

Helsinki

Onnellisuutta, elämyksiä ja elinvoimaa ympäri vuoden

Helsingin kaupungin matkailun ja tapahtumien
kehitysohjelma 2026–2029



Helsingin kaupungin matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma 2026–2029

Julkaisija: Helsingin kaupunki: kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö, viestintäosasto/brändi ja tapahtumat -yksikkö

Taitto: KMG Turku

Kansikuva: Aleksi Poutanen

Kuvat: Helsingin kaupungin aineistopankki

Kuvitukset: Lille Santanen

Julkaisuvuosi: 2026

Helsingin matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma vuosille 2026–2029 hyväksyttiin Helsingin kaupunginhallituksen elinkeinojaostossa 22.6.2026.

Helsingin kaupungin matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma 2026–2029

Sisällys

Johdanto.....	4
Matkailun ja tapahtumien visio, missio, läpileikkaavat teemat ja tavoitteet vuoteen 2029.....	6
Kehitysohjelman strategiset valinnat	7
Kehitysohjelman mittarit	8
Toimenpidekokonaisuudet	9
Läpileikkaavat teemat	18
Toimeenpano ja resursointi	20
Seuranta ja vaikutusten arviointi	21
Liitteet	22
LIITE 1 Toimintaympäristön nykytila ja tulevaisuuden näkymät	22
LIITE 2 Kehitysohjelman laadinta.....	25
LIITE 4 Kestävän kehityksen tavoitteet (SDG) matkailun ja tapahtumien kehitysohjelmassa	28
LIITE 5 Matkailun ja tapahtumien trendit, heikot signaalit, strategiset nostot ja asukas- ja vierailijakyselyiden tuloksien pohjalta kategorisoidut osa-alueet.....	29

Matkailu ja tapahtumat ovat keskeinen osa Helsingin elinvoimaa ja kansainvälistä vetovoimaa. Matkailukysyntä ja vetovoimaiset tapahtumat saavat aikaan merkittävää liiketoimintaa ja vero- ja vientituloja, tukevat työllisyyttä sekä varmistavat Helsingin kansainvälisen saavutettavuuden myös muille toimialoille. Ne luovat houkuttelevaa ja monipuolista kaupunkia, joka saa sekä kaupunkilaiset että vierailijat liikkeelle. Lisäksi ne vahvistavat kaupungin positiivista mielikuvaa, hyvää elämää ja pitovoimaa ja luovat kohtaamisia, jotka rikastuttavat kaupunkikulttuuria ja mahdollistavat monipuolisia palveluja ja elämyksiä ympäri vuoden, myös kaupunkilaisille. Samalla matkailu ja tapahtumat ovat yhä tiiviimmin sidoksissa laajempiin yhteiskunnallisiin ja ympäristöllisiin muutoksiin, jotka edellyttävät suunnitelmallista, kestävää ja uudistavaa toimintatapaa.

Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma toteuttaa omalta osaltaan kaupunkistrategiaa ja siitä johdettuja Helsingin kaupungin kasvun, osaamisen ja elinvoiman tavoitteita. Kasvun, osaamisen ja elinvoiman tavoitteiden pääajatuksena on käynnistää kasvun kierre, jossa yritysten investointi- ja kasvuhallukkuus lisäävät yrityssektorin työpaikkoja Helsingissä ja vahvistavat helsinkiläisten työllisyyttä. Matkailu- ja tapahtumatoimialoilla on selvää kasvupotentiaalia, joka tuo Helsinkiin uutta työtä sekä veto- että pitovoimaa. Kehitysohjelman tavoitteena on vahvistaa Helsingin asemaa kansainvälisesti houkuttelevana, kestäväenä ja elinvoimaisena matkailu- ja tapahtumakaupunkina, jossa sekä vierailijat että asukkaat viihtyvät. Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma linkittyy Maahanmuuton ja kotoutumisen -kehitysohjelmaan ja Merellinen Helsinki -toimenpideohjelmaan.

Toimintaympäristö murroksessa

Moni matkailun ja tapahtuma-alan trendi on Helsingille suotuisa. (Tunnistettuja kansainvälisiä matkailun ja tapahtuma-alan trendejä LIITE 5). Kasvuskenaarioiden mukaan kansainvälinen matkailu tulee kasvamaan globaalisti ja myös Helsingissä, tulevinakin vuosina. Vaikka matkailu on jo kahtena vuonna peräkkäin

ylittänyt pandemiaa edeltävän tason, on Helsingin hotellien ja muiden palvelutarjoajien taloudellisessa kannattavuudessa edelleen kehitettävää. Samaan aikaan matkailu- ja tapahtumatoimialat toimivat pysyvästi uudessa tilanteessa, missä globaalit taloudelliset suhdannevaihtelut, geopoliittiset jännitteet, erityisesti Venäjän rajan ja ilmatilan sulkujen vaikutukset sekä ilmastokriisi vaikuttavat kysyntään, tarjontaan sekä matkustus- ja kulutuskäyttäytymiseen. Helsingin kansainvälisen tunnettuuden ja houkuttelevuuden kasvattamisessa on myös yhä paljon tehtävää. (Toimintaympäristön tarkempi kuvaus LIITE 1).

Ympärivuotisuus ja viipymän pidentäminen kasvun keskiössä

Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma tarjoaa yhteisen suunnan, tavoitteet, toimenpidekokonaisuudet ja vastuutahot Helsingin matkailun ja tapahtumallisuuden kehittämiseksi vuosille 2026–2029.

Strategiakauden aikana matkailun ja tapahtumien kehittämisessä ja edistämisessä tavoitellaan kannattavuutta, kasvua ja kilpailukykyä Helsingin vahvuuksia korostaen, huomioiden sosiaalinen hyväksyttävyyys ja ympäristöllinen kestävyys. Erityisesti ympärivuotisen matkailun ja tapahtumallisuuden edistäminen on tärkeää, koska se kasvattaa taloudellista vakautta, tukee kestävä kehitystä sekä vähentää sesonkihuippujen kuormitusta. Ympärivuotisuuden vahvistamisen lisäksi tärkeä kehittämisen alue on vierailijoiden viipymän pidentäminen. Pidempi viipymä lisää edelleen matkailun taloudellista vaikuttavuutta, luo kysyntää monipuolisille palveluille ja vähentää suhteellista ympäristökuormitusta, sillä matkailun suurimmat päästöt syntyvät liikkumisesta. Ilmastomuutos ja luontokato määrittävätkin osaltaan matkailun ja tapahtumien tulevaisuuden reunaehdoja. Samaan aikaan haetaan myös aktiivisesti keinoja, joilla matkailu ja tapahtumat voivat tuoda Helsinkiin uudenlaista hyvää, osana uudistavan matkailun toimenpiteitä.¹



Sisukkaasti yhteistyössä ketterästi kokeillen

Onnistuminen matkailun ja tapahtumien ympärivuotisessa kehittämisessä ja viiptymän pidentämisessä edellyttää tiivistä tiedolla johdettua yhteistyötä yritysten, helsinkiläisten, kaupunkikonsernin eri toimijoiden, pääkaupunkiseudun kuntien sekä kansallisten ja kansainvälisten kumppaneiden kanssa. Siksi myös tämä kehitysohjelma on koottu laajassa yhteistyössä sekä sisäisten että ulkoisten sidosryhmien kanssa (Kuvaus kehitysohjelman laadintatyöstä LIITE 2).

Tulevina vuosina matkailun ja tapahtumien kentässä menestyvät ne kaupungit, jotka pystyvät toimimaan ketterästi kokeillen ja sisukkaasti muuttuvassa toimintaympäristössä, tekemään valintoja rajallisten resurssien keskellä ja kokoamaan eri toimijat yhteisen vision ja selkeiden toimenpidekokonaisuuksien

taakse. Kestävyys, tiedolla johtaminen ja digitaalisuuden monipuolinen hyödyntäminen kulkevat läpileikkaavasti mukana kaikessa tekemisessä. Helsingillä on vahvat lähtökohdat vastata tähän muutokseen: tunnettuus yhtenä maailman kestävimpanä matkakohteena ja toimivana kaupunkina, korkeatasoinen tapahtuma- ja palvelutarjonta, matkailuun ja tapahtumallisuuden myönteisesti suhtautuvat kaupunkilaiset sekä kyvykäs ja verkottunut toimijajoukko.

¹ Uudistava matkailu (regenerative tourism) on vastuullisen matkailun seuraava askel, jonka tavoitteena on aktiivisesti elvyttää, parantaa ja rikastuttaa kohdetta, ei vain vähentää haittoja. Se perustuu ajatukseen, että matkailija jättää kohteen parempaan kuntoon kuin se oli ennen vierailua, vahvistaen luonnon monimuotoisuutta ja paikallisyhteisöjen hyvinvointia. [Helsingin_uudistavan_matkailun_toimintasuunnitelma_2025_2027.pdf](#)

Matkailun ja tapahtumien visio, missio, läpileikkaavat teemat ja tavoitteet vuoteen 2029



Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelmassa on asetettu vuoteen 2029 kolme strategista tavoitetta, joista ympärivuotisuuden kasvu ja viipymän pidentäminen ovat pääpainopisteemme. Sen toteutumista tuetaan kansainvälisellä houkuttelevuudella sekä kasvua tukevalla ja toimivalla toimintaympäristöllä ja -tavoilla.

