Helsingfors

Lycka, upplevelser och livskraft året runt

Helsingfors stads utvecklingsprogram för turism och evenemang 2026–2029



Helsingfors

Helsingfors stads utvecklingsprogram för turism och evenemang 2026–2029

Utgivare: Helsingfors stad: stadskansliets näringslivsavdelning/
enheten för turism och destinationstjänster, kommunikationsavdelningen/
enheten för varumärke och evenemang

Layout: KMG Turku

Omslag: Aleksi Poutanen

Bilder: Helsingfors stads materialbank

Illustrationer: Lille Santanen

Utgivningsår: 2026

Helsingfors utvecklingsprogram för turism och evenemang för åren 2026–2029 godkändes 22.6.2026 av Helsingfors stadsstyrelses näringslivssektion.

Helsingfors stads utvecklings-program för turism och evenemang 2026–2029

Innehåll

Introduktion **4**

Vision, mission, genomgående teman och mål för turism och evenemang till år 2029 ..... **6**

Utvecklingsprogrammets strategiska val 7

Utvecklingsprogrammets indikatorer 8

Åtgärdshelheter 9

Genomgående teman 18

Genomförande och resursfördelning **20**

Uppföljning och konsekvensbedömning **21**

Bilagor **22**

BILAGA 1 Verksamhetsmiljöns nuläge och framtidsutsikter 22

BILAGA 2 Utarbetande av utvecklingsprogrammet 25

BILAGA 3 Bedömning av utvecklingsprogrammets konsekvenser . 27

BILAGA 4 Mål för hållbar utveckling (SDG) i utvecklingsprogrammet för turism och eveneman 28

BILAGA 5 Trender, svaga signaler och strategiska områden inom turism och evenemang samt delområden kategoriserade utifrån resultaten av invånar- och besökarundersökningar 29

Introduktion

Turism och evenemang är en central del av Helsingfors livskraft och internationella dragningskraft. Turismefterfrågan och attraktiva evenemang skapar betydande affärsverksamhet och skatte- och exportintäkter, stöder sysselsättningen och säkerställer Helsingfors internationella tillgänglighet även för andra sektorer. De skapar en attraktiv och mångsidig stad som engagerar både stadsbor och besökare. Dessutom stärker de stadens positiva image, ett gott liv och hållkraften och skapar möten som berikar stadskulturen och möjliggör mångsidiga tjänster och upplevelser året runt, även för stadsborna. Samtidigt är turism och evenemang allt närmare kopplade till större sociala och miljömässiga förändringar som kräver ett systematiskt, hållbart och förnyande tillvägagångssätt.

Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang förverkligar för sin del stadsstrategin och de mål för Helsingfors stads tillväxt, kunnighet och livskraft som härrör från den. Huvudtanken med målen för tillväxt, kunnighet och livskraft är att starta en tillväxtspiral där företagens investerings- och tillväxtvilja ökar företagssektorns arbetsplatser i Helsingfors och stärker sysselsättningen bland Helsingforsborna. Turist- och evenemangsbranscherna har en tydlig tillväxtpotential som medför nya arbeten till Helsingfors samt både dragnings- och hållkraft. Målet med utvecklingsprogrammet är att stärka Helsingfors ställning som en internationellt attraktiv, hållbar och livskraftig turist- och evenemangsstad där både besökare och invånare trivs. Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang är länkat till Utvecklingsprogrammet för invandring och integration och åtgärdsprogrammet Det havsnära Helsingfors.

Förändrad verksamhetsmiljö

Många trender inom turist- och evenemangsbranschen gynnar Helsingfors. (Identifierade internationella trender inom turist- och evenemangsbranschen BILAGA 5). Enligt tillväxtscenarierna kommer den internationella turismen att växa globalt och även i Helsingfors, även under de kommande åren. Även om turismen redan två år i rad har överskridit nivån före pandemin, finns det fortfarande utrymme för utveckling när det gäller den ekonomiska lönsamheten för hotell och andra tjänsteleverantörer i Helsingfors. Samtidigt verkar turist- och evenemangsbranscherna permanent i en ny situation där globala ekonomiska konjunkturförändringar, geopolitiska spänningar, särskilt effekterna av Rysslands stängda gränser och luftrum samt klimatkrisen påverkar efterfrågan, utbudet samt rese- och konsumtionsbeteendet. Det finns också fortfarande mycket att göra för att öka Helsingfors internationella välkändhet och attraktivitet. (Närmare beskrivning av verksamhetsmiljön BILAGA 1).

Åretruntturism och förlängd vistelsetid i fokus för tillväxt

Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang erbjuder en gemensam riktning, mål, åtgärdshelheter och ansvariga aktörer för utvecklingen av turismen och evenemangen i Helsingfors under åren 2026–2029.

Under strategiperioden strävar man efter lönsamhet, tillväxt och konkurrenskraft i utvecklingen och främjandet av turism och evenemang med betoning på Helsingfors styrkor, med beaktande av social acceptans och miljömässig hållbarhet. Det är särskilt viktigt att främja turism och evenemang året runt, eftersom det ökar den ekonomiska stabiliteten, stödjer en hållbar utveckling och minskar belastningen under högsäsongerna. Förutom att stärka åretruntturismen är ett viktigt utvecklingsområde att förlänga besökarnas vistelsetid. En längre vistelse ökar turismens ekonomiska effekter ytterligare, skapar efterfrågan på mångsidiga tjänster och minskar den relativa miljöbelastningen, eftersom turismens största utsläpp uppstår från trafiken. Klimatförändringen och förlusten av biologisk mångfald sätter för sin del upp ramvillkoren för turismens och evenemangens framtid. Samtidigt söker man också aktivt efter sätt med vilka turismen och evenemangen kan ge Helsingfors ett nytt slags gott, som en del av åtgärderna för förnyande turism.[1]



Bild: Svante Gullichsen

Smidig experimentering i uthålligt samarbete

För att lyckas med utvecklingen av turism och evenemang året runt och förlänga vistelsen krävs ett nära kunskapsbaserat samarbete med företag, Helsingforsbor, stadskoncernens olika aktörer, huvudstadsregionens kommuner samt nationella och internationella partner. Därför har även detta utvecklingsprogram sammanställts i omfattande samarbete med både interna och externa intressentgrupper (Beskrivning av arbetet med att utarbeta utvecklingsprogrammet BILAGA 2).

Under de kommande åren kommer de städer som kan experimentera smidigt och uthålligt i en föränderlig verksamhetsmiljö, göra val bland begränsade resurser och samla olika aktörer bakom en gemensam vision och tydliga åtgärdshelheter att lyckas inom turist- och evenemangsfältet. Hållbarhet, kunskapsbaserad ledning och mångsidigt utnyttjande av digitalisering är genomgående involverade i all verksamhet. Helsingfors har starka utgångspunkter för att svara på denna förändring: stadens rykte som ett av världens mest hållbara resmål och en fungerande stad, ett högklassigt evenemangs- och serviceutbud, stadsbor som förhåller sig positiva till turism och evenemang samt ett skickligt nätverk av aktörer.

[1] Regenerativ turism (regenerative tourism) är följande steg i ansvarsfull turism med målet att aktivt återuppliva, förbättra och berika destinationen, inte bara minska olägenheterna. Detta bygger på tanken att turisten lämnar resmålet i bättre skick än det var före besöket, vilket stärker den biologiska mångfalden och lokalsamhällenas välbefinnande. Helsingin_uudistavan_matkailun_toimintasuunnitelma_2025_2027.pdf

Vision, mission, genomgående teman och mål för turism och evenemang till år 2029

I utvecklingsprogrammet för turism och evenemang har man satt upp tre strategiska mål för år 2029, varav ökad åretruntturism och förlängning av vistelsetiden är våra huvudsakliga fokusområden. Förverkligandet av det stöds med internationell attraktionskraft samt en fungerande verksamhetsmiljö och verksamhetssätt som stödjer tillväxten.

Vision

Turism och evenemang skapar lycka, upplevelser och livskraft i Helsingfors året runt.

Mission

I samarbete säkerställer vi att den ökade turismen och evenemangen året runt gör Helsingfors till en bättre plats genom att skapa livskraft och välfärd för både företag och invånare

Våra mål är att

Stark tillväxt av turism året runt och förlängd vistelsetid

Påskynda en stark tillväxt av turism och evenemang året runt och förlänga besökarnas vistelsetid.

Ett internationellt lockande och lyckligt Helsingfors

Öka stadens internationella attraktivitet med temat ett lyckligt Helsingfors.

Tillväxtstödjande och fungerande turist- och evenemangsstad

Säkerställa att staden är en partner som stöder tillväxt samt en välfungerande turist- och evenemangsstad.



Utvecklingsprogrammets strategiska val

Utvecklingsprogrammets strategiska val bestämmer riktningen för utvecklingen av turismen och evenemangen i Helsingfors under de kommande åren. De baserar sig på en analys av verksamhetsmiljön, identifiering av styrkor och principerna för hållbar tillväxt. De strategiska valen styr allokeringen av resurser, byggandet av samarbete och prioriteringen av åtgärder för att utveckla turismen och evenemangen på ett konkurrenskraftigt, framträdande, förnyande sätt som stärker stadens livskraft. De innehåller också det som man valt bort, det vill säga vad man inte gör. De strategiska valen preciseras i åtgärdshelheterna.

TILLVÄXT – Vi riktar utvecklingen och främjandet ännu tydligare mot ökad åretruntturism och förlängd vistelsetid. Vi satsar på betydande evenemang som livar upp Helsingfors under alla årstider. Dessa stödjer hållbarhet och möjliggör samtidigt blomstrande affärsverksamhet, ökar sysselsättningen och skapar välfärd för hela staden.

TEMAN – Vi utnyttjar på ett omfattande, genomgående och långsiktigt sätt teman som bygger på Helsingfors styrkor och kring dessa skapar vi ett intressant serviceutbud. Dessa är särskilt arkitektur, design, konst och kultur, bastu, matkultur och närheten till havet.

MÅLGRUPPER – Vi definierar målgrupperna allt mer motivbaserat. Vi når besökare som är intresserade av Helsingfors styrkor och teman med effektiv marknadsföring i samarbete mellan staden och företag.

