 tuotteeseen tavoitteen mukaisesti. Kasvua on tuettu mm. klinikoilla, viestinnällä ja kontaktoimalla henkilökohtaisesti matkailuyrityksiä. DataHubin merkitys Helsingin matkailuelinkeinolle on vähentynyt toimintaohjelman aikana. DataHub on osin päällekkäinen Helsingin kaupungin omien tietokantojen kanssa eikä tieto ei virtaa kaupungin tietokantojen ja DataHubin välillä automaattisesti. Visit Finland ei ole myöskään saanut DataHubin tuotetiedoille merkittävää lisänäkyvyyttä muissa kuin Visit Finlandin omissa kanavissa. Helsingin kaupungin kanavissa, kuten myhelsinki.fi-verkkosivulla, DataHub tuo hyötyä vain aktiviteettituotteille (ei tapahtumille tai fyysisille toimipaikoille, kuten ravintoloille tai hotelleille).
- Kaupungin tapahtumatietokannassa (Linked Events) julkaistaan matkailu ja kohdepalvelut -yksikön moderoimana vuosittain yli 2000 matkailullisesti vetovoimaista, kolmansien osapuolien toteuttamaa tapahtumaa. Tapahtumatietokantaa ja kolmansille osapuolille avattua ilmoituslomaketta on kehitetty ja korjattu sen teknisiä haasteita. Kolmannen osapuolten tarjoamat harrastukset ovat saaneet kaupungilla oman moderointiprosessin ja vastuutahon, mikä on selkiyttänyt ilmoitus- ja moderointikäytäntöjä. Tietokannassa on kuitenkin ollut vuoden 2025 aikana merkittäviä bugeja, mitkä ovat vaikeuttaneet sen käyttöä. Haasteet johtuvat osittain siitä, että tapahtumatietokantaa ei kehitetä määrätietoisesti, sillä siltä puuttuu liiketoiminnallinen tuoteomistaja kaupungilla. Se on merkittävä puute näin tärkeässä ja julkisesti näkyvässä tietokannassa.
- Kaupungin Toimipisterekisteriin on tehty pienkehitystä ja sitä hyödynnetään aktiivisesti. Tietokannasta puuttuu kuitenkin toimipisteiden valokuvia. Kuvien merkitys markkinointiviestinnässä on kasvanut entisestään ja asiasta on viestitty elinkeinolle, mutta valokuvien määrä rekisterissä ei ole kasvanut toivotulla tavalla. Tietokannassa on ollut vuoden 2025 aikana merkittäviä bugeja, mitkä ovat vaikeuttaneet tietojen näkymistä myhelsinki.fi -verkkosivulla.
- Yritysten tulevaisuus- ja digitalisaatio-osaamista kehitettiin osana Helsingin tekijät -verkoston tilaisuuksia. Verkostolle järjestettiin muun muassa tiedolla johtamisen työpajoja, dataseminaari 11/2024 ja kaksi tekoälykoulutusta, jotka olivat todella suosittuja.
- Helsingin kaupungin elinkeino-osaston asiakkuudenhallintajärjestelmässä (MS Dynamics) on käytettävyysongelmia. Järjestelmä on hidastanut merkittävästi viestintä- ja ilmoittautumisprosessia kaupungin järjestämiin B2B-tapahtumiin. Kaupunkiyhteisissä keskitetyissä järjestelmissä on havaittu merkittäviä käytettävyyshaasteita verrattuna ketterämpiin pienempiin ratkaisuihin.

C.4. Yritysten digitaalisen kyvykkyyden edistämisellä lisää kilpailukykyä

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Tietokantojen merkitys vaatii täsmennystä tulevan ohjelman mittareissa mm. millainen painoarvo on kaupungin omilla tietokannoilla suhteessa Visit Finlandin DataHubiin, jossa on edelleen vain murto-osa kaikista matkailu- ja tapahtuma-alan tuotteista Helsingissä, eivätkä tuotteet saa sen kautta merkittävästi enempää näkyvyyttä kuin kaupungin omien tietokantojen kautta – jopa päinvastoin.
- Elinkeinon digi- ja tulevaisuusosaamisen kasvun tukeminen. Koulutukset ja pilotit ovat suosittuja.
- Yritysten diginäkyvyyden ja -löydettävyyden kehittäminen konkreettisilla piloteilla ja tukipalveluilla

C.5. Kasvua ja uudistumista matkailun ja tapahtumien innovaatiotoimintaa kiihdyttämällä