Visio

Matkailu ja tapahtumat tuottavat onnellisuutta, elämyksiä ja elinvoimaa Helsinkiin ympäri vuoden.

Missio

Varmistamme yhteistyössä, että ympärivuotisesti kasvava matkailu ja tapahtumallisuus tekevät Helsingistä paremman paikan luomalla elinvoimaa ja hyvinvointia niin yrityksille kuin asukkaillekin.

Tavoitteenamme on

Vahvaa ympärivuotista kasvua ja viipymän pidentymistä

Vauhdittaa matkailun ja tapahtumien vahvaa ympärivuotista kasvua ja viipymän pidentymistä.

Kansainvälisesti houkutteleva ja onnellinen Helsinki

Kasvattaa kansainvälistä houkuttelevuutta onnellisen Helsingin teemoilla.

Kasvua tukeva ja toimiva matkailu- ja tapahtumakaupunki

Varmistaa, että kaupunki on kasvua tukeva kumppani ja toimivampi matkailu- ja tapahtumakaupunki.



Läpileikkaavia teemoja ovat ketterä ja sisukas yhteistyö, kestävyys, tiedolla johtaminen, digitaalisuus ja tekoäly!



Kehitysohjelman strategiset valinnat

Kehitysohjelman strategiset valinnat määrittävät suunnan Helsingin matkailun ja tapahtumien kehittämiseksi tulevana vuosina. Ne perustuvat toimintaympäristön analyysiin, vahvuuksien tunnistamiseen sekä kestäväns kasvun periaatteisiin. Strategiset valinnat ohjaavat resurssien kohdentamista, yhteistyön rakentamista ja toimenpiteiden priorisointia, jotta matkailu ja tapahtumat kehittyvät kilpailukykyisesti, erottuvasti, uudistavasti ja kaupungin elinvoimaa vahvistaen. Ne sisältävät myös poisvalintoja eli sen, mitä ei tehdä. Strategisia valintoja täsmennetään toimenpidekokonaisuuksissa.

KASVU – Suuntaamme kehittämisen ja edistämisen entistä selkeämmin ympärivuotiseen kasvuun ja viipymän pidentämiseen. Panostamme merkittäviin tapahtumiin, jotka elävöittävät Helsinkiä jokaisena vuodenaikana. Nämä tukevat kestävyttä ja samalla mahdollistavat menestyvää liiketoimintaa, kasvattavat työllisyyttä ja tuovat hyvinvointia koko kaupungille.

TEEMAT – Hyödynnämme laajasti, läpileikkaavasti ja pitkäjänteisesti Helsingin vahvuuksista nousevia teemoja, joiden ympärille synnyttämme kiinnostavaa palvelutarjontaa. Näitä ovat erityisesti arkkitehtuuri, muotoilu, taide ja kulttuuri, sauna, ruokakulttuuri sekä merellisyyys.

KOHDERYHMÄT – Määrittelemme kohderyhmiä entistä vahvemmin motiivipohjaisesti. Tavoittelemme Helsingin vahvuuksista ja teemoista kiinnostuneita vierailijoita vaikuttavalla markkinointiviestinnällä kaupungin ja yritysten yhteistyöllä.

OLOSUHTEET – Kasvun vauhdittamiseksi varmistamme tehokkaasti, että meillä on areenoita ja ulkopahtumapaikkoja suurtapahtumille sekä riittävästi tiloja isoille kongresseille ja yritystapahtumille. Myös alueelliset tapahtumaekosysteemit parantavat veto- ja pitovoimaa sekä tuottavuutta. Priorisoidaan valittujen alueiden tapahtumallisuuden kehitys.

ÄLYKKYYS – Keskitymme tiedolla johtamisessa alustakehityksen ja datahankintojen sijasta olemassa olevan datan vaikuttavaan hyödyntämiseen ja tiedolla johtamiseen muutoksen aikaansaamiseksi. Panostamme vahvemmin digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden kehittämiseen. Tunnistamme tekoälyn keskeiseksi muutosvoimaksi, ja rakennamme sen osaamisesta ja hyödyntämisestä kilpailuetua.

KESTÄVYYS – Saavutettuaamme indekseihin ja sertifikaatein todistetun kärkiaseman kestäväns matkakoh-teenä ja tapahtumakaupunkina, jatkamme edelleen kunnianhimoista kestävyystyötä. Panostamme erityisesti ilmastotyöhön ja inklusiivisuuden kehittämiseen. Otamme samalla askeleita kohti uudistavaa matkailua² ja tapahtumallisuutta kasvattamalla myönteisiä vaikutuksia.

HELSINKILÄISET – Osallistamme kaupunkilaisia (yritykset ja asukkaat) entistä vahvemmin matkailun ja tapahtumien kehittämiseen. Näin varmistamme, että matkailua ja tapahtumia kehitetään yhteiseen suuntaan, sosiaalinen hyväksyttävyys pysyy korkealla tasolla ja helsinkiläiset toimivat kotikaupunkinsa ylpeinä lähettiläinä.

INTEGROINTI – Varmistamme, että matkailu ja tapahtumat ovat keskeisessä osassa Helsingin kaupunki-kehitystä, ja ne huomioidaan luontaisesti erilaisissa kehityshankkeissa ja projekteissa.

EDELITYKSET – Vahvistamme yhteistyön kautta toteutettavalla edunvalvonnalla matkailun ja tapahtumien merkittävyyttä sekä paremmat edellytykset vaikuttavalle alojen kehittämiseksi.

² Uudistava matkailu (regenerative tourism) on vastuullisen matkailun seuraava askel, jonka tavoitteena on aktiivisesti elvyttää, parantaa ja rikastuttaa kohdetta, ei vain vähentää haittoja. Se perustuu ajatukseen, että matkailija jättää kohteen parempaan kuntoon kuin se oli ennen vierailua, vahvistaen luonnon monimuotoisuutta ja paikallisyhteisöjen hyvinvointia. [Helsingin uudistavan matkailun toimintasuunnitelma_2025_2027.pdf](#)

Kehitysohjelman mittarit

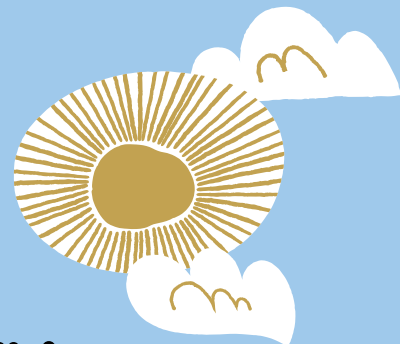
Ohjelman toteutumisen seurantaan on valittu kolmen strategisen tavoitteen toteutumista keskeisesti kuvaavaa mittaria. Myös toimenpiteiden toteutuminen kertoo kehitysohjelman tavoitteiden onnistumista. Lisäksi DataLokki-alustalle kerätyn aineiston perusteella seurataan kymmeniä muita mittareita matkailun ja tapahtumien kehittymisen ja kasvun varmistamiseksi.

Mittari	Lähtöarvo 2025	Tavoite vuoteen 2029
Rekisteröityjen yöpymisten määrä yhteensä	4,9 miljoonaa	6,5 miljoonaa
Kansainvälisten rekisteröityjen yöpymisten määrä (Lähde: Tilastokeskus, majoitustilastot)	2,6 miljoonaa	4 miljoonaa
Matkailijoiden rahankäyttö (välitön) (Lähde: Visitory)	1,5 mrd. €	2,08 mrd. €
Matkailun ympärivuotisuuden kehittyminen, Gini-indeksi (kerroin)* (Lähde Tilastokeskus, majoitustilastot)	0,12	0,11 tai alle
Tapahtumallisuuden ympärivuotisuuden kehittyminen, Gini-indeksi (kerroin)* (Lähde DataLokki, Events)	0,14	0,13 tai alle
Kansainvälisten rekisteröityneiden yöpymisten viipymän pidentyminen, vrk (Lähde: Tilastokeskus, majoitustilastot)	2	2,2 vrk
Tapahtumien määrän kasvu Helsingissä kuukausittain (yli 2 000 hengen tapahtuma) (Lähde DataLokki, Events)	1 003	1 300
Kansainvälisten tieteellisten kongressien delegaattien määrä (Lähde: Helsinki Partners)	68 235	190 000 delegaattia yhteensä 2026–2029
Asukkaiden erittäin positiivinen suhtautuminen matkailuun	69 %	69 %+
Asukkaiden erittäin positiivinen suhtautuminen tapahtumiin (Lähde: Helsingin matkailusäätiö, asukaskysely)	70 %	70 %+
Matkailijoiden tyytyväisyys Helsinkiä kohtaan (Lähde: Helsingin kaupunki, Vierailijakysely)	NPS 58,9	NPS 60+
Tapahtumavieraiden tyytyväisyys Helsinkiä kohtaan (Lähde: Sponsor Insight 24–25)	NPS 79	NPS 80+

* Gini-indeksi (kerroin) mittaa yöpymisten/tapahtumien ympärivuotisuutta ja kausivaihtelua välillä 0–1.
Arvo 0 tarkoittaa tasaista ympärivuotisuutta, kun taas arvo 1 kertoisi yöpymisten keskittymisestä vain yhdelle kuukaudelle.