FÖRHÅLLANDEN – För att påskynda tillväxten säkerställer vi effektivt att vi har arenor och utomhusplatser för storevenemang samt tillräckligt med utrymme för stora kongresser och företagsevenemang. Även regionala evenemangsekosystem förbättrar dragningskraften och hållkraften samt produktiviteten. Utvecklingen av evenemang i valda områden prioriteras.

INTELLIGENS – Inom kunskapsbaserad ledning fokuserar vi inte på plattformsutveckling och datainhämtning utan på att effektivt utnyttja befintliga data och kunskapsbaserad ledning för att åstadkomma förändring. Vi satsar starkare på utvecklingen av digital sökbarhet och köpbarhet. Vi identifierar artificiell intelligens (AI) som en central förändringskraft och skapar en konkurrensfördel av kompetens inom och utnyttjande av den.

HÅLLBARHET – Efter att ha uppnått en ledande position som ett hållbart resmål och en evenemangsstad som kan bevisas med index och certifikat, fortsätter vi vårt ambitiösa hållbarhetsarbete. Vi satsar särskilt på klimatarbete och utveckling av inkludering. Samtidigt tar vi steg mot regenerativ turism2 och evenemangsrikedom genom att öka de positiva effekterna.

HELSINGFORSBORNA – Vi involverar stadsborna (företag och invånare) ännu starkare i utvecklingen av turism och evenemang. På så sätt säkerställer vi att turismen och evenemangen utvecklas i en gemensam riktning, att den sociala acceptansen förblir på en hög nivå och att Helsingforsborna fungerar som stolta ambassadörer för sin hemstad.

INTEGRATION – Vi säkerställer att turism och evenemang är en central del av Helsingfors stadsutveckling och att de beaktas naturligt i olika utvecklingsprojekt och projekt.

FÖRUTSÄTTNINGAR – Genom intressebevakning som genomförs genom samarbete stärker vi turismens och evenemangens betydelse samt ger bättre förutsättningar för en effektiv utveckling av branscherna.

[2] Regenerativ turism (regenerative tourism) är följande steg i ansvarsfull turism med målet att aktivt återuppliva, förbättra och berika destinationen, inte bara minska olägenheterna. Detta bygger på tanken att turisten lämnar resmålet i bättre skick än det var före besöket, vilket stärker den biologiska mångfalden och lokalsamhällenas välbefinnande. Helsingin_uudistavan_matkailun_toimintasuunnitelma_2025_2027.pdf

Utvecklingsprogrammets indikatorer

För uppföljningen av programmets genomförande har man valt tre indikatorer som beskriver förverkligandet av de strategiska målen. Även genomförandet av åtgärderna visar att utvecklingsprogrammets mål har uppnåtts. Dessutom följer man upp tiotals andra indikatorer utifrån det material som samlats in på DataLokki-plattformen för att säkerställa utvecklingen och tillväxten av turism och evenemang.

Indikator	Utgångsvärde 2025	Mål till år 2029
Totalt antal registrerade övernattningar Antal internationellt registrerade övernattningar (Källa: Statistikcentralen, inkvarteringsstatistik)	4,9 miljoner 2,6 miljoner	6,5 miljoner 4 miljoner
Resenärernas penninganvändning (direkt) (Källa: Visitory)	1,5 miljarder €	2,08 miljarder €
Utveckling av turismen året runt, Gini-index (koefficient)* (Källa Statistikcentralen, inkvarteringsstatistik) Utveckling av evenemang året runt, Gini-index (koefficient)* (Källa: DataLokki, Events)	0,12 0,14	0,11 eller mindre 0,13 eller mindre
Förlängning av vistelsetiden för internationellt registrerade övernattningar, dygn (Källa: Statistikcentralen, inkvarteringsstatistik)	2	2,2 dygn
Ökning av antalet evenemang i Helsingfors (evenemang för över 2 000 personer) (Källa DataLokki, Events)	1 003	1 300
Antal delegater på internationella vetenskapliga kongresser (Källa: Helsinki Partners)	68 235	190 000 delegater totalt 2026–2029
Invånarnas mycket positiva inställning till turism Invånarnas mycket positiva inställning till evenemang (Källa: Helsingin matkailusäätiö, invånarundersökning)	69 % 70 %	69 %+ 70 %+
Turisternas nöjdhet med Helsingfors (Källa: Helsingfors stad, Besökarundersökning) Evenemangsgästernas nöjdhet med Helsingfors (Källa: Sponsor Insight 24–25)	NPS 58,9 NPS 79	NPS 60+ NPS 80+

* Gini-indexet (koefficient) mäter övernattningar/evenemang året runt och säsongsvariation mellan 0–1. Värdet 0 innebär en jämn övernattning året runt, medan värdet 1 skulle indikera en koncentration av övernattningar på endast en månad.

Åtgärdshelheter

För att uppnå de tre strategiska målen har man definierat åtgärdshelheter som kompletterar de strategiska valen. Dessutom har åtgärdshelheterna delats upp till mer konkreta åtgärder för de huvudansvariga aktörerna. Åtgärdshelheterna främjas av såväl stadskoncernens olika aktörer som företag och andra intressentgrupper.

TURISMENS OCH EVENEMANGENS HELSINGFORS

Lycka, upplevelser och livskraft året runt

Stark tillväxt av turism året runt och förlängd vistelsetid

Vi söker fler övernattningar och längre vistelser bland internationella besökare.

Vi skapar framgång tillsammans med företag och partner genom att utveckla tjänsteutbudet, öka evenemangsrikedomen och effektivisera försäljningen.

Vi ser till att ankomsten till Helsingfors är smidig och hållbar.

Vi involverar invånarna mer målinriktat än tidigare.

Vi gör Helsingfors till en bättre plats att bo och vara företagare tack vare turism och evenemang.

Turist- och evenemangsbranschernas betydelse syns i form av satsningar och tillväxt i form av arbetsplatser och inkomster.

Ett internationellt lockande och lyckligt Helsingfors

Vi satsar på styrkor såsom arkitektur, design, konst och kultur, bastu- och matkultur samt närheten till havet.

Vi skapar intresse med äkta berättelser och kommunikation i flera kanaler.

Vi strävar efter framgång i internationella ansökningar om att arrangera storevenemang och kongresser.

Vi säkerställer digital sökbarhet och köpbarhet.

Tillväxtstödjande och fungerande turist- och evenemangsstad

Vi möjliggör investeringar och tjänster som lockar besökare och invånare.

Vi främjar utvecklingen av evenemangsplatser och lokaler.

Vi ser till att det är lätt att ta sig runt i Helsingfors och utforska staden.

Vi satsar på god service för företag och att samarbetet med staden är smidigt och förutsägbart.

Vi är klimatsmarta.



Genomgående teman är ett smidigt och uthålligt samarbete, hållbarhet, kunskapsbaserad ledning, digitalisering och AI!


Bild: Aleksi Poutanen

1. Vi påskyndar en stark tillväxt av turism året runt och förlängd vistelsetid

Vi skapar ett nytt intressant tjänsteutbud och evenemang

Ett serviceutbud som utvecklats utifrån Helsingfors styrkor och mångsidiga evenemang intresserar och lockar både besökare och invånare året runt och inspirerar besökarna att stanna längre. Publik- och facktillställningar samt vetenskapliga kongresser som passar Helsingfors strategiska mål, identitet och varumärke fungerar som drivkrafter för tillväxten året runt. Särskilt de lokala företagens lönsamhet och sysselsättningsmöjligheter förbättras. Genom smidigt och pilotliknande samarbete har nya typer av kommersiella koncept uppstått som gör det möjligt att förlänga vistelsetiden.

Spetsåtgärder:

→ Tillsammans utvecklar man ett nytt och attraktivt tjänsteutbud året runt, särskilt kring teman som stödjer lycka:

- Design och arkitektur (man utvecklar produkt- och tjänstehelheter för turism som anknyter till det kommande Arkitektur- och designmuseet och Aalto Works som föreslagits till Unescos världsarvslista och arbetet utnyttjas som en del av jubileumsåret för design 2030).
- Matkultur (t.ex. lyfter man fram Helsingfors signaturrätter, säsongsbetonade delikatesser och matresor och matevenemang i koppling till dessa som helheter för att locka besökare).
- Närheten till havet (t.ex. nya tillgängliga bastukoncept, tjänster längs strandstråket, evenemang).

→ Man satsar på åretruntturism genom stadens egna evenemang, såsom Strömmingsmarknaden och Lux Helsinki, och åtgärder som anknyter till deras utveckling samt nya evenemang.

→ Man utökar och förlänger julsäsongen (Helsingfors som julstad med tanken Från Slush till Lux) och säsongsbelysningen.

Huvudansvar: stadskansliets näringslivsavdelning/turism och destinationstjänster, företagens verksamhetsmiljö, kommunikationsavdelningen/varumärke och evenemang, Helsinki Partners, Helsingfors Evenemangsstiftelse, Helsingfors Stadslokaler.

Vi säkerställer smidigare och mer hållbar tillgänglighet

Helsingfors är lätt och mångsidigt tillgängligt för besökare, särskilt med direkta flygförbindelser från Europa. Även fartygsförbindelserna spelar en viktig roll för tillgängligheten till det havsnära Helsingfors. Landtrafikens möjligheter har beaktats som en del av Helsingfors tillgänglighet.

Spetsåtgärder:

- → Man samarbetar systematiskt och målinriktat med Finavia och flygbolagen för att få nya direktflyg inom Europa och upprätthålla de befintliga förbindelserna.
- → Man utvecklar hållbar fartygstrafik och minskar utsläppen från fartygstrafiken och närsjöfarten i samarbete med både kryssnings- och linjetrafikaktörer i Helsingfors hamn.
- → Man förbereder sig proaktivt för färdigställandet av Rail Baltica och strävar efter att integrera fartygstrafiken över Östersjön i europeiska allmänna biljetter (t.ex. Interrail) som en förlängning av spårtrafiken.

Huvudansvar: stadskansliets näringslivsavdelning/turism och destinationstjänster, Helsinki Partners, Helsingfors hamn.