- Helsingin tekijät -verkostotapaamisen yhteydessä järjestettiin keväällä 2023 matkailu- ja tapahtumayritysten sekä helsinkiläisten startup –yritysten kohtaaminen. 10 startup-yritystä esittäytyi verkostolle, jonka jälkeen yritykset pääsivät keskustelemaan keskenään. Startupit valittiin yhteistyössä elinkeino-osaston yrityspalveluiden kasvuyritystiimin kanssa. 70 % tilaisuuden palautekyselyyn vastanneista piti startupien esittäytymistä hyödyllisenä ja myös muutamia yhteistyöprojekteja käynnistyi. Lisäksi kasvuyritystiimissä on valmennuttu uusia matkailuun liittyviä startup-yrityksiä.
- Kestävää nostetta matkailuyrityksiin: Etelä-Suomi -hankkeen kokeilussa valittiin kolme matkailuyritysten liiketoiminnan kasvua tukevaa, dataa hyödyntävää ratkaisumallia kokeiltavaksi matkailuyritysten kanssa. Yksi hankkeessa pilotoitu ratkaisu valmistui kaupalliseksi (3/2024).
- Helsingin matkailuneuvonnassa otettiin käyttöön moderni digitaalinen opaskirja ja interaktiivinen kartta Reveel-alustalla, jonka avulla tuodaan houkuttelevasti esille paikallista palvelutarjontaa matkailijan omalle laitteelle automaattisilla kielikäännöksillä. Palvelun takana on helsinkiläinen startup -yritys. Samaa palvelua hyödynnetään useissa helsinkiläisessä yrityksessä, mikä tukee resurssitehokkaan skaalautuvan ekosysteemin muodostumista yksittäisten sovelluksien sijaan. Yritys on saanut myös kansainvälisiä asiakkuuksia ja rahoitusta yritystoiminnan laajentamiseen.
- Vuonna 2025 suunniteltiin matkailuinnovaatioiden TestBed-malli, mikä edistää Helsingin matkailun vetovoimaisuuden kehittämistä. Ensimmäisen innovaatiohaasteen teema on yksittäismatkailijoille sopivat talviaktiviteettituotteet. Hakukierros toteutetaan syksyllä 2025 ja kokeilut on tarkoitus aloittaa valittujen yritysten kanssa alkuvuonna 2026.
- Toimintaohjelman aikana kasvatuksen ja koulutuksen toimiala on systemaattisesti kasvattanut positiivista yhteistyötä Helsinki Oppii – teema viikon (aikaisemmin Helsinki Education Week) aikana johtavan opetusalan innovaatioyrityksen HundrED kanssa luoden tiiviin ja menestyksellisen HundrED Innovation Summit kokonaisuuden Helsinkiin, jossa maailman opetusalan kehittäjät pääsevät seminaarin aikana myös tutustumaan Helsingin alan huippuosaamiseen ja innovaatioihin.
- Kaupunki on vuosina 2023-2025 vauhdittanut erilaisia ketteriä tapahtumallisia alustakokeiluita tekemällä näiden uusien tapahtumakonseptien kanssa tiivistä vastikkeellista yhteistyötä. Näiden kautta on pilotoitu uusia toimintatapoja ja tapahtumapaikkoja sekä laajennettu totuttuja tapahtumallisuuden rajoja. Vuonna 2023 Kaivopuiston Mamma Mian ja Kansalaistorin U-Nation tapahtumissa testattiin kyseisiä tapahtumapaikkoja uudenlaisilla tapahtumakonsepteilla. Vuonna 2024 testattiin tapahtumapaikkoja Kansalaistorin Vapun ja Kasarmintorin konserttien kautta. Syötävä Helsinki kokonaisuuden kautta testattiin useampaa tapahtumakonseptia ja toimintatapaa. Coldplayn keikkojen aikana synnytettiin yhteistyössä artistin edustajan, tapahtumajärjestäjän ja kaupungin kesken "Coldsinki”-konsepti, johon myös mediat tarttuivat.
- Positiivisten kokemusten myötä kokeilutoiminta on ketterämpää ja entistä monipuolisempaa. Vuonna 2025 kuudessa viikossa kehitettiin SaunaVision tapahtumakonsepti ja testattiin Töölönalden tapahtumapaikkaa. Lisäksi Kasarmintorin Superterassi -kokonaisuudessa kokeilun kohteena oli tapahtuman maksimikestoisuuus ja uudenlainen tapahtumakonsepti keskustasijannissa. A la Park -festivaalin yhteydessä testattiin uutta merellistä tapahtumapaikkaa ja laadukasta ruokaa, juomaa ja kulttuurisisltöjä yhdistävää tapahtumakonseptia.

C.5. Kasvua ja uudistumista matkailun ja tapahtumien innovaatiotoimintaa kiihdyttämällä

Suositukset seuraavalle toimintaohjelmakaudelle

- Tuotteistustyöpajojen tuloksena syntyy harvoin digitaalisesti ostettavia uusia tuotteita. Tuotteistusputkeen tarvitaan selkeä kannustin ja jatkumo, jotta uudet tuotteet saadaan näkyviin ja ostettaviksi digitaalisiin kanaviin.
- Testbed-ohjelman pilotointi ja jatkototeutukset huomioiden Helsingin identiteetti ja matkailijoiden tarpeet tiedolla johdetusti
- Eri toimialojen yritysten kohtauttaminen Helsingin tekijät -verkostossa synergiaetujen lisäämiseksi
- Tapahtumapilottien ja tapahtumakumppanuuksien aktiivinen jatkaminen ja hyödyntäminen esimerkiksi Helsingin keskustan elinvoimaan painottuen.

Helsinki