Toimenpidekokonaisuudet

Kolmen strategisen tavoitteen saavuttamiseksi on määritelty strategisia valintoja täydentävät toimenpidekokonaisuudet. Lisäksi toimenpidekokonaisuudet on purettu konkreettisemmiksi toimenpiteiksi nimetyille päävastuullisille. Toimenpidekokonaisuuksia edistävät niin kaupunkikonsernin eri toimijat kuin yritykset ja muut sidosryhmät.



MATKAILUN JA TAPAHTUMIEN HELSINKI

Onnellisuutta, elämyksiä ja elinvoimaa ympäri vuoden

Vahvaa ympärivuotista kasvua ja viipymän pidentymistä

Haemme yöpymisten kasvua ja viipymän pidentymistä kansainvälisistä vierailijoista.

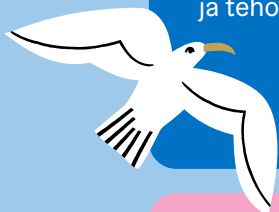
Luomme menestystä yritysten ja kumppaneiden kanssa kehittämällä palvelutarjontaa, kasvattamalla tapahtumallisuutta ja tehostamalla myyntiä.

Varmistamme, että Helsinkiin saapuminen on sujuvaa ja kestävää.

Osallistamme asukkaita entistä tavoitteellisemmin.

Kehitämme Helsingistä parempaa paikkaa asua ja yrittää matkailun ja tapahtumien ansiosta.

Matkailu- ja tapahtuma-alojen merkitys näkyy satsauksina ja kasvu työpaikkoina ja tuloina.



Kansainvälisesti houkutteleva ja onnellinen Helsinki

Panostamme vahvuuksiin, kuten arkkitehtuuriin, muotoiluun, taiteeseen ja kulttuuriin, sauna- ja ruokakulttuuriin sekä merellisyyteen.

Luomme kiinnostusta aidoilla tarinoilla ja monikanavaisella viestinnällä.

Tavoittelemme menestystä kansainvälisissä suur tapahtuma- ja kongressihauissa.

Varmistamme digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden.

Kasvua tukeva ja toimiva matkailu- ja tapahtumakaupunki

Mahdollistamme investointeja ja palveluita, jotka houkuttelevat vierailijoita ja asukkaita.

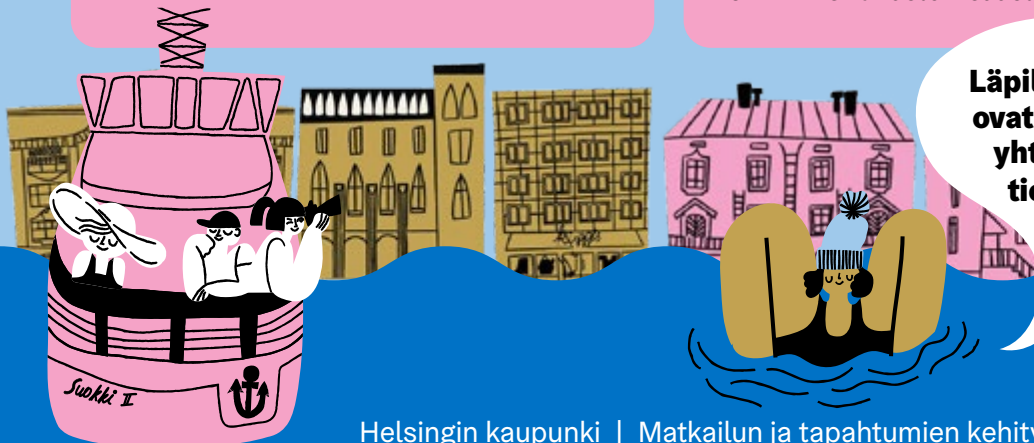
Edistämme tapahtumapaikkojen ja tilojen kehitystä.

Varmistamme, että Helsingissä on helppo liikkua ja tutustua kaupunkiin.

Panostamme yritysten hyvään asiointiin ja siihen, että yhteistyö kaupungin kanssa on sujuvaa ja ennakoitavaa.

Toimimme ilmastoviisaasti.

Läpileikkaavia teemoja ovat ketterä ja sisukas yhteistyö, kestävyys, tiedolla johtaminen, digitaalisuus ja tekoäly!





1. Vauhditamme vahvaa ympärivuotista kasvua ja viipymän pidentymistä

Luomme uutta kiinnostavaa palvelutarjontaa ja tapahtumia

Monipuolinen, Helsingin vahvuuksien pohjalta kehitetty palvelutarjonta ja tapahtumat kiinnostavat ja houkuttelevat niin vierailijoita kuin asukkaita ympärivuoden, sekä innostavat vierailijoita viipymään pidempään. Helsingin strategiaan tavoitteisiin, identiteettiin ja brändiin sopivat yleisö- ja ammatitapahtumat sekä tieteelliset kongressit toimivat ympärivuotisen kasvun moottoreina. Erityisesti paikallisten yritysten kannattavuus ja työllistämismahdollisuudet paranevat. Ketterän ja pilottimaisen yhteistyön kautta on syntynyt uudenlaisia kaupallisia konsepteja, joiden avulla viipymää voidaan pidentää.

Kärkitoimenpiteet:

- Kehitetään yhdessä uutta ja houkuttelevaa ympärivuotista palvelutarjontaa erityisesti onnellisuutta tukevien teemojen ympärille:
 - Muotoilu ja arkkitehtuuri (kehitetään tulevaan Arkkitehtuuri- ja designmuseoon ja Unescon maailmanperintölistalle ehdotettuun Aalto Worksiin liittyviä matkailun tuote- ja palvelukokonaisuuksia, ja hyödynnetään työtä osana muotoilun juhlavuotta 2030).
 - Ruokakulttuuri (esim. nostetaan Helsingin nimikkoruokat, sesonkiherkut ja näihin linkittyvät ruokamatkailuelämykset ja ruokatapahtumat vierailijoita houkutteleviksi kokonaisuuksiksi).
 - Merellisyys (esim. uudet saavutettavat saunakonseptit, rantareitin palvelut, tapahtumat).
- Panostetaan ympärivuotisuuteen kaupungin omien tapahtumien, kuten Silakkamarkkinoiden ja Lux Helsingin, ja niiden kehittämiseen liittyvien toimenpiteiden sekä kehittyvien ja uusien tapahtumien kautta.
- Kasvatetaan ja pidennetään joulusesonkia (Helsinki joulukaupunkina Slushista Luxiin -ajatuksella) ja kausivalaistusta.

Päävastuu: kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut ja yritysten toimintaympäristö, viestintäosasto/brändi ja tapahtumat, Helsinki Partners, Helsingin Tapahtumasäätiö, Helsingin Kaupunkitilat.

Varmistamme sujuvamman ja kestävämmän saavutettavuuden

Helsinki on vierailijoille helposti ja monipuolisesti saavutettavissa, erityisesti suorilla lentoyhteyksillä Euroopasta. Myös laivayhteydet ovat tärkeässä roolissa merellisen Helsingin saavutettavuudessa. Maatapitkin liikkumisen mahdollisuudet on huomioitu osana Helsingin saavutettavuutta.

Kärkitoimenpiteet:

- Tehdään systemaattista ja tavoitteellista yhteistyötä Finavian ja lentoyhtiöiden kanssa uusien suorien Euroopan lentojen saamiseksi ja nykyisten yhteyksien ylläpitämiseksi.
- Kehitetään kestävää laivaliikennettä ja vähennetään laiva- ja lähivesiliikenteen päästöjä yhteistyössä Helsingin Sataman sekä risteily- että linjaliikennetoimijoiden kanssa.
- Varaudutaan ennakoivasti Rail Baltican valmistumiseen ja tavoitellaan Itämeren ylittävän laivaliikenteen integroimista eurooppalaisiin yleislippuihin (esim. Interrail) raiteiden jatkeena.

Päävastuu: kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut, Helsinki Partners, Helsingin Satama.

Osallistamme asukkaita entistä tavoitteellisemmin

Paikalliset yritykset ja kaupunkilaiset osallistuvat entistä vahvemmin matkailun ja tapahtumien kehittämiseen. He toimivat kotikaupunkinsa ylpeinä lähettiläinä. Matkailun ja tapahtumien sosiaalinen hyväksyttävyys on korkealla tasolla.

Kärkitoimenpiteet:

- Pilotoidaan uusia keinoja saada helsinkiläisten mielipiteet ja ideat kuuluviin matkailuun ja tapahtumiin liittyen. Hyödynnetään vahvemmin mm. OmaStadin mahdollisuuksia.
- Pyritään löytämään keinoja sytyttää sekä helsinkiläisten yritysten että asukkaiden ylpeys kotikaupunkiaan kohtaan, ja kannustetaan kertomaan upeasta Helsingistä eri kanavissa ja keinoilla.

Päävastuu: kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut, viestintäosasto/brändi ja tapahtumat, osallisuusyksikkö ja sisällöntuotanto.