Vi involverar invånarna mer målinriktat än tidigare

Lokala företag och stadsbor deltar allt mer i utvecklingen av turismen och evenemangen. De är stolta ambassadörer för sin hemstad. Den sociala acceptansen för turism och evenemang ligger på en hög nivå.

Spetsåtgärder:

- → Man pilottestar nya sätt för att invånarnas åsikter och idéer om turism och evenemang ska bli hörda. Man utnyttjar bl.a. VårStads möjligheter starkare.
- → Man strävar efter att hitta sätt att väcka både företagens och invånarnas stolthet över sin hemstad och uppmuntras att berätta om det fantastiska Helsingfors i olika kanaler och på olika sätt.

Huvudansvar: stadskansliets näringslivsavdelning/turism och destinationstjänster, kommunikationsavdelningen/varumärke och evenemang, enheten för delaktighet och innehållsproduktion.

Vi gör Helsingfors till en bättre plats, förnybarhet är en del av tillväxten

Regenerativ turism[3] och evenemangsrikedom skapar mångsidig välfärd för hela Helsingfors. Helsingfors koncept om regenerativ turism, tjänsteutbud och välkändhet utvecklas. I ett omfattande samarbete uppstår nya verkningsfulla helheter både ur miljö- och sociokulturellt förnyelseperspektiv. De efterverkningar (legacy) som evenemangen lämnar efter sig i staden framhävs ytterligare i framtidens evenemang. Besökarna har fått möjligheter att göra Helsingfors till en bättre plats än den var före besöket.

Spetsåtgärder:

- → Man ökar produktutbudet inom regenerativ turism genom att erbjuda utbildning och workshoppar för turismaktörer och andra intressentgrupper.
- → Man formulerar regenerativ turism på ett lättillgängligt sätt, förankrar budskapen till intressentgrupperna och riktar kommunikation till besökarna.
- → Man ökar kännedomen om och tillgängligheten till verktyg som stärker efterverkningarna av evenemang (legacy) bland stadskoncernen och evenemangsarrangörerna.

Huvudansvar: stadskansliets näringslivsavdelning/turism och destinationstjänster, Helsinki Partners, kommunikationsavdelningen/varumärke och evenemang och delaktighet.

[3] Regenerativ turism (regenerative tourism) är följande steg i ansvarsfull turism med målet att aktivt återuppliva, förbättra och berika destinationen, inte bara minska olägenheterna. Detta bygger på tanken att turisten lämnar resmålet i bättre skick än det var före besöket, vilket stärker den biologiska mångfalden och lokalsamhällenas välbefinnande. Helsingin_uudistavan_matkailun_toimintasuunnitelma_2025_2027.pdf

Vi utvecklar arbetsgivar- och företagssamarbetet med åtgärder som stöder livskraften

Turist- och evenemangsbranschens attraktionskraft har förbättrats. Sektorerna sysselsätter mer än tidigare året runt.

Spetsåtgärder:

→ Man utreder arbetsgivarnas och företagens kompetensbehov och svarar på kompetensbehoven med hjälp av utbildningar och olika tjänster.

Huvudansvar: affärsverket för sysselsättningstjänster.

Vi genomför effektiv intressebevakning inom turist- och evenemangsbranschen

Turist- och evenemangsbranschernas betydelse har identifierats och det syns som stadens och statens satsningar. Samtidigt ser vi till att vi är konkurrenskraftiga såväl nationellt som internationellt. Det finns tillräckliga resurser för ledning, utveckling och främjande av turism och evenemang. Turism och evenemang ses som en väsentlig del av staden och beaktas som en naturlig del av stadens utveckling.

Spetsåtgärder:

→ Man producerar och delar strukturerad information och motiveringar om turist- och evenemangsbranschernas betydelse för Helsingfors och Finlands sysselsättning, inkomster och konkurrenskraft samt välkändhet, tillgänglighet, serviceutbud och välbefinnande. På så sätt stöds intressebevakningsarbetet för nyckelföretag inom sektorerna och andra intressentgrupper.

Huvudansvar: stadskansliets näringslivsavdelning/turism och destinationstjänster, kommunikationsavdelningen/varumärke och evenemang och extern kommunikation, strategiavdelningen.



Bild: Anders Husa & Kaitlin Orr Husa

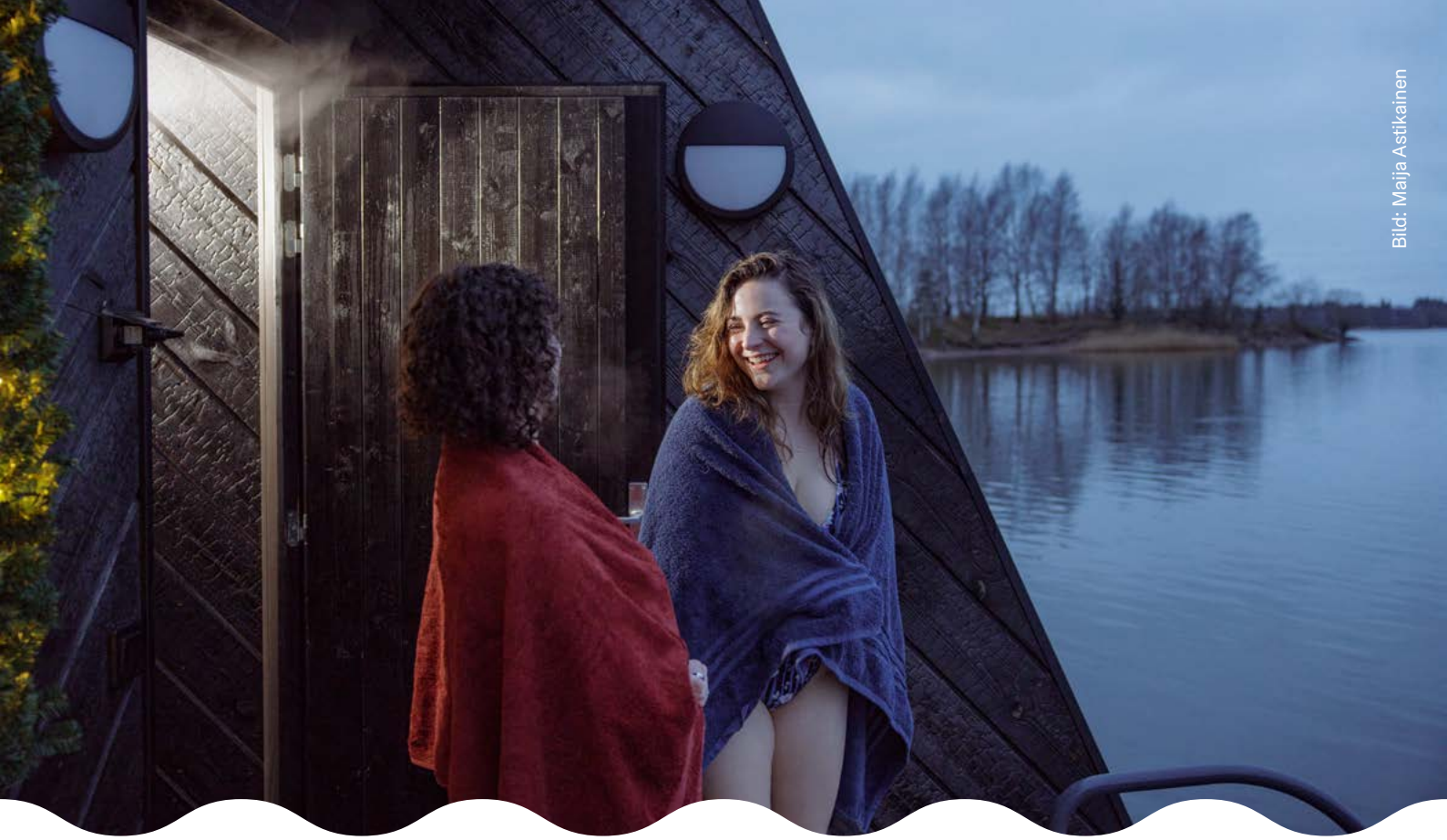


Bild: Maija Astikainen

2. Vi ökar den internationella attraktiviteten med temat ett lyckligt Helsingfors

Vi satsar på att stärka imagen och välkändheten med gemensamma teman och målgrupper

Teman för lycka och ett gott liv är en del av Helsingfors varumärke och identitet och kärnan i arbetet för att öka attraktiviteten. Teman som framhäver Helsingfors styrkor är arkitektur, design, konst och kultur, bastu, matkultur och närheten till havet. Tillsammans med företagen har man skapat nya året runt-tjänster och koncept kring dessa teman som syftar till att få besökare att förlänga vistelsetiden. Marknadsföringssatsningarna riktas året runt till målgrupper som är intresserade av dessa teman, med beaktande av inkludering. Helsingfors mångsidiga kulturutbud, kulturarv och kulturmiljö har beaktats. I innehåll som anknyter till temana betonas Helsingfors varumärkes attraktionskrafter: frihet, besynnerlighet, originalitet, urban vildhet samt funktionalitet och hållbarhet.

Spetsåtgärder:

- → Man lyfter i stor utsträckning fram teman kring lycka i marknadsföring och kommunikation: arkitektur, design, konst och kultur, bastu, matkultur och närheten till havet.
- → Man försöker nå motivbaserade målgrupper med hjälp av kommunikation i flera kanaler.
- → Marknadsföring av evenemang görs genom partnersamarbete.

Huvudansvar: Helsinki Partners, stadskansliets kommunikationsavdelning/varumärke och evenemang och extern kommunikation, innehållsproduktion, näringslivsavdelningen/turism och destinationstjänster, kultur- och fritidssektorn/idrott och kultur.

Vi förlänger vistelsetiden med taktiska åtgärder och gemensamma budskap

Helsingfors internationella image är konkurrenskraftig och stark. Det säregna Helsingfors välkändhet och attraktivitet ökar året runt genom enhetliga budskap och berättelser samt stadens och företagens gemensamma marknadsförings- och försäljningsåtgärder.

Spetsåtgärder:

- → Man genomför taktiska marknadsföringsåtgärder som syftar till mätbara resultat (förlänga vistelsetiden) i digitala kanaler i samarbete med företag.
- → Man kommunicerar systematiskt om Helsingfors som ett resmål där man kan tillbringa längre tid bl.a. med hjälp av MyHelsinki 72h-programmen.