Kehitämme Helsingistä parempaa paikkaa, uudistavuus on osa kasvua

Uudistava matkailu³ ja tapahtumallisuus luovat monipuolisesti hyvää koko Helsingille. Helsingin uudistavan matkailun konsepti, palvelutarjonta ja tunnettuus kehittyvät. Laajassa yhteistyössä syntyy uusia vaikuttavia kokonaisuuksia sekä ympäristön että sosiokulttuurisen uudistavuuden näkökulmasta. Tapahtumien kaupunkiin jättämät jälkivaikutukset (legacy) korostuvat entisestään tulevaisuuden tapahtumissa. Vierailijoille on luotu mahdollisuuksia tehdä Helsingistä parempi paikka kuin mitä se oli ennen vierailua.

Kärkitoimenpiteet:

- Kasvatetaan uudistavan matkailun tuotetarjontaa tarjoamalla koulutusta ja työpajoja matkailutoimijoille sekä muille sidosryhmille.
- Sanoitetaan uudistava matkailu kansantajuisesti, jalkautetaan viestit sidosryhmille ja kohdennetaan viestintää vierailijoille.
- Lisätään tapahtumien jälkivaikutuksia (legacy) vahvistavien työkalujen tunnettuutta ja löydettävyyttä kaupunkikonsernin ja tapahtumajärjestäjien keskuudessa.

Päävastuu: kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut, Helsinki Partners, viestintäosasto/brändi ja tapahtumat ja osallisuus.

³ Uudistava matkailu (regenerative tourism) on vastuullisen matkailun seuraava askel, jonka tavoitteena on aktiivisesti elvyttää, parantaa ja rikastuttaa kohdetta, ei vain vähentää haittoja. Se perustuu ajatukseen, että matkailija jättää kohteen parempaan kuntoon kuin se oli ennen vierailua, vahvistaen luonnon monimuotoisuutta ja paikallisyhteisöjen hyvinvointia. [Helsingin uudistavan matkailun toimintasuunnitelma_2025_2027.pdf](#)

Kehitämme työnantaja- ja yritysysteistyötä elinvoimaa tukevilla toimenpiteillä

Matkailu- ja tapahtuma-alojen vetovoima on parantunut. Toimialat työllistävät aiempaa enemmän ympärivuotisesti.

Kärkitoimenpiteet:

- Selvitetään työnantajien ja yritysten osaamistarpeita, ja vastataan osaamistarpeisiin koulutusten ja eri palveluiden keinoin.

Päävastuu: työllisyyspalveluliikelaitos.

Toteutamme vaikuttavaa matkailu ja tapahtuma-alojen edunvalvontaa

Matkailu ja tapahtuma-alojen merkittävyys on tunnustettu ja se näkyy kaupungin ja valtion satsauksina. Samalla huolehditaan siitä, että olemme kilpailukykyisiä niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin. Matkailun ja tapahtumallisuuden johtamiseen, kehittämiseen ja edistämiseen on riittävät resurssit. Matkailu ja tapahtumat nähdään oleellisena osana kaupunkia, ja ne huomioidaan luontaisena osana koko kaupungin kehitystä.

Kärkitoimenpiteet:

- Tuotetaan ja jaetaan jäsenneltyä tietoa ja perusteluja matkailu- ja tapahtuma-alojen merkittävyydestä Helsingin ja Suomen työllisyyteen, tuloihin ja kilpailukykyyn sekä tunnettuuteen, saavutettavuuteen, palvelutarjontaan ja hyvinvointiin. Tuetaan näin toimialojen avainyritysten ja muiden sidosryhmien edunvalvontatyötä.

Päävastuu: kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut, viestintäosasto/brändi ja tapahtumat ja ulkoinen viestintä, strategiaosasto.



2. Kasvatamme kansainvälistä houkuttelevuutta onnellisen Helsingin teemoilla

Panostamme mielikuvan ja tunnettuuden vahvistamiseen yhteisillä teemoilla ja kohderyhmillä

Helsingin brändistä ja identiteetistä nousevat onnellisuuden ja hyvän elämän teemat ovat houkuttelutyön ytimessä. Helsingin vahvuuksia korostavia teemoja ovat arkkitehtuuri, muotoilu, taide ja kulttuuri, sauna, ruokakulttuuri sekä merellisyys. Näiden teemojen ympärillä on yhdessä yritysten kanssa toimien syntynyt uusia ja pidempään viipymään tähtääviä ympärivuotisia palveluja ja konsepteja. Markkinoinnilliset panostukset kohdentuvat näistä teemoista kiinnostuneisiin yleisöihin ympärivuotisesti, inklusiivisuus huomioiden. Helsingin monipuolinen kulttuuritarjonta, -perintö ja -ympäristö on huomioitu. Korostetaan teemoihin liittyvissä sisällöissä Helsingin brändin vetovoimatekijöitä: vapautta, ihmeellisyyttä, omaperäisyyttä, urbaania villiyyttä sekä toimivuutta ja kestävyyttä.

Kärkitoimenpiteet:

- Nostetaan laajasti markkinoinnin ja viestinnän kärjiksi onnellisuuden teemat: arkkitehtuuri, muotoilu, taide ja kulttuuri, sauna, ruokakulttuuri sekä merellisyys.
- Tavoitellaan motiivipohjaisia kohdeyleisöjä monikanavaisen viestinnän keinoin.
- Toteutetaan tapahtumamarkkinointia kumppaniyhteistyön kautta.

Päävastuu: Helsinki Partners, kaupunginkanslian viestintäosasto/brändi ja tapahtumat ja ulkoinen viestintä, sisällöntuotanto, elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut, kulttuurin ja vapaa-ajan toimiala/liikunta ja kulttuuri.

Kasvatamme viipymää taktisilla toimenpiteillä ja yhteisillä viesteillä

Helsingin kansainvälinen mielikuva on kilpailukykyinen ja vahva. Omaleimaisen Helsingin tunnettuus ja houkuttelevuus kasvavat ympärivuotisesti yhtenäisten viestien ja tarinoiden sekä kaupungin ja yritysten yhteisten markkinointi- ja myyntitoimenpiteiden kautta.

Kärkitoimenpiteet:

- Toteutetaan mitattaviin tuloksiin tähtääviä taktisen markkinoinnin toimenpiteitä (viipymän kasvattaminen) digitaalisissa kanavissa yhteistyössä yritysten kanssa.
- Viestitään Helsingistä systemaattisesti matkailukohteena, missä voi viettää aikaa pidempään mm. MyHelsinki 72 h -ohjelmien avulla.

Tavoittelemme menestystä kansainvälisissä suur tapahtuma- ja kongressihauissa

Helsinkiin on haettu kasvuhakuisesti ympärivuoden sijoittuvia, vaikuttavia ja kansainvälisesti merkittäviä suur tapahtumia ja kongresseja sekä yritystapahtumia, jotka tukevat paikallista liiketoimintaa sekä Helsingin kehittymistä urheilun, kulttuurin ja tieteen kaupunkina. Huomioimme työssä myös strategiset kasvualat.

Kärkitoimenpiteet:

- Luodaan suur tapahtumien, kongressien ja yritystapahtumien houkuttelun kasvusuunnitelma ja edistetään siinä tunnistettavia kehittämiskokonaisuuksia.
- Vahvistetaan kansallista ja kansainvälistä yhteistyötä suur tapahtumien ja kongressien houkuttelussa Helsinkiin. Hyödynnetään Helsingin kasvun varmistamisessa kansallista suur tapahtuma- ja bidding -strategiaa.

Päävastuu: kaupunginkanslian viestintäosasto/brändi ja tapahtumat, Helsinki Partners.

Varmistamme digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden

Yritysten, palvelutarjonnan, tapahtumien ja tapahtumatiilojen digitaalinen löydettävyys ja ostettavuus on varmistettu systemaattisen tuotekehitykseen linkitetyn toimintamallin kautta. Ketterä ja kohdennettu digitaalinen markkinointi tuo mitattavia tuloksia. Tekoälyosaamisesta ja tekoälyn monipuolisesta hyödyntämisestä on tullut kilpailuetu.

Kärkitoimenpiteet:

- Kehitetään yritysten, palvelutarjonnan, tapahtumien ja tapahtumatiilojen digitaalisen löydettävyyttä ja ostettavuutta systemaattisen tuotekehitykseen linkitetyn toimintamallin kautta.
- Kootaan tavoitteellinen tekoälyn toimenpidesuunnitelma, joka sisältää tekoälyosaamisen kasvattamisen ja tekoälyn hyödyntämisen erityisesti osaksi tuotekehitystä, myyntiä ja markkinointia huomioiden tekoälylöydettävyyden merkityksen sisällöntuotannossa.

Päävastuu: Helsinki Partners, kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut.



3. Varmistamme, että kaupunki on kasvua tukeva kumppani ja toimivampi matkailu- ja tapahtumakaupunki

Houkuttelemme ja mahdollistamme strategisesti tärkeitä investointeja ja palveluja

Helsinki on hyvä kumppani. Kaupunki on mahdollistanut matkailuun ja tapahtumiin liittyviä ympärivuotiseen toimintaan tähtääviä investointeja ja kehityshankkeita, huomioiden koko Helsingin ja esimerkiksi merellisyyden potentiaalin.

Kärkitoimenpiteet:

- Hyödynnetään aktiivisesti ja suunnitelmallisesti Matkailun ja tapahtumien maankäytöllistä Master Plania 2035 sekä muita erillisselvityksiä maankäytön suunnittelussa ja investointien edistämässä.
- Mahdollistetaan matkailun ja tapahtumallisuuden ympärivuotiseen kasvuun liittyvien uusien aloitteiden toteutumista monipuolisella maapolitiikalla, sujuvalla kaavoituksella ja aktiivisella tonttitarjonnalla.

Päävastuu: kaupunkiympäristön toimiala/maankäyttö ja kaupunkirakenne, palvelut ja luvat, kaupunginkanslian talous- ja suunnitteluosasto/aluerakentaminen, Helsinki Partners.

Kehitämme tapahtumatiloja ja -paikkoja tehokkaasti ja kasvuhakuisesti

Kehitämme Helsingin tapahtumatiloja, ulkotapahtumapaikkoja ja -areenoita kokonaisuutena tehokkaasti ja kasvuhakuisesti, jotta kaupunki voi houkutella ja toteuttaa entistä monipuolisempia ja vaikuttavampia tapahtumia. Varmistamme, että Helsingissä on modernit ja vetovoimaiset areenat suur tapahtumille, riittävästi korkeatasoisia tiloja suurille kongresseille sekä laadukkaita, helposti hyödynnettäviä ulkotapahtumapaikkoja. Näin vahvistamme kaupungin elinvoimaa, kansainvälistä kilpailukykyä ja tapahtumaekosysteemin kasvua.

Kärkitoimenpiteet:

- Kehitetään Helsingin tapahtuma-areenoita ja -tiloja tulevaisuuden tarpeita vastaavaksi. Hyödynnetään aktiivisesti ja suunnitelmallisesti Matkailun ja tapahtumien maankäytöllistä Master Plania 2035, massa- ja suur tapahtumapaikkojen master plania sekä 500–3 000 hengen tapahtumatilojen selvityksiä maankäytön, investointien ja kaupunkisuunnittelussa.
- Varmistetaan Kämpylän liikunta ja -tapahtumapuiston suunnittelun ja toteutuksen eteneminen, strategisesti tärkeiden tapahtuma-areena- ja tilahankkeiden eteneminen, Hanasaaren alueen väliaikaiskäyttö sekä Suvilahden ja Tukutorin alueiden kehittyminen tapahtumapaikkoina.

Päävastuu: kaupunkiympäristön toimialan maankäyttö ja kaupunkirakenne /asukas- ja yrityspalvelut, kaupunginkanslian viestintäosasto/brändi ja tapahtumat, kulttuuri- ja vapaa-ajan toimiala/liikunta, kulttuuri.

Vahvistamme yhteistyötä ja kehitämme kumppanuuksia

Monipuoliset kumppanuudet ja yhdessä tekeminen ovat tuoneet uudenlaisia mahdollisuuksia näkyä ja kuulua oikeille kohdeyleisöille sekä tehostaneet resurssien käyttöä. Kumppanuuksia on kehittynyt erityisesti tapahtumien ja markkinointiyhteistyön ympärille. Vahvat kumppanuudet tukevat osaltaan ympärivuotisuuteen ja viipymän pidentämiseen liittyviä tavoitteita.

Kärkitoimenpiteet:

- Pilotoidaan uudenlaisia kumppanuusmalleja tapahtumien ja markkinointitoimenpiteiden ympärillä. Haetaan vaikuttavuuden kasvua, resurssitehokkuutta, synergiaetuja ja ympärivuotisuutta (esimerkiksi Helsinki Design City -kansainvälinen PR-kampanja).

Päävastuu: kaupunginkanslian viestintäosasto/brändi ja tapahtumat, kaupunkiympäristön toimiala/ palvelut ja luvat, asukas- ja yrityspalvelut, Helsinki Partners.

Panostamme yritysten sujuvaan asiointiin

Matkailu- ja tapahtumatoimialojen yritysten on helppo ja sujuva asioida Helsingin kaupungin kanssa. Kaupungin toimintamallit, palvelut sekä kehittämisen ja toteuttamisen tuki ovat ennakoitavia ja ymmärrettäviä. Tarjolla olevista palveluista ja tuesta on viestitty sidosryhmätavoittavalla tavalla.

Kärkitoimenpiteet:

- Vahvistetaan ymmärrystä matkailu- ja tapahtuma-alojen yritysten asiakaspolun eri vaiheista ja edistetään tiedon pohjalta asiointin sujuvuutta, läpinäkyvyyttä ja tavoitteellisia käsittelyaikoja. Tiedotetaan monikanavaisesti erilaisista kaupungin myöntämistä luvista, tilojen vuokraamisesta sekä yleisten alueiden käytöstä yritystoiminnassa sekä kaupungin tarjoamista yrityspalveluista.

Päävastuu: kaupunkiympäristön toimialan palvelut ja luvat, työllisyyspalveluliikelaitos, kaupunginkanslian elinkeino-osasto/yrityspalvelut.

Varmistamme helpon liikkumisen ja kaupunkiin tutustumisen

Erityisesti tapahtumien aikaan julkinen liikenne (HSL), taksiliikenne ja kevyt liikenne on toimivaa ja sujuvaa. HSL:n lippujen ostaminen on vierailijoille, myös ulkomaisille, helppoa. Matkailubussien pysäköinti on mahdollistettu kaupunkiympäristössä. Kaupungin liikennesuunnittelussa on otettu huomioon matkailuliikenteen tarpeet. Opasteet ovat käytössä matkailijoille ja tapahtumavierailijoille oleellisissa kohteissa. Matkailuneuvonta tarjoaa vierailijoille ajankohtaista ja inspiroivaa tietoa, ammattitaidolla.

Kärkitoimenpiteet:

- Toteutetaan päivitettyä Älykäs kaupunkiopastaminen -hankkeen yleissuunnitelma keskustan opastamisesta ja opastusrekisteriratkaisun opastekokonaisuus siten, että vähintään tärkeimpiin vierailukohteisiin on selkeät opasteet.
- Ohjataan vierailijavirtoja sujuvasti opastein ja myönteisellä otteella pois tietyömailta ja ruuhkapisteistä.
- Varmistetaan, että matkailijoiden ja tapahtumavieraiden on helppoa ja sujuvaa hyödyntää Helsingin julkisen liikenteen palveluja (HSL), takseja sekä kevyttä liikennettä palveluja kehittämällä.

Päävastuu: kaupunkiympäristön toimiala maankäyttö ja kaupunkirakenne/liikenne.

Toimimme ilmastoviisaasti

Yhdessä yritysten kanssa on tehty aktiivista ja vaikuttavaa työtä matkailun ja tapahtumien hiilidioksidipäästöjen pienentämiseksi. Yritysten kehittämistyötä kohti vähähiilisiä toimintamalleja on tuettu, mm. hiilijalanjäljen mittaamisessa, konkreettisissa toimenpiteissä päästöjen vähentämiseksi ja jäännöspäästöjen poistamisessa ilmakehästä pysyvästi. Lisäksi on vahvistettu valmiuksia sopeutua ilmastomuutoksen tuomiin muutoksiin.

Kärkitoimenpiteet:

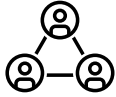
- Tuetaan yrityksiä kohti vähähiilistä toimintamallia mm. kannustamalla hiilijalanjälkilaskentaan ja auttamalla päästövähennystoimissa.
- Tehdään aktiivista ja vaikuttavaa työtä Helsingin matkailun hiilidioksidipäästöjen vähentämiseksi, mm. viipymää pidentämällä, kohdemarkkinoita valitsemalla ja lisäämällä maatapitkin matkustamista.

Päävastuu: kaupunginkanslian elinkeino-osasto/matkailu ja kohdepalvelut, kaupunkiympäristön toimialan/yhteiset palvelut/ilmasto.



Läpileikkaavat teemat

Ohjelman läpileikkaavien teemojen mukaisesti toimimme yhdessä ketterästi kokeillen, sisukkaasti, kestävästi, tiedolla johtaen sekä digitaalisuutta ja tekoälyä monipuolisesti hyödyntäen. Nämä teemat ovat sisällä kaikissa kehitysohjelman toimenpidekokonaisuuksissa ja toimenpiteissä.



Yhteistyössä, ketterästi, kokeillen

Toimiva ekosysteemi on elinehto menestyvälle matkailu- ja tapahtumakaupungille. Helsingin tekijät -verkosto on avainroolissa jatkuvassa, tiiviissä ja proaktiivisessa yhteistyössä. Törmäytämme toimijoita, mahdollistamme ja toteutamme pilotteja ja kokeiluja sekä tuemme uusien konseptien ja innovaatioiden syntymistä. Varmistamme Helsingin tekijät -verkon jäsenten osaamisen kehitysohjelman mukaisissa teemoissa, ja jaamme ajantasaista tietoa.

Kaupunkikonsernin edelleen kehittyvä sisäinen yhteistyö mahdollistaa paljon. Löydämme yhä uusia ja toimivia tapoja edistää matkailun ja tapahtumallisuuden kehittymistä.

Sekä kotimainen että kansainvälinen yhteistyö mahdollistaa uuden oppimisen, parhaiden käytäntöjen jakamisen ja kansainväliset kumppanuudet. Pääkaupunkiseudulla yhteistyötä tehdään matkailun ja tapahtumien vaikuttavuuden mittaamisessa, tavoitteellisessa hankeyhteistyössä ja saavutettavuuden kehittämisessä.