Vi strävar efter framgång i internationella ansökningar om att arrangera storevenemang och kongresser

Till Helsingfors har man tillväxtinriktat sökt stora, effektfulla och internationellt betydelsefulla storevenemang och kongresser som arrangeras året runt samt företagsevenemang som stödjer den lokala affärsverksamheten och Helsingfors utveckling som en stad för idrott, kultur och vetenskap. I arbetet beaktar vi också strategiska tillväxtområden.

Spetsåtgärder:

- → Man skapar en tillväxtplan för att locka till sig storevenemang, kongresser och företagsevenemang och främjar identifierbara utvecklingshelheter i den.
- → Man stärker det nationella och internationella samarbetet för att locka stora evenemang och kongresser till Helsingfors. För att säkerställa Helsingfors tillväxt utnyttjas den nationella strategin för storevenemang och budgivning.

Huvudansvar: stadskansliets kommunikationsavdelning/varumärke och evenemang, Helsinki Partners.

Vi säkerställer digital sökbarhet och köpbarhet

Man har säkerställt företagens, tjänsteutbudets, evenemangens och evenemangslokalernas digitala sökbarhet och köpbarhet genom en verksamhetsmodell som är kopplad till systematisk produktutveckling. Smidig och riktad digital marknadsföring ger mätbara resultat. Kunskap om AI och mångsidig användning av AI har blivit en konkurrensfördel.

Spetsåtgärder:

- → Man utvecklar företagens, tjänsteutbudets, evenemangens och evenemangslokalernas digitala sökbarhet och köpbarhet genom en verksamhetsmodell som är kopplad till systematisk produktutveckling.
- → Man sammanställer en målinriktad åtgärdsplan för AI, som inkluderar ökande av AI-kompetens och utnyttjande av AI särskilt som en del av produktutveckling, försäljning och marknadsföring, med beaktande av betydelsen av AI-optimering i innehållsproduktionen.

Huvudansvar: Helsinki Partners, stadskansliets näringslivsavdelning/turism och destinationstjänster.



Bild: Halla Tuotanto

3. Vi ser till att staden är en partner som stöder tillväxt och en välfungerande turism- och evenemangsstad

Vi lockar och möjliggör strategiskt viktiga investeringar och tjänster

Helsingfors är en bra partner. Staden har möjliggjort investeringar och utvecklingsprojekt som siktar på turism och evenemang året runt, med beaktande av potentialen som finns i hela Helsingfors och till exempel närheten till havet.

Spetsåtgärder:

- → Man utnyttjar aktivt och systematiskt Master Plan-planen för turism och evenemang fram till 2035 och andra särskilda utredningar i planeringen av markanvändningen och främjandet av investeringar.
- → Man möjliggör förverkligandet av nya initiativ som anknyter till ökad turism och evenemang året runt genom mångsidig markpolitik, smidig detaljplanering och ett aktivt tomtutbud.

Huvudansvar: stadsmiljösektorn/markanvändning och stadsstruktur, tjänster och tillstånd, stadskansliets ekonomi- och planeringsavdelning/områdesbyggande, Helsinki Partners.

Vi utvecklar evenemangslokaler och -platser effektivt och tillväxtorienterat

Vi utvecklar Helsingfors evenemangslokaler, platser och arenor för utomhusevenemang som helhet effektivt och tillväxtorienterat, så att staden kan locka till sig och genomföra ännu mångsidigare och mer effektfulla evenemang. Vi ser till att Helsingfors har moderna och attraktiva arenor för storevenemang, tillräckligt med högklassiga lokaler för stora kongresser samt högkvalitativa, lättanvända platser för utomhusevenemang. På så sätt stärker vi stadens livskraft, internationella konkurrenskraft och utvecklingen av evenemangsekosystemet.

Spetsåtgärder:

- Helsingfors arenor och lokaler för evenemang utvecklas för att motsvara framtidens behov. Man utnyttjar aktivt och systematiskt Master Plan-planen för turism och evenemang fram till 2035, Master Planen för mass- och storevenemangsplatser samt utredningar om evenemangslokaler för 500–3 000 personer i planeringen av markanvändningen och investeringar samt stadsplaneringen.
- Man säkerställer planeringen och genomförandet av idrotts- och evenemangsparken i Kottby, framskridandet av strategiskt viktiga evenemangsarena- och lokalprojekt, tillfällig användning av Hanaholmen-området samt utvecklingen av områdena Södervik och Partitorget som evenemangsplatser.

Huvudansvar: stadsmiljösektorns markanvändning och stadsstruktur/invånar- och företagstjänster, stadskansliets kommunikationsavdelning/varumärke och evenemang, kultur- och fritidssektorn/idrott, kultur.

Vi stärker samarbetet och utvecklar partnerskapen

Mångsidiga partnerskap och samarbete har gett nya möjligheter att synas och höras av rätt målgrupper samt effektiviserat resursanvändningen. Partnerskap har utvecklats särskilt kring evenemang och marknadsföringssamarbete. Starka partnerskap stöder för sin del målen för året runt-verksamhet och förlängd vistelsetid.

Spetsåtgärder:

- Man pilottestar nya partnerskapsmodeller kring evenemang och marknadsföringsåtgärder. Man strävar efter ökad effekt, resurseffektivitet, synergifördelar och året runt-verksamhet (till exempel internationell PR-kampanj för Helsingfors Design City).

Huvudansvar: stadskansliets kommunikationsavdelning/varumärke och evenemang, stadsmiljösektorn/tjänster och tillstånd, invånar- och företagstjänster, Helsinki Partners.

Vi satsar på smidig ärendehantering för företag

Det är enkelt och smidigt för företag inom turist- och evenemangsbranschen att uträtta ärenden med Helsingfors stad. Stadens verksamhetsmodeller, tjänster samt stöd för utveckling och genomförande är förutsägbara och begripliga. De tjänster och det stöd som erbjuds har kommunicerats på ett sätt som når intressentgrupperna.

Spetsåtgärder:

- Man stärker förståelsen för de olika skedena i kundvägen för företag inom turist- och evenemangsbranschen och främjar smidigheten, transparensen och målinriktade handläggningstider utifrån informationen. Information om olika tillstånd som staden beviljar, uthyrning av lokaler och användning av allmänna områden i företagsverksamhet samt företagstjänster som staden erbjuder ges via flera kanaler.

Huvudansvar: tjänster och tillstånd inom stadsmiljösektorn, affärsverket för sysselsättningstjänster, stadskansliets näringslivsavdelning/företagstjänster.

Vi ser till att det är enkelt att ta sig runt och utforska staden

Särskilt under evenemang fungerar kollektivtrafiken (HRT), taxitrafiken och den lätta trafiken smidigt. Det är enkelt för besökare, även utländska, att köpa HRT:s biljetter. Det är möjligt att parkera turistbussar i stadsmiljön. I stadens trafikplanering har man beaktat turisttrafikens behov. Skyltar finns på relevanta platser för turister och evenemangsbesökare. Turistinformationen erbjuder besökare aktuell och inspirerande information med yrkesskicklighet.

Spetsåtgärder:

- → Man uppdaterar och förverkligar översiktsplanen som utvecklades i projektet Smart stadsguidning för guidning i centrum och en skyltningshelhet där minst de viktigaste besöksmålen har tydliga skyltar.
- → Besöksströmmar styrs smidigt med skyltar och positiv inställning bort från vägarbeten och platser där det förekommer trängsel.
- → Genom att utveckla tjänsterna säkerställer man att det är enkelt och smidigt för turister och evenemangsgäster att utnyttja kollektivtrafiken (HRT), taxitjänster och lätt trafik i Helsingfors.

Huvudansvar: stadsmiljösektorns markanvändning och stadsstruktur/trafik.

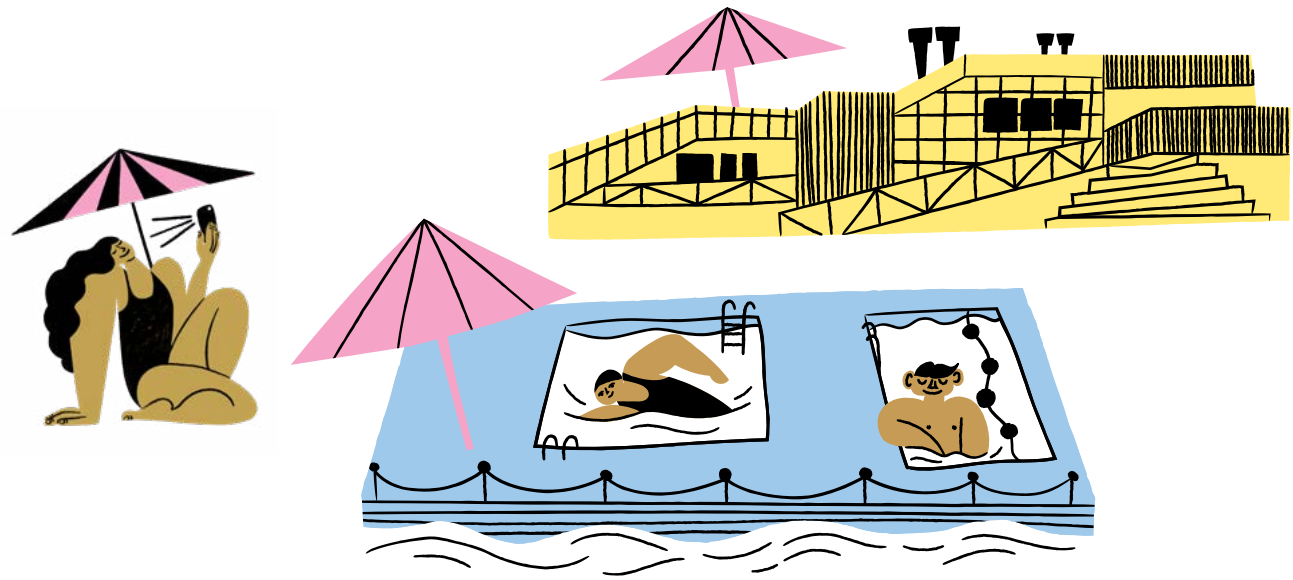
Vi är klimatsmarta

Tillsammans med företagen har man arbetat aktivt och effektivt för att minska koldioxidutsläppen från turism och evenemang. Företagens utvecklingsarbete mot verksamhetsmodeller med låga koldioxidutsläpp har stöttats bland annat genom mätning av klimatavtryck, konkreta åtgärder för att minska utsläppen och permanent avlägsnande av utsläppsrester från atmosfären. Dessutom har man stärkt beredskapen att anpassa sig till de förändringar som klimatförändringen medför.