Yhteistyöverkostot ovat laajat ja niihin lukeutuvat muun muassa yritysjäsenistä koostuvat neuvoa-antavat työryhmät, oppilaitokset, Visit Finland, työ- ja elinkeinoministeriö, Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys (Suoma), Tapahtumateollisuus ry, Sport Event Management Finland (SEMF), City Destinations Alliance, Nordic Event Hosts-verkosto, International Congress and Convention Association (ICCA) ja Cruise Baltic. Yhdessä varmistamme myös vaikuttavan edunvalvonnan.



Sisukkaasti

Toimimme pitkäjänteisesti, ratkaisukeskeisesti, määrätietoisesti ja muutoskykyisesti nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössämme. Meillä on kykyä sopeutua, oppia ja palautua sekä tehdä tarvittaessa suunnanmuutoksia ja jatkaa yhdessä eteenpäin.

Jatkamme systemaattista turvallisuustyötä. Huolehdimme, että toimialoina olemme varautuneita ja huomioimme turvallisuuden monipuolisesti vierailun eri vaiheissa. Panostamme kyberturvallisuuden osaamiseen ja varmistamiseen.

Hyvä yhteistyö, yhteishenki ovat osa mukautumiskykyämme. Rakennamme tekemisen kulttuuria ja toteutamme ketteriä kokeiluja, joissa luottamus, avoimuus ja keskinäinen arvostus vahvistavat yhteistyötä. Opimme myös epäonnistumisista. Sisulla toimiminen tarkoittaa meille rohkeutta katsoa eteenpäin ja kohdata haasteet rakentavasti yhdessä.



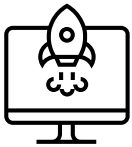


Kestävästi

Kestävyytyötä jatketaan systemaattisesti ja tavoitteellisesti kaupunkikonsernin ja matkailu- ja tapahtuma-alojen toimijoiden yhteistyönä. Kestävyys huomioidaan kaikessa tekemisessä, ja siihen liittyvää osaamista kehitetään jatkuvasti. Ohjelmakaudella panostetaan erityisesti viipymän pidentämiseen ja ilmastotyöhön, uudistavan matkailun ja tapahtumallisuuden kehittämiseen, asukkaiden osallistamiseen ja inklusiivisuuteen.

Olemme yksi maailman johtavista kestävä matkailun kohteista. Kestävyytyössä hyödynnämme ja nostamme esiin relevanteiksi tunnistamiimme työkaluja kuten indeksit, sertifiointit, kestävyysraportoinnit ja kansalliset kestävä matkailun ohjelmat. Helsinki on jo nyt maailman kärjessä yritysten kestävyys-sertifiointien määrässä mitattuna, ja yritysten kestävyystyön tukemista jatketaan.

Seuraamme systemaattisesti sosiaalisen matkailijapaineen kehittymistä. Tartumme toimenpiteisiin, jos indikaattorit osoittavat merkkejä matkailusta koetuista haitoista.



Tiedolla johtaen

Analysoimme ja hyödynnämme olemassa olevia matkailun ja tapahtumien datalähteitä matkailun ja tapahtumallisuuden johtamisessa ja kehittämisessä systemaattisesti ja vaikuttavasti muutoksen aikaansaamiseksi. DataLokki Helsinki Destination Insights -data-alustaa kehitetään käyttäjä- ja tarvelähtöisesti, hyödyntäen jatkuvaa vuoropuhelua elinkeinon ja muiden sidosryhmien kanssa.

Arvoimme datalähteitä säännöllisesti, ja hankimme uutta dataa tarvepohjaisesti. Kokeilemme ja kehitämme keinoja hyödyntää ja jakaa tietoa vaikuttavasti toimialalle, kaupunkikonsernissa ja muille sidosryhmille. Myös elinkeinon jakama tieto on tärkeässä osassa yhteisen ymmärryksen ja suunnan luomisessa. Kansainvälinen markkinointi saavuttaa parhaita mahdollisia tuloksia testauksen, analysoinnin ja optimoinnin kautta tietoa hyödyntäen.



Digitaalisuutta ja tekoälyä monipuolisesti hyödyntäen

Huomioimme digitaalisuuden nopeasti muuttuvat mahdollisuudet kaikessa tekemisessä niin kohteen kehittämisessä, tuotekehityksessä kuin tunnettuuden kasvattamisessa ja houkutte-lussakin. Helsingin vierailijoille suunnatun palvelutarjonnan digitaalinen löydettävyys ja ostettavuus ovat menestymisen elinehtoja. Odotukset digitaalisten kanavien ja varauskanavien sekä tekoälysisäلتöjen suhteen muuttuvat jatkuvasti. Edistämme työtä ketterästi ja kestävästi datan ja tekoälyn hyödyntämisen eettisten periaatteiden mukaisesti. Huolehdimme, että yritykset hyötyvät tekoälyn monipuolisista mahdollisuuksista. Kasvatamme osaamista systemaattisesti ja päivitämme toimenpiteitä proaktiivisesti. Kehitämme yritysten kyvykkyyttä valmennuspolkujen, sparrailun ja vertaisoppimisen keinoin.





Toimeenpano ja resursointi

Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelmaa toteutetaan yhtenä Helsinginä. Kehitysohjelman toteuttamiseen osallistuvat kaupunginkanslia, kaupungin toimialat ja liikelaitokset. Tytär-yhteisöt osallistuvat toteutukseen siltä osin kuin ohjelma liittyy yhteisön toimintaan ja omistaja-strategiaan. Työtä tehdään tiiviisti yhdessä keskeisten sidosryhmien kanssa.

Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelma 2026–2029 toteutetaan vaiheittain, vuosittain määriteltävien toimenpiteiden kautta. Kehitysohjelma määrittää yhteisen suunnan, strategiset valinnat, toimenpidekokonaisuudet, kärkitoimenpiteet ja vastuutahot, kun taas toimenpiteiden yksityiskohdat, vastuuhenkilöt ja aikataulut täsmennetään vuosittain.

Strategian täytäntöönpanopäätöksen mukaisesti Kasvun, osaamisen ja elinvoiman tavoitteet 2026–2029 -ohjelman, ja Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelmaa sen alaohjelmana, toimeenpanoa ohjaavat kaupungin johtoryhmä ja viranhaltijajohto.

Kaupungin toimialat vastaavat Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelman huomioimisesta osana vuosittaisia toiminnan ja talouden suunnitteluprosessejaan. Resursointi tarkentuu vuosittaisessa toiminnan ja talouden suunnittelussa. Kehitysohjelman tavoitteita tulee yhteensovittaa muiden strategian tavoitteiden

kanssa taloudelliset reunaehdot tunnistuen ja pyrkiä mahdollisimman kustannustehokkaaseen toteutukseen. Merkittävää osaa tavoitteista voidaan edistää suuntaamalla toimintaa olemassa olevien resurssien puitteissa, kehittämällä toimintatapoja ja palvelukulttuuria sekä vahvistamalla kaupungin sisäistä yhteistyötä. Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelman toteutusta tuetaan huomioimalla painopisteet toimialojen viestinnässä.

Kehitysohjelman toteutuksessa hyödynnetään:

- Kaupunkikonsernin matkailun ja tapahtumien yhteistyöryhmää ja muita matkailun ja tapahtumien koordinaatioryhmiä.
- Matkailun ja tapahtumien neuvoa-antavia työryhmiä.
- Helsingin tekijät -verkostoa.
- Korkeakouluyhteistyötä.
- Pääkaupunkiseudun, kansallista ja kansainvälistä yhteistyötä.
- Muita olemassa olevia verkostoja, yhteistyöfoorumeita ja hankkeita.
- Ajantasaista tietoa, tutkimuksia ja dataa päätöksenteon tukena.



Seuranta ja vaikutusten arviointi

Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelman edistymisestä raportoidaan osana kaupunki-strategian toteutumisen vuosittaista seuranta- ja strategian puoliväli- ja loppuarvioita.

Seuranta perustuu rajattuun ja tarkoituksenmukaiseen mittaristoon, joka tukee strategisten tavoitteiden arviointia ilman tarpeetonta raportointikuormaa. Mittareiden kehitystä seurataan kuukausittain ja laajemmin kvartaaliraporttien yhteydessä niiltä osin, kun päivittyvää dataa on saatavilla. Raportit julkaistaan ja esitellään muun muassa Helsingin tekijät -verkostolle.

Seuranta- ja ohjausryhminä toimivat Kaupunkikonsernin matkailun ja tapahtumien yhteistyöryhmä sekä Helsingin matkailun ja tapahtumien neuvoo-antavat työryhmät. Tapahtumallisuuden ja tapahtumahakujen kaupungin sisäisenä ylimpänä ohjausryhmänä toimii erillinen suurtapahtumien koordinaatioryhmä. Seuranta sisältää vuosittaisen tilannekatsauksen ja etenemisarvion, joka raportoidaan kaupungin hallituksen elinkeinojaostolle ja esitellään mm. Matkailun ja tapahtumallisuuden vuosiseminaareissa. Mittareista toteutetaan myös KPI Dashboard DataLokki Helsinki Destination Insights -alustalle.

Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelman vaikutuksia on arvioitu taloudellisesta, sosiaalisesta ja ekologisesta näkökulmasta yleisellä tasolla. Kehitysohjelman osalta tärkeimpiä vaikutuksia (negatiivisia tai positiivisia taloudellisia, sosiaalisia tai ekologisia) ovat:

Ohjelma vahvistaa kaupungin elinvoimaa ja tapahtuma- ja matkailutoimialaa, tuoden matkailu- ja verotuloja ja tukien työllisyyttä ja toimijoiden välistä yhteistyötä. Ohjelma lisää toimialan ympärivuotisuutta ja tukee infran ja palveluiden kehitystä. Ohjelma elävöittää kaupunkia lisäämällä palveluja sekä tapahtuma- ja kulttuuritarjontaa ja tukee matkailun ja tapahtumien sosiaalista hyväksyttävyyttä ja asukkaiden osallisuuden tunnetta. Liiallinen ja hallitsematon kasvu voi aiheuttaa paikallista haittaa ja kävijäpainetta. Matkailuun ja tapahtumiin liittyy erityisesti lentämisen aiheuttamia negatiivisia ilmastovaikutuksia sekä luonnon ja kulttuuriympäristöjen kulumista, mutta ohjelma edistää ympäristön ja ilmaston kannalta kestävämpiä toimintatapoja ja negatiivisten ympäristövaikutusten vähentämistä.

LIITE 1 Toimintaympäristön nykytila ja tulevaisuuden näkymät

Toimintaympäristön nykytila

Matkailun ja tapahtumien toimintaympäristö on viime vuosina muuttunut nopeasti ja monella tasolla. Pandemian jälkeinen palautuminen on Helsingissä saavutettu, mutta samanaikaisesti alat toimivat pysyvästi uudessa tilanteessa, missä globaalit epävarmuudet, taloudelliset suhdannevaihtelut, geopoliittiset jännitteet, erityisesti Venäjän tilanne, sekä ilmastokriisi vaikuttavat kysyntään, tarjontaan sekä matkustus- ja kulutusikäytymiseen. Myös vuonna 2025 nousseet arvonlisäverokannat ovat vaikuttaneet matkailun ja tapahtumien kilpailukykyyn. Matkailu ja tapahtumat kytkeytyvät yhä tiiviimmin kaupunkikehitykseen, elinvoimaan, kansainväliseen kilpailukykyyn ja asukkaiden hyvään elämään ja arkeen.

Pääkaupunkina Helsinki on luonnollisesti Suomen suurin matkailukohde monilla mittareilla mitattuna ja avaa mahdollisuudet muun Suomen matkailulle. Helsinki-Vantaan lentoasema on myös johtava solmukohta Euroopan sekä Aasian välillä. Vuonna 2025 matkailijoiden rekisteröityjen yöpymisten määrä Helsingissä kasvoi yhteensä yli 8 prosenttia, kansainväliset yöpymiset yli 17 prosenttia. Vuonna 2024 ohitettiin jo vuoden 2019 ennätysluvut. Muun muassa yli 4,9 miljoonaa yöpymistä, 1,5 miljardin euron suora matkailutulo, 36 prosentin osuus kaikista Suomen kansainvälisistä yöpymisistä ja kolmasosa Suomen kansainvälisistä järjestökongresseista tekevät Helsingistä merkittävän matkailukohteen. Tämän lisäksi Helsingissä vierailee paljon päiväkävijöitä, yli 3 miljoonaa ja matkailijoita, jotka yöpyvät sukulaisten ja ystävien luona sekä vuokara-asunnoissa lyhytaikaisesti. Yhteensä yöpymisiä kertyy eri majoitusvaihtoehtoisissa noin 13,5 miljoonaa.

Kestävyys, vahva kulttuurielämä, uniikit tapahtumat, monipuolinen ruoka- ja ravintolatarjonta, design sekä luonnonläheisyys ja merellisyys ovat Helsingin ykkösvaltteja matkailukohteenä.

Helsingin matkailu on viime vuosina kasvanut ohi pandemiaa edeltävien lukujen, ja kasvua on myös odotettavissa. Samaan aikaan Helsingin hotellikapasiteetti on kasvanut viime vuosina merkittävästi (2019–2025 noin 3 000 huonetta ja 5 000 vuodetta). Hotellien investointisuunnitelmat on tehty ennen pandemiaa, kun Venäjä oli Helsingin päämarkkina ja Finnairin Aasian strategian myötä kaupunkiin saapui paljon aasialaisia matkailijoita Helsinkiin. Vaikka Helsingin matkailun kasvu on ollut hyvää pandemian jälkeen, on Helsingin hotellien ja muiden palvelutarjoajien taloudellisessa kannattavuudessa edelleen kehitettävää. Parhaimpina huippuina muun muassa hotellien kapasiteetti on lähes täydellä käyttöasteella, mutta heikon käyttöasteen aikoja on yhä liikaa. Samoin esimerkiksi hotellien huonehinnat laahaavat suhteessa korkeaan laatuun, ja verrattuna muihin Pohjoismaisiin pääkaupunkeihin. Kuitenkin suuret tapahtumat ja kongressit kasvattavat Helsingin majoitusliikkeiden käyttöasteita ja huonekohtaisia tuottoja merkittävästi.

Tapahtuma-alan liikevaihto oli Suomessa vuonna 2024 tutkijoiden arvioiden mukaan arviolta 3 miljardia euroa. Tilastojen hajanaisuudesta huolimatta yhdenmukainen tilinpäätösaineistoon perustuva tieto antaa johdonmukaisen kuvan alan kasvusta (Helsingin erillislukua ei ole saatavilla). Vaikka kokonaiskuvana vuosi 2024 oli tapahtuma-alalle kasvun vuosi, niin alan kannattavuus on edelleen hyvin heikko (alle prosentin luokkaa).

Helsingissä oli vuoden 2025 aikana arviolta 26 suur tapahtumaa (tapahtumakohtainen kävijämäärä vähintään 10 000 osallistujaa) ja 212 kongressia, joissa delegaattimäärä oli yhteensä 68 235. Tapahtumakävijätutkimusten valossa Helsinki koetaan hyvänä tapahtuma-kaupunkina. Vuosien 2024–2025 tutkittujen tapahtumien (otanta 78 000) mukaan Helsinki sai tapahtumakävijöiden suositteluindeksiksi (NPS-luku) 4,64/5 ja Helsinki koettiin toimivaksi, eläväksi, turvalliseksi sekä urbaaniksi ja avoimeksi kaupungiksi.

Vaikka Helsingin tapahtumapaikkatarjonta on vahvistunut, kaupungin tulee jatkaa sen aktiivista ja tuloksellista kehittämistä sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä. Veikkaus Arenan ja Finlandia-talon uudelleenavaukset vuoden 2025 kuluessa luovat paremmat edellytykset kilpailla kansainvälisistä urheilun ja kulttuurin suur tapahtumista, konserteista, yritystapahtumista ja kongresseista. Monikäyttöisiä tapahtumatiloja ja -areenoita sekä tapahtuma-alueita on kuitenkin edelleen tarvetta kehittää ja lisätä.

Suomen ja Helsingin tunnettuus ovat kasvaneet viime vuosina. Kansainvälisesti verrattuna Helsingin tunnettuus on kuitenkin edelleen suhteellisen heikko. Esimerkiksi Helsingin kansainvälinen brändi jää selvästi jälkeen kansainvälisessä vertailussa Kööpenhaminalle, Tukholmalle ja Oslolle. Sijointus on selkeässä suhteessa kansainvälisen tunnettuuden ja houkutteluun käytettyihin resursseihin. Samaan aikaan monet matkailun trendit osoittavat Suomeen ja Helsinkiin. Helsingin matkailun maailmanluokan saavutukset kestävydessä (Global Destination Sustainability Index 1. sija vuosina 2024 ja 2025 sekä Green Destinations GSTC -sertifiointi) ja Suomen valinta yhdeksännen kerran maailman onnellisemmaksi maaksi sekä sen myötä lanseerattu kansainvälisen markkinoinnin Happy Helsinki -kattoteema ovat lisänneet kiinnostusta Helsinkiä kohtaan. Onnistunut markkinointi näkyy kasvaneissa vierailijamäärissä. Helsingissä on onnistuttu luomaan erinomaista palvelutarjontaa, joka näkyy erinomaisena vierailijakokemuksena (vierailijoiden suositteluhaluus eli NPS on 58,9).