Spetsåtgärder:

- → Man stöder företag mot en verksamhetsmodell med låga koldioxidutsläpp bland annat genom att uppmuntra till beräkning av koldioxidavtryck och hjälpa till med utsläppsminskningsåtgärder.
- → Man arbetar aktivt och effektivt för att minska koldioxidutsläppen från turismen i Helsingfors, bland annat genom att förlänga vistelsetiden, välja målmarknader och öka resandet med landtrafik.

Huvudansvar: stadskansliets näringslivsavdelningen/turism och destinationstjänster, stadsmiljösektorn/gemensamma tjänster/klimat.



Genomgående teman

I enlighet med programmets genomgående teman arbetar vi tillsammans genom smidigt experimenterande, uthålligt, hållbart, med kunskapsbaserad ledning samt genom att mångsidigt utnyttja digitalisering och AI. Dessa teman ingår i alla utvecklingsprogrammets åtgärdshelheter och åtgärder.

I samarbete, smidigt, genom experiment

Ett fungerande ekosystem är ett livsvillkor för en framgångsrik turist- och evenemangsstad. Nätverket Helsingin Tekijät spelar en nyckelroll i det kontinuerliga, nära och proaktiva samarbetet. Vi för samman aktörer, möjliggör och genomför piloter och försök samt stödjer uppkomsten av nya koncept och innovationer. Vi säkerställer kompetensen hos medlemmarna i nätverket Helsingin tekijät inom utvecklingsprogrammets teman och delar med oss av aktuell information.

Stadskoncernen fortsätter att utveckla det interna samarbetet som möjliggör mycket. Vi hittar ständigt nya och fungerande sätt att främja utvecklingen av turism och evenemang.

Både inhemskt och internationellt samarbete möjliggör inlärning av nya saker, utbyte av bästa praxis och internationella partnerskap. I huvudstadsregionen samarbetar man i mätningen av turismens och evenemangens effekt, målinriktat projektsamarbete och utveckling av tillgängligheten.

Samarbetsnätverken är omfattande och omfattar bland annat rådgivande arbetsgrupper bestående av företagsmedlemmar, läroanstalter, Visit Finland, arbets- och näringsministeriet, Föreningen Finlands turistorganisationer (FFTO), Evenemangsindustri rf, Sport Event Management Finland (SEMF), City Destinations Alliance, Nordic Event Hosts-nätverket, International Congress and Convention Association (ICCA) och Cruise Baltic. Tillsammans säkerställer vi också en effektiv intressebevakning.

Uthålligt

Vi agerar långsiktigt, lösningsorienterat, målmedvetet och förändringsvilligt i vår snabbt föränderliga verksamhetsmiljö. Vi har förmågan att anpassa oss, lära oss och återhämta oss samt vid behov ändra riktning och fortsätta framåt tillsammans.

Vi fortsätter vårt systematiska säkerhetsarbete. Vi ser till att vi som sektorer är förberedda och beaktar säkerheten mångsidigt i olika skeden av besöket. Vi satsar på kompetens inom och säkerställande av cybersäkerhet.

Bra samarbete och laganda är en del av vår anpassningsförmåga. Vi bygger en kultur av verksamhet och genomför smidiga experiment där förtroende, öppenhet och ömsesidig uppskattning stärker samarbetet. Vi lär oss också av misslyckanden. Att uthärda innebär för oss att våga se framåt och möta utmaningar på ett konstruktivt sätt tillsammans.



Hållbart

Hållbarhetsarbetet fortsätter systematiskt och målinriktat i samarbete mellan stadskoncernen och aktörer inom turist- och evenemangsbranschen. Hållbarhet beaktas i allt vi gör och kompetensen inom hållbarhet utvecklas kontinuerligt. Under programperioden satsar man särskilt på att förlänga vistelsetiden samt klimatarbetet, utvecklingen av regenerativ turism och evenemangsrikedom, invånarnas delaktighet och inkludering.

Vi är en av världens ledande destinationer för hållbar turism. I hållbarhetsarbetet utnyttjar och lyfter vi fram verktyg som vi identifierar som relevanta, såsom index, certifieringar, hållbarhetsrapportering och nationella program för hållbar turism. Helsingfors ligger redan nu i världsklass när det gäller antalet hållbarhetscertifieringar för företag, och vi fortsätter att stödja företagens hållbarhetsarbete.

Vi följer systematiskt utvecklingen av det sociala resenärstrycket. Vi vidtar åtgärder om indikatorerna visar tecken på olägenheter på grund av turismen.

Med kunskapsbaserad ledning

Vi analyserar och utnyttjar befintliga datakällor för turism och evenemang i ledningen och utvecklingen av turism och evenemang på ett systematiskt och effektivt sätt för att åstadkomma förändring. Dataplattformen Data-Lokki Helsinki Destination Insights utvecklas användar- och behovsorienterat med hjälp av en kontinuerlig dialog med näringslivet och andra intressentgrupper.

Vi bedömer regelbundet våra datakällor och anskaffar nya data utifrån behov. Vi testar och utvecklar metoder för att utnyttja och dela information på ett effektivt sätt inom sektorn, stadskoncernen och till andra intressentgrupper. Även information som delas av näringslivet spelar en viktig roll för att skapa en gemensam förståelse och riktning. Internationell marknadsföring uppnår bästa möjliga resultat genom testning, analys och optimering med hjälp av data.

Mångsidig användning av digitalisering och AI

Vi beaktar de snabbt föränderliga möjligheterna med digitalisering i allt vi gör, både i objektets utveckling, produktutveckling och i att öka välkändheten och locka besökare. Digital sökbarhet och köpbarhet är livsvillkor för framgång för det digitala tjänsteutbudet för besökare. Förväntningarna på digitala kanaler och bokningskanaler samt AI-innehåll förändras ständigt. Vi främjar arbetet smidigt och hållbart i enlighet med de etiska principerna för utnyttjande av data och AI. Vi ser till att företagen drar nytta av AI:s mångsidiga möjligheter. Vi ökar systematiskt kompetensen och uppdaterar åtgärderna proaktivt. Vi utvecklar företagens förmåga genom coachning, sparring och peer learning.




Bild: Jussi Hellsten

Genomförande och resursfördelning

Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang genomförs som ett Helsingfors. I genomförandet av utvecklingsprogrammet deltar stadskansliet, stadens sektorer och affärsverk. Dottersammanslutningarna deltar i genomförandet till den del programmet anknyter till sammanslutningens verksamhet och ägarstrategi. Arbetet sker i nära samarbete med de viktigaste intressentgrupperna.

Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang 2026–2029 genomförs stegvis genom åtgärder som fastställs årligen. Utvecklingsprogrammet fastställer en gemensam riktning, strategiska val, åtgärdshelheter, spetsåtgärder och ansvariga aktörer, medan åtgärdernas detaljer, ansvariga personer och tidtabeller preciseras årligen.

I enlighet med strategins genomförandebeslut styr stadens ledningsgrupp och tjänsteledningen genomförandet av programmet Mål för tillväxt, kompetens och livskraft 2026–2029 och Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang som dess delprogram.

Stadens sektorer ansvarar för att beakta Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang som en del av sina årliga planeringsprocesser kring verksamheten och stadsekonomin. Resursfördelningen preciseras i den årliga verksamhets- och ekonomiplaneringen.

Utvecklingsprogrammets mål ska samordnas med de övriga målen i strategin genom att identifiera de ekonomiska ramvillkoren och sträva efter ett så kostnadseffektivt genomförande som möjligt. En betydande del av målen kan främjas genom att rikta verksamheten inom ramen för befintliga resurser, utveckla verksamhetssätten och servicekulturen samt stärka stadens interna samarbete. Förverkligandet av Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang stöds genom att beakta prioriteringarna i sektorernas kommunikation.

Vid genomförandet av utvecklingsprogrammet utnyttjas:

- Stadskoncernens samordningsgrupp för turism och evenemang och andra samordningsgrupper för turism och evenemang.
- Rådgivande arbetsgrupper för turism och evenemang.
- Nätverket Helsingin tekijät.
- Högskolesamarbete.
- Huvudstadsregionens, nationellt och internationellt samarbete.
- Andra befintliga nätverk, samarbetsforum och projekt.
- Aktuell information, undersökningar och data som stöd för beslutsfattandet.



Bild: Svante Gullichsen

Uppföljning och konsekvensbedömning

Framstegen i Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang rapporteras som en del av den årliga uppföljningen av genomförandet av stadsstrategin samt halvtidsöversynen och slutbedömningen av strategin.

Uppföljningen baserar sig på begränsade och ändamålsenliga indikatorer som stöder utvärderingen av strategiska mål utan onödig rapporteringsbörda. Utvecklingen av indikatorerna följs upp månadsvis och mer omfattande i samband med kvartalsrapporterna till den del som uppdaterad data finns tillgänglig. Rapporterna publiceras och presenteras bland annat för nätverket Helsingin tekijät.

Som uppföljnings- och styrgrupper fungerar Stadskoncernens samarbetsgrupp för turism och evenemang samt Helsingfors rådgivande arbetsgrupper för turism och evenemang. Som stadens interna styrgrupp för evenemangsrikedom och evenemangsansökningar fungerar en separat samordningsgrupp för storevenemang. Uppföljningen innehåller en årlig lägesöversikt och en framstegsbedömning som rapporteras till stadsstyrelsens näringslivssektion och presenteras bl.a. på årliga seminarier om turism och evenemang. Av indikatorerna implementeras också KPI Dashboard DataLokki på plattformen Helsinki Destination Insights.

Effekterna av Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang har bedömts ur ett ekonomiskt, socialt och ekologiskt perspektiv på allmän nivå. De viktigaste effekterna (negativa eller positiva ekonomiska, sociala eller ekologiska) vad gäller utvecklingsprogrammet är följande:

Programmet stärker stadens livskraft och evenemangs- och turistbranschen genom att generera turism- och skatteintäkter och stödja sysselsättning och samarbete mellan aktörer. Programmet ökar sektorns åretruntverksamhet och stöder utvecklingen av infrastruktur och tjänster. Programmet livar upp staden genom att öka tjänsterna samt evenemangs- och kulturutbudet och stödjer turismens och evenemangens sociala acceptans och invånarnas känsla av delaktighet. Överdriven och okontrollerad tillväxt kan orsaka lokala olägenheter och besökartryck. Turism och evenemang är särskilt förknippade med negativa klimatkonsekvenser som orsakas av flygtrafik samt slitage på natur- och kulturmiljöer, men programmet främjar mer miljömässigt och klimatmässigt hållbara verksamhetssätt och minskning av negativa miljökonsekvenser.

Bilagor

BILAGA 1 Verksamhetsmiljöns nuläge och framtidsutsikter

Verksamhetsmiljöns nuläge

Turismens och evenemangens verksamhetsmiljö har förändrats snabbt och på många nivåer under de senaste åren. Återhämtningen efter pandemin har uppnåtts i Helsingfors, men samtidigt fungerar branscherna permanent i en ny situation där globala osäkerheter, ekonomiska konjunkturförändringar, geopolitiska spänningar, särskilt situationen i Ryssland, samt klimatkrisen påverkar efterfrågan, utbudet samt rese- och konsumtionsbeteendet. Även mervärdesskattesatserna som steg 2025 har påverkat turismens och evenemangens konkurrenskraft. Turism och evenemang är allt mer kopplade till stadsutvecklingen, livskraften, den internationella konkurrenskraften och invånarnas goda liv och vardag.

Som huvudstad är Helsingfors naturligtvis Finlands största resmål mätt med många indikatorer och öppnar upp möjligheter för turismen i resten av Finland. Helsingfors-Vanda flygplats är också en ledande knutpunkt mellan Europa och Asien. År 2025 ökade antalet registrerade övernattningar för resenärer i Helsingfors med sammanlagt över 8 procent och antalet internationella övernattningar med över 17 procent. År 2024 passerades redan rekordsiffrorna från 2019. Bland annat över 4,9 miljoner övernattningar, direkta intäkter från turism på 1,5 miljarder euro, 36 procent av alla internationella övernattningar i Finland och en tredjedel av Finlands internationella organisationskongresser gör Helsingfors till ett betydande resmål. Dessutom besöks Helsingfors av många dagsbesökare, över 3 miljoner och resenärer som övernattar hos släktingar och vänner samt i hyresbostäder under kortare tid. Totalt uppgår antalet övernattningar i olika inkvarteringsalternativ till cirka 13,5 miljoner.

Hållbarhet, ett starkt kulturliv, unika evenemang, ett mångsidigt utbud av mat och restauranger, design samt närhet till naturen och havet är Helsingfors triumfkort som resmål.

Turismen i Helsingfors har under de senaste åren vuxit förbi siffrorna före pandemin, och tillväxt kan också förväntas. Samtidigt har hotellkapaciteten i Helsingfors ökat avsevärt under de senaste åren (2019–2025 cirka 3 000 rum och 5 000 sängar). Hotellens investeringsplaner gjordes före pandemin, då Ryssland var Helsingfors huvudmarknad och många asiatiska resenärer anlände till Helsingfors tack vare Finnairs Asienstrategi. Även om turismen i Helsingfors har ökat bra efter pandemin, finns det fortfarande utrymme för utveckling vad gäller den ekonomiska lönsamheten för hotell och andra tjänsteleverantörer i Helsingfors. Under de bästa högsäsongerna är bland annat hotellens kapacitet nästan fullt utnyttjad, men det finns fortfarande för många perioder med låg utnyttjandegrad. På samma sätt släpar till exempel hotellens rumspriser efter i förhållande till den höga kvaliteten och jämfört med andra nordiska huvudstäder. Stora evenemang och kongresser ökar dock beläggningsgraden och intäkterna per rum i Helsingfors betydligt.

Evenemangsbranschens omsättning i Finland uppgick enligt forskarnas uppskattningar till 3 miljarder euro år 2024. Trots att statistiken är splittrad ger enhetliga uppgifter som baserar sig på bokslutsmaterialet en konsekvent bild av branschens tillväxt (ingen separat siffra för Helsingfors finns tillgänglig). Även om 2024 som helhet var ett år med tillväxt för evenemangsbranschen är branschens lönsamhet fortfarande mycket svag (under en procent).

År 2025 hade Helsingfors uppskattningsvis 26 storevenemang (minst 10 000 besökare per evenemang) och 212 kongresser, där antalet delegater var sammanlagt 68 235. I ljuset av undersökningar bland evenemangsbesökare upplevs Helsingfors som en bra evenemangsstad. Enligt de evenemang som undersöktes åren 2024–2025 (urval 78 000) gav evenemangsbesökare Helsingfors rekommendationsindexet (NPS-tal) 4,64/5 och Helsingfors upplevdes som en fungerande, levande, trygg samt urban och öppen stad.

Även om utbudet av evenemangsplatser i Helsingfors har stärkts måste staden fortsätta sin aktiva och resultatrika utveckling både på kort och lång sikt. Återöppningarna av Veikkaus Arena och Finlandia-huset under 2025 skapar bättre förutsättningar att tävla om internationella storevenemang inom idrott och kultur, konserter, företagsevenemang och kongresser. Det finns dock fortfarande behov av att utveckla och öka antalet mångsidiga evenemangslokaler och -arenor samt evenemangsområden.

Finlands och Helsingfors välkändhet har ökat under de senaste åren. Internationellt sett är Helsingfors välkändhet fortfarande relativt svag. Till exempel ligger Helsingfors internationella varumärke klart efter Köpenhamn, Stockholm och Oslo i internationell jämförelse. Placeringen står i ett tydligt förhållande till de resurser som används för att öka den internationella välkändheten och locka besökare. Samtidigt pekar många turismtrender mot Finland och Helsingfors. Helsingforsturismens prestationer i världsklass inom hållbarhet (Global Destination Sustainability Index 1:a plats åren 2024 och 2025 samt Green Destinations GSTC-certifiering) och Finlands val till världens lyckligaste land för nionde gången samt det därmed lanserade övergripande temat Happy Helsinki för internationell marknadsföring har ökat intresset för Helsingfors. Den framgångsrika marknadsföringen syns i det ökade antalet besökare. I Helsingfors har man lyckats skapa ett utmärkt serviceutbud som syns som en utmärkt besöksupplevelse (besökarnas rekommendationsvilja, dvs. NPS, är 58,9).

Framtidsutsikter

Den internationella turismen beräknas öka globalt med fem procent per år. *År 2035 beräknas turismen generera 11,5 procent av världens bruttonationalprodukt och överträffa tillväxttakten i andra sektorer.** Tillväxten är emellertid ojämnt fördelad mellan marknader, säsonger och destinationer. Turister söker smidighet, enkelhet och individuella lösningar, men också genuina möten, levande stadsdelar och upplevelser som länkar till lokal kultur, natur, välbefinnande och evenemang. En ökande trend är äldre turister, ensamresande turister och å andra sidan gemensamma resor för stora familjer och flera generationer. Intresset för nya resmål ökar och allt fler planerar längre resor istället för flera korta resor. Evenemangens roll som drivkraft för åretruntturism stärks. (BILAGA 5)

Helsingfors har uppnått en ledande position som ett hållbart resmål. Klimatförändringens effekter på turismen håller emellertid på att konkretiseras. Redan nu påverkar den globala uppvärmningen turisternas val. Värmen i Sydeuropa kommer oundvikligen att påverka turistflödena, och Norden står i centrum för förändringen. Allt fler funderar på om det är meningsfullt att flyga. Flygtrafiken spelar en särskilt viktig roll med tanke på Helsingfors tillgänglighet. Priserna på flygresor kommer att stiga samtidigt som EU:s reglering av flygresor skärps. Klimatmålen, tryggandet av den biologiska mångfalden och den sociala hållbarheten ställer tydliga ramvillkor för turism och evenemang, men också möjligheter till förnyelse. Hållbarhetsarbetet förutsätter systematisk uppföljning av effektiviteten samt mod att prova och skala upp nya verksamhetsmodeller, inklusive verksamhetssätt med låga koldioxidutsläpp samt regenerativa helheter för turism och evenemang.

Teknik som ständigt utvecklas och utnyttjande av data formar hela värdekedjan. AI, data och digitala plattformar samt sociala medier påverkar hur resmål, tjänster och evenemang söks, planeras, bokas och upplevs. Samtidigt erbjuder de nya verktyg för marknadsföring, försäljning, hantering av turistflöden och evenemangsgäster, som stöd för beslutsfattande samt för att förbättra slagkraften och verksamhetens effektivitet. Förmågan att utnyttja AI, data och digitala distributionskanaler, från företag i olika branscher till stadsnivå, är de viktigaste konkurrensfaktorerna. Förmågan och viljan till en aktiv internationell B2B-försäljning av resetjänster kan inte heller förbigås.

Ur stadens perspektiv är turism och evenemang allt mer kopplade till andra strategiska helheter: att liva upp centrum, utveckla den havsnära staden, stärka kulturella och kreativa branscher samt bygga internationell attraktionskraft. Samtidigt ökar stadsbornas deltagande, fördelarna för stadsborna och betydelsen av den sociala acceptansen för turism och evenemang. Frågor om social hållbarhet, såsom trängsel, användning av utrymmen och smidighet i vardagen, kräver ett proaktivt grepp samt konkreta åtgärder och samarbete.

Turism är för många internationella besökare den första kontakten med Helsingfors och kan i bästa fall stärka stadens attraktionskraft även som arbetsplats och boendeort. Vi identifierar möjligheterna och gränssnitten mellan ökad turism och invandring. Stadens mångkulturalism, globala nätverk samt släkt- och vänbesök ökar Helsingfors välkändhet och berikar för sin del utbudet för turister.

Under de kommande åren kommer de städer som kan agera smidigt i en föränderlig verksamhetsmiljö, göra val bland begränsade resurser och samla olika aktörer bakom en gemensam vision och tydliga utvecklingshelheter att lyckas inom turist- och evenemangsfältet. Helsingfors har starka utgångspunkter för att svara på denna förändring: stadens rykte som ett av världens mest hållbara resmål och en fungerande stad, ett högklassigt evenemangsutbud samt ett skickligt nätverk av aktörer.

Källa: *UN Tourism 2025. World Tourism Barometer. Volume 23, Issue 1, January 2025. Pressmeddelande. **World Travel & Tourism Council 2025. Global Travel & Tourism is Strong Despite Economic Headwinds. World Travel & Tourism Council. Press Release 9.4.2025.



Bild: Unto Rautio

BILAGA 2 Utarbetande av utvecklingsprogrammet

Utarbetande av utvecklings-programmet

Med kunskapsbaserad ledning, delaktighet och effektivitet i fokus

Utvecklingsprogrammet för turism och evenemang har beretts i omfattande samarbete med både interna och externa intressent-grupper under vintern 2025–2026. Beredningen av målen har styrts av stadens ledningsgrupp och tjänsteledningen. I beredningen har man strävat efter att beakta det tidigare arbetet och gränssnitten till andra programhelheter. Stadens sakkunniga och ledning har i vidare bemärkelse deltagit i beredningen genom kommentarer eller workshops.

Utvecklingsprogrammet har byggts upp med en övergripande, stegvis framskridande och involverande process vars mål har varit att bilda en gemensam och realistisk riktning för utvecklingen av turism och evenemang för åren 2026–2029. Utgångspunkten för arbetet har varit en aktuell och mångsidig kunskapsbas samt ett brett involverande av intressent-grupper. På så sätt har man säkerställt att utvecklingsprogrammet svarar både på förändringar i den globala verksamhetsmiljön och på Helsingfors egna särdrag och behov.

Datainsamling från flera källor och analys

Utvecklingsarbetet har i stor utsträckning utnyttjat internationella och nationella trendrapporter, prognoser och undersökningar inom turist- och evenemangsbranschen. Med hjälp av dessa har man identifierat centrala förändringsfaktorer, megatrender och fram-växande fenomen som påverkar efterfrågan, utbudet och verksamhetsmodellerna inom turism och evenemang under de kommande åren (BILAGA 5). Dessutom har man granskat svaga signaler och nya öppningar som kan förutse långsiktiga förändringar och erbjuda Helsingfors möjligheter att skilja sig från mängden och förnya sig.

Kunskapsunderlaget har kompletterats med analyser av strategier och program som är länkade till turism och evenemang, inklusive stadsstrategin samt nationella och internationella strategier för utveckling av turism och evenemang. På så sätt säkerställs att utvecklingsprogrammet är sömlöst kopplat till de bredare strategiska målen och stödjer stadens övergripande utveckling. Utifrån det insamlade materialet har man prioriterat särskilt ur Helsingfors perspektiv: vilka teman är strategiskt viktigast för staden, var Helsing-fors styrkor är störst och med vilka utvecklings-åtgärder man kan uppnå största möjliga effekt i förhållande till tillgängliga resurser.

Omfattande involverande i flera kanaler

Företag inom turist- och evenemangsbranschen och andra nyckelaktörer har involverats både digitalt och ansikte mot ansikte i förberedel-serna av utvecklingsprogrammet. Röstning via nätet och enkäter har gjort det möjligt att få många olika åsikter på ett lättillgängligt sätt, medan workshoppar och nätverksevenemang har erbjudit djupare interaktion, gemensamma idéer och prioritering. Genom VivaCITY-ut-maningen har även Place Generations och Simple Views internationella konsulter varit nära involverade och tillfört ett internationellt perspektiv till processen.

Inom staden har flera av stadskoncernens enheter och aktörer involverats i utvecklings-arbetet för att skapa en nära koppling mellan utvecklingen av turism och evenemang och den bredare näringspolitiken, stadsutvecklingen, markanvändningen, trafiken, naturen, stads-miljön, idrotten och andra centrala helheter. Den sektorsövergripande dialogen har varit en central del av processen och de olika enheterna har förbundit sig till de gemensamma målen.

Helsingforsbornas och besökarnas åsikter som en del av helheten

Helsingforsbornas åsikter har samlats in både genom en invånarundersökning, workshoppar och ett invånarmöte. På så sätt har man fått värdefull information om de upplevda fördelarna och utmaningarna med turism och evenemang, acceptansen och utvecklingsönskemål. Stadsbornas åsikter är en central del av granskningen av turismens och evenemangens sociala hållbarhet.

Turisternas och evenemangsbesökarnas upplevelser och förväntningar har i sin tur kartlagts genom systematiskt genomförda besökarundersökningar, undersökningar bland evenemangsbesökare samt delegatundersökningar vid internationella kongresser och företagsevenemang. Svaren på enkäterna har gett en djupgående kvantitativ och kvalitativ förståelse för Helsingfors styrkor, utvecklingsområden och helhetsupplevelse. Dessutom har analysen utnyttjat data från kanaler för kamratbedömning och digitala plattformar som lyfter fram besökarnas äkta, spontant delade upplevelser och uppfattningar om Helsingfors.

Gemensam syn och prioriterade helheter

Utifrån den samlade informationen, analysen och delaktighet har man bildat en gemensam syn på de centrala utvecklingsbehoven och -möjligheterna för turismen och evenemangen i Helsingfors. Utvecklingsprogrammet redovisar inte för kontinuerlig grundverksamhet inom turism och evenemang, utan prioriterar de helheter som har störst strategisk inverkan och som man satsar särskilt på under de kommande åren. Mer detaljerade åtgärder fastställs som en del av den årliga planeringen i samarbete med centrala aktörer.



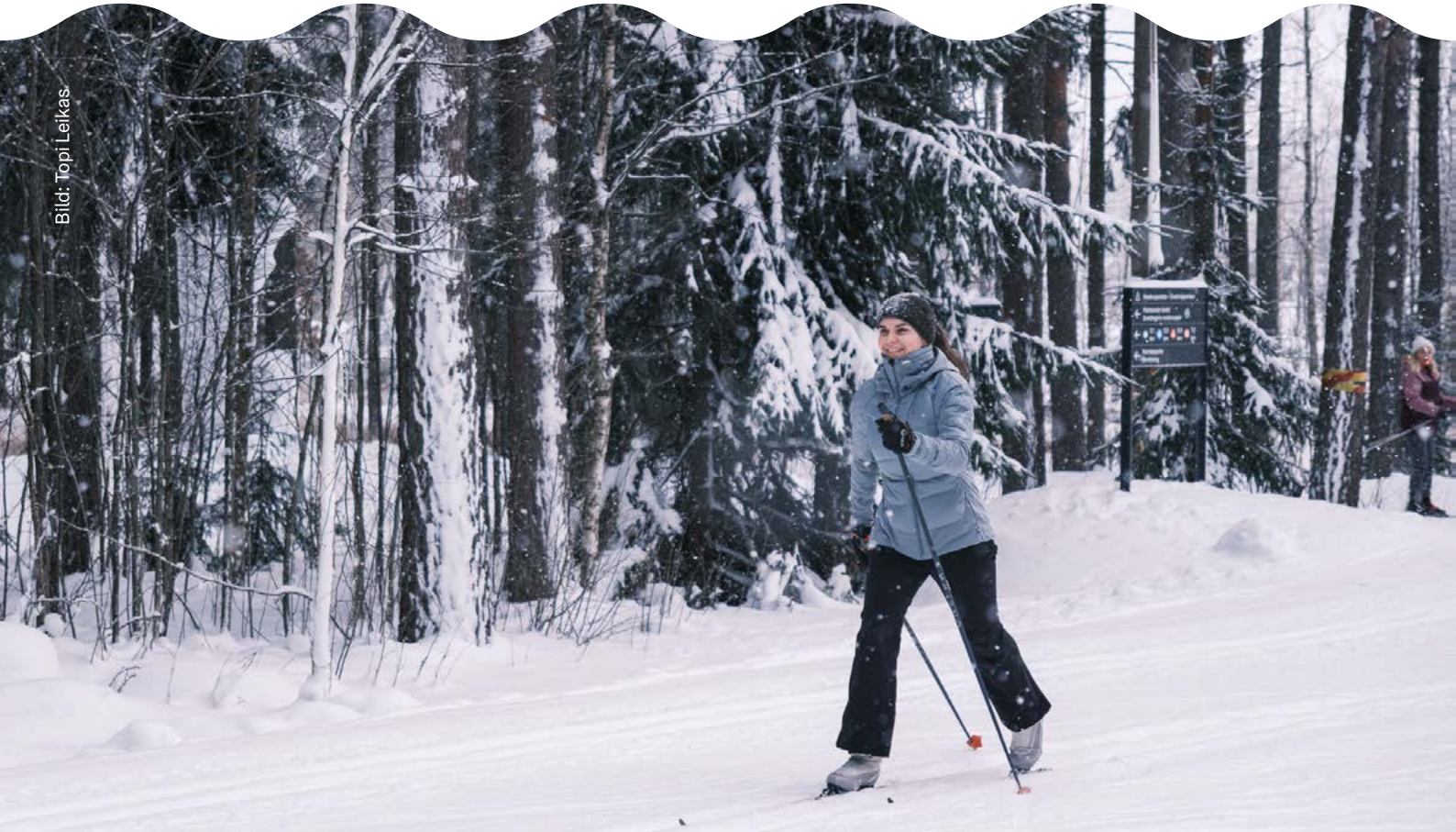


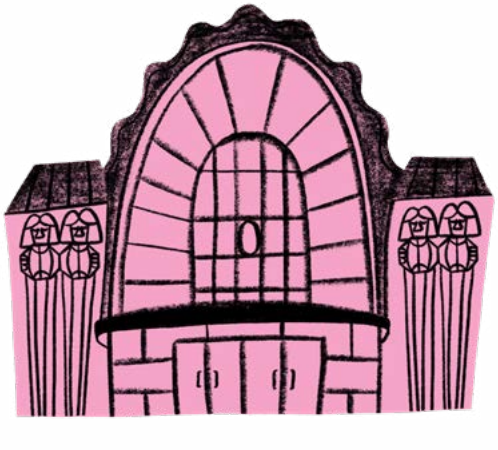
Bild: Topi Leikas

BILAGA 3 Bedömning av utvecklingsprogrammets konsekvenser

Konsekvensbedömning

Omfattning 1–5: 1 = mycket lokalt, 2 = lokalt, 3 = påverkar staden mer allmänt, 4 = på stadsnivå, 5 = regionalt eller mer omfattande.
Varaktighet 1–5: 1 = konsekvenser mindre än 6 mån, 2 = 6 mån–2 år, 3 = 2–5 år, 4 = 5–10 år, 5 = permanent.

Konsekvens	Beskrivning av konsekvenserna	Omfattning 1–5	Varaktighet 1–5
Ekonomiska konsekvenser	• Stärker Helsingfors livskraft och förutsättningarna för företagsverksamhet inom turist- och evenemangsbranschen.	5	3
	• Ökade intäkter från turism, skatteintäkter, sysselsättning och investeringars attraktivitet.	5	4
	• Stödjer åretruntverksamhet och minskar säsongsvariationen i turismen och evenemangen.	5	4
	• Förbättrar utvecklingen och utnyttjandegraden av stadens tjänster och infrastruktur.	4	3
	• Främjar internationell tillgänglighet även för annan affärsverksamhet.	5	4
	• Geopolitiska och globala ekonomiska osäkerhetsfaktorer.	5	1
Sociala konsekvenser	• Livar upp staden och stödjer ett mångsidigt service-, evenemangs- och kulturutbud även för stadsborna.	4	3
	• Stödjer sysselsättning, kompetensutveckling och samarbete mellan aktörer.	5	4
	• Beaktar turismens och evenemangens sociala acceptans och ökar invånarnas känsla av delaktighet.	4	3
	• Överdriven och okontrollerad tillväxt kan orsaka olägenheter för lokalbefolkningen.	1	1
Ekologiska konsekvenser	• Främjar hållbara verksamhetssätt inom turism och evenemang.	5	5
	• Stödjer klimatmål och minskad miljöpåverkan.	4	3
	• Motverkar regional överbelastning.	4	3
	• Regenerativa effekter bl.a. för Östersjön.	4	3
	• Ökar flygtrafikens klimatpåverkan.	5	4
	• Sliter på natur- och kulturmiljön.	1	3







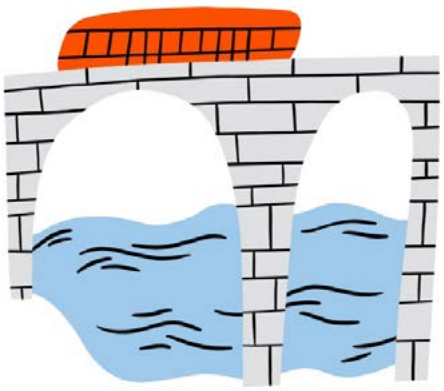
BILAGA 4 Mål för hållbar utveckling (SDG) i utvecklingsprogrammet för turism och eveneman

Helsingfors har förbundit sig till FN:s Agenda 2030 för hållbar utveckling. Utvecklingen av turism och evenemang är på ett eller annat sätt länkad till nästan alla mål.

Konkreta prioriteringar i enlighet med SDG-målen för nästa programperiod:

SDG-mål	Åtgärder
SDG 2 Ingen hunger	Helhet för utveckling av sociologiskt förnyande lösningar inom regenerativ turism.
SDG 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt	Utveckling av sysselsättningen inom turist- och evenemangsbranscherna året runt, ökning av sektorernas attraktionskraft och främjande av ansvarsfull arbetslivspraxis.
SDG 9 Hållbar industri, innovationer och infrastruktur	• Testbed-experiment och smidig testning. • Utveckling av tillgänglighet och fungerande infrastruktur.
SDG 10 Minskad ojämlikhet	Inkluderande och tillgängliga turist- och evenemangstjänster.
SDG 11 Hållbara städer och samhällen	Främjande av hållbara och regenerativa turismhelheter i sin helhet. Turism och evenemang som en del av en livlig och fungerande stad året runt. Ännu starkare delaktighet och beaktande av Helsingforsborna i utvecklingen.
SDG 12 Hållbar konsumtion och produktion	Utveckling av hållbar turism och hållbara evenemang.
SDG 13 Bekämpa klimatförändringarna	• Främjande av lösningar med låga koldioxidutsläpp. • Främjande av landtrafik och nya klimatlösningar.
SDG 14 Hav och marina resurser	Åtgärder för regenerativ turism som är kopplade till miljöns förnyelse.
SDG 15 Ekosystem och biologisk mångfald	Åtgärder för regenerativ turism som är kopplade till miljöns förnyelse.
SDG 17 Genomförande och globalt partnerskap	Omfattande samarbete med staden, företag, nätverk och intressentgrupper, nätverket Helsingin tekijät som det viktigaste verktyget. Partnerskapen spelar en central roll i utveckling och testning av lösningar samt deras skalbarhet.





BILAGA 5 Trender, svaga signaler och strategiska områden inom turism och evenemang samt delområden kategoriserade utifrån resultaten av invånar- och besökarundersökningar

Kategori	Lyft
Förändringar i turistbeteende och marknaden	• Mindre populära destinationer, detour destinations, coolcation. • Långa vistelser, slow travel, JOMO-trenden. • Familje- och generationsresor, ensamresor, husdjursresor. • Bleisure, digitala nomader, fanresor (konserter, sportevenemang). • Autenticitet, lokalitet, mat & dryck som orsak till turism
Hållbarhet, ansvarsfullhet och regenerativ turism	• Klimatförändringens effekter: resor till svalare destinationer, extrema fenomen. • Flygfria resor, tåg, alternativ för landtrafik. • Regenerativ turism. • Tillgänglighet och inkludering (neurodivergens, tillgänglighet, äldre resenärer).
Evenemangens och upplevelsernas roll	• Stora evenemangs dragningskraft (konsert + semesterpaket). • Hybrid- och virtuella evenemang, 5G, VR/AR-upplevelser. • Delaktighet, spelifiering, varumärkesförankring . • ROI och datadrivna evenemang. • E-sport och nya kulturella/andliga festivaler.
Digitalisering och teknisk omvälvning	• AI för planering och bokning av resor och evenemangshantering. • Chattbotar, personalisering, datadrivet beslutsfattande. • Blockchain i biljetter och personuppgifter. • Sociala mediers (TikTok, influencers) inverkan på val av destination. • Kombination av teknik och nostalgi (fysiska medier + digitala upplevelser).
Geopolitik, ekonomi och strukturella faktorer	• Geopolitisk osäkerhet, konsekvenserna av konflikter för turismen. • Koncentrationen av kapital, utländskt ägande och inverkan på äktheten. • Kriser (pandemier, energikriser) och resiliens. • Ekonomiska konjunkturer och kostnadstryck (oljepris, inflation). • Städernas livskraft och identitet (levande centrum, mångsidig turism).

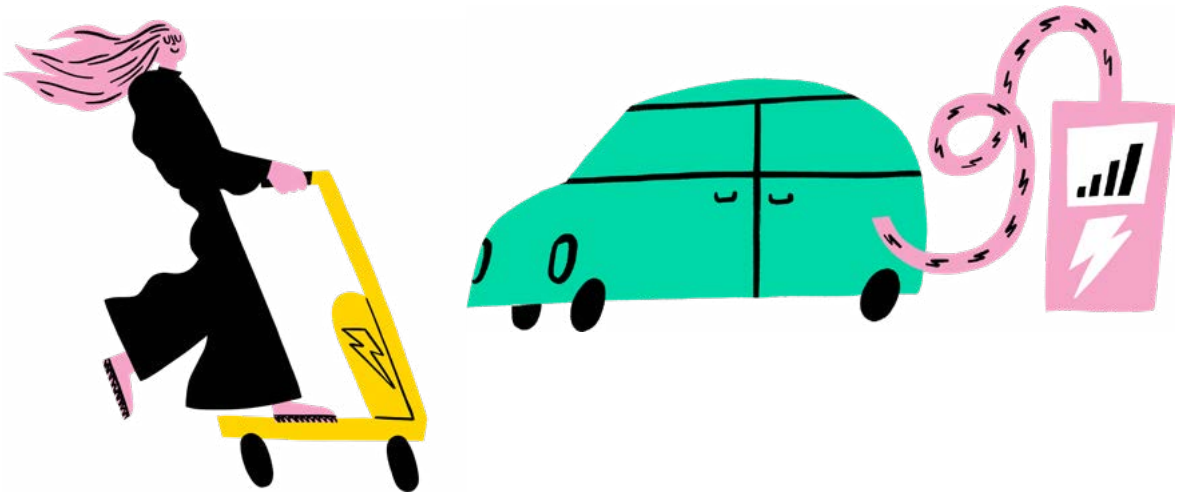


Bild: Ninni West

Trender, svaga signaler och strategiska områden inom turism och evenemang samt prioriterade områden som via delaktighet har lyfts fram ur kategoriserade delområden utifrån resultaten av invånar- och besökarundersökningar

Delaktighet ger

- Åretruntverksamhet, förlängd vistelsetid (både ur tillväxtens och hållbarhetens perspektiv)
- Starkare internationell konkurrenskraft, varumärke och välkändhet (lycka: design, arkitektur, bastu, närheten till havet)
- Storevenemang, möten och kongresser
- Digital köpbarhet och sökbarhet, kunskapsbaserad ledning, AI
- Tillgänglighet, närmarknaden (Europa)

60+ respondenter (26.9.2025 Howspace)
Nätverksmöte 2.10 (150 deltagare i grupper)



Helsingfors

Helsingin kaupunki
Enheten för turism och destinationstjänster
Business Helsinki
Enheten Varumärke och evenemang

hel.fi/matkailuelinkeino
hel.fi/businesshelsinki
hel.fi/tapahtumallisuus

julkaisut.hel.fi