Tulevaisuuden näkymät

Kansainvälisen matkailun arvioidaan kasvavan globaalisti viiden prosentin vuosivauhtia. *Vuoteen 2035 mennessä matkailun arvioidaan tuottavan 11,5 prosenttia maailman brutto-kansantuotteesta ja ylittävän muiden toimialojen kasvuvauhdin.** Kasvu jakautuu kuitenkin epätasaisesti markkinoiden, sesonkien ja kohteiden välillä. Matkailijat etsivät sujuvuutta, helppoutta ja yksilöllisiä ratkaisuja, mutta myös aitoja kohtaamisia, eläviä kaupunginosia ja kokemuksia, jotka linkittyvät paikalliseen kulttuuriin, luontoon, hyvinvointiin ja tapahtumiin. Matkustajaryhmissä kasvavat iäkkäät matkustajat, yksin matkustajat sekä toisaalta suurten perheiden ja useiden sukupolvien yhteiset matkat. Kiinnostus uusia matkakohteita kohtaan on kasvussa ja yhä useampi suunnittelee useiden lyhyiden matkojen sijasta pidempiä matkoja. Tapahtumien rooli ympärivuotisen matkailun veturina vahvistuu. (LIITE 5)

Helsinki on saavuttanut johtavan aseman kestävässä matkakohteena. Ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailuun ovat kuitenkin konkretisoitumassa. Jo nyt ilmaston lämpeneminen vaikuttaa matkailijoiden valintoihin. Etelä-Euroopan helteet tulevat väistämättä vaikuttamaan matkailijavirtoihin, ja Pohjoismaat ovat muutoksen keskiössä. Yhä useampi harkitsee lentämisen mielekkyyttä. Lentäminen on erityisen merkittävässä roolissa Helsingin saavutettavuuden näkökulmasta. Lentämisen hinnat tulevat nousemaan samalla kun EU:n regulaatio lentojen suhteen tiukentuu. Ilmastotavoitteet, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen ja sosiaalinen kestävyys asettavat matkailulle ja tapahtumille selkeitä reuna-ehtoja, mutta myös mahdollisuuksia uudistua. Kestävyyspyrkimykset edellyttävät systemaattista vaikuttavuuden seurantaa sekä rohkeutta kokeilla ja skaalata uusia toimintamalleja, mukaan lukien vähähiilisiä toimintatapoja sekä uudistavia matkailun ja tapahtumallisuuden kokonaisuuksia.

Jatkuvasti kehittyvä teknologia ja datan hyödyntäminen muovaavat koko arvoketjua. Tekoäly, data ja digitaaliset alustat sekä sosiaalinen media vaikuttavat siihen, miten matkailukohteita- ja palveluja ja tapahtumia etsitään, suunnitellaan, varataan ja koetaan. Samalla ne tarjoavat uusia välineitä markkinointiin, myyntiin, matkailijavirtojen ja tapahtumavieraiden hallintaan, päätöksenteon tueksi sekä vaikuttavuuden ja toiminnan tehokkuuden parantamiseen. Kyvykkyys hyödyntää tekoälyä, dataa ja digitaalisia jakelukanavia, alojen yrityksistä kaupunkitasolle, ovat keskeisimpiä kilpailutekijöitä. Kyvykkyyttä ja tahtoa aktiiviselle matkailupalvelujen kansainväliselle B2B-myyntille ei voi myöskään ohittaa.

Kaupungin näkökulmasta matkailu ja tapahtumat kytkeytyvät yhä vahvemmin muihin strategisiin kokonaisuuksiin: keskustan elävöittämiseen, merellisen kaupungin kehittämiseen, kulttuuri- ja luovien alojen vahvistamiseen sekä kansainvälisen houkuttelevuuden rakentamiseen. Yhtä aikaa kaupunkilaisten osallistuminen, kaupunkilaisille syntyvät hyödyt sekä matkailun ja tapahtumien sosiaalisen hyväksyttävyyden merkitys ovat kasvussa. Sosiaalisen kestävyiden kysymykset kuten ruuhkat, tilankäyttö ja arjen sujuvuus vaativat ennakoivaa otetta sekä konkreettisia toimenpiteitä ja yhteistyötä.

Matkailu on monelle kansainväliselle vierailijalle ensimmäinen kosketus Helsinkiin ja voi parhaimmillaan vahvistaa kaupungin vetovoimaa myös työ- ja asuinpaikkana. Tunnistamme matkailun ja maahanmuuton kasvun väliset mahdollisuudet ja rajapinnat. Kaupungin monikulttuurisuus, globaalit verkostot sekä sukulais- ja ystävävierailut lisäävät Helsingin tunnettuutta ja rikastavat osaltaan sen matkailutarjontaa.

Tulevina vuosina matkailun ja tapahtumien kentässä menestyvät ne kaupungit, jotka pystyvät toimimaan ketterästi muuttuvassa toimintaympäristössä, tekemään valintoja rajallisten resurssien keskellä ja kokoamaan eri toimijat yhteisen vision ja selkeiden kehittämissuunnitelmien taakse. Helsingillä on vahvat lähtökohdat vastata tähän muutokseen: tunnettuus yhtenä maailman kestävimpanä matkakohteena ja toimivana kaupunkina, korkeatasoinen tapahtumatarjonta sekä kyvykäs ja verkottunut toimijajoukko.

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

LIITE 2 Kehitysohjelman laadinta

Kehitysohjelman laadinta

Tiedolla johtaen, osallistamalla ja vaikuttavuus edellä

Matkailun ja tapahtumien kehitysohjelmaa on valmisteltu laajassa yhteistyössä sekä sisäisten että ulkoisten sidosryhmien kanssa talven 2025–2026 aikana. Tavoitteiden valmistelua on ohjannut kaupungin johtoryhmä ja virkajohto. Valmistelussa on pyritty huomiomaan aiempi työ sekä liittymäpinnat muihin ohjelmakokonaisuuksiin. Valmisteluun on osallistunut kommentoinnin tai työpajojen kautta laajemmin kaupungin asiantuntijoita ja johtoa.

Kehitysohjelma on rakennettu laaja-alaisella, vaiheittaisella ja osallistavalla prosessilla, jonka tavoitteena on ollut muodostaa yhteinen ja realistinen suunta matkailun ja tapahtumien kehittämiseksi vuosille 2026–2029. Työn lähtökohtana on ollut ajantasainen ja monipuolinen tietopohja sekä laaja sidosryhmien osallistaminen. Näin on varmistettu, että kehitysohjelma vastaa sekä globaalin toimintaympäristön muutoksiin että Helsingin omiin erityispiirteisiin ja tarpeisiin.

Monilähteinen tiedonkeruu ja analyysi

Kehitystyön pohjana on hyödynnetty laajasti kansainvälisiä ja kansallisia matkailu- ja tapahtuma-alan trendiraportteja, ennusteita ja tutkimuksia. Näiden avulla on tunnistettu keskeiset muutostekijät, megatrendit sekä nousevat ilmiöt, jotka vaikuttavat matkailun ja tapahtumien kysyntään, tarjontaan ja toimintamalleihin tulevina vuosina (LIITE 5). Lisäksi on tarkasteltu heikkoja signaaleja ja uusia avauksia, jotka voivat ennakoita pidemmän aikavälin murroksia ja tarjota Helsingille mahdollisuuksia erottautua ja uudistua.

Tietopohjaa on täydennetty analysoimalla matkailuun ja tapahtumiin linkittyviä strategioita ja ohjelmia, mukaan lukien kaupunkistrategia sekä kansalliset ja kansainväliset matkailun ja tapahtumallisuuden kehittämisen linjaukset. Näin on varmistettu, että kehitysohjelma kytkeytyy saumattomasti laajempiin strategisiin tavoitteisiin ja tukee kaupungin kokonaisvaltaista kehitystä. Kertyneen aineiston pohjalta on tehty priorisointia nimenomaan Helsingin näkökulmasta: mitkä teemat ovat kaupungille strategisesti merkittävimpiä, missä Helsingin vahvuudet ovat suurimmat ja millä kehittämis-toimenpiteillä voidaan saavuttaa suurin vaikuttavuus suhteessa käytettävissä oleviin resursseihin.

Laaja ja monikanavainen osallistaminen

Matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksiä ja muita avaintoimijoita on osallistettu sekä digitaalisesti että kasvokkain kehitysohjelman valmisteluun. Online-äänestykset ja kyselyt ovat mahdollistaneet laajan joukon näkemykset kevyellä ja saavutettavalla tavalla, kun taas työpajat ja verkostotilaisuudet ovat tarjonneet syvempää vuorovaikutusta, yhteistä ideointia ja priorisointia. Prosessissa ovat olleet tiiviisti mukana myös VivaCITY-haasteen kautta Place Generationin ja Simple Viewn kansainväliset konsultit, jotka ovat tuoneet kehitysohjelmaprosessiin kansainvälisen näkökulman.

Kaupungin sisällä kehitystyöhön on osallistettu useita kaupunkikonsernin yksiköitä ja toimijoita, jotta matkailun ja tapahtumien kehittäminen kytkeytyisi tiiviisti laajempaan elinkeinopoliitiikkaan, kaupunkikehitykseen, maankäyttöön, liikenteeseen, luonto- ja kaupunkiympäristöön, liikuntaan ja muihin keskeisiin kokonaisuuksiin. Poikkihallinnollinen vuoropuhelu on ollut keskeinen osa prosessia, ja eri yksiköt ovat sitoutuneet yhteisiin tavoitteisiin.

Helsinkiläisten ja vierailijoiden näkemykset osaksi kokonaisuutta

Helsinkiläisten näkemyksiä on koottu sekä asukaskyselyn, työpajojen, että asukastilaisuuden kautta. Näin on saatu arvokasta tietoa matkailun ja tapahtumien koetuista hyödyistä ja haasteista, hyväksyttävyydestä sekä kehittämistoiveista. Kaupunkilaisten näkemykset ovat keskeinen osa matkailun ja tapahtumien sosiaalisen kestävyys-tarkastelua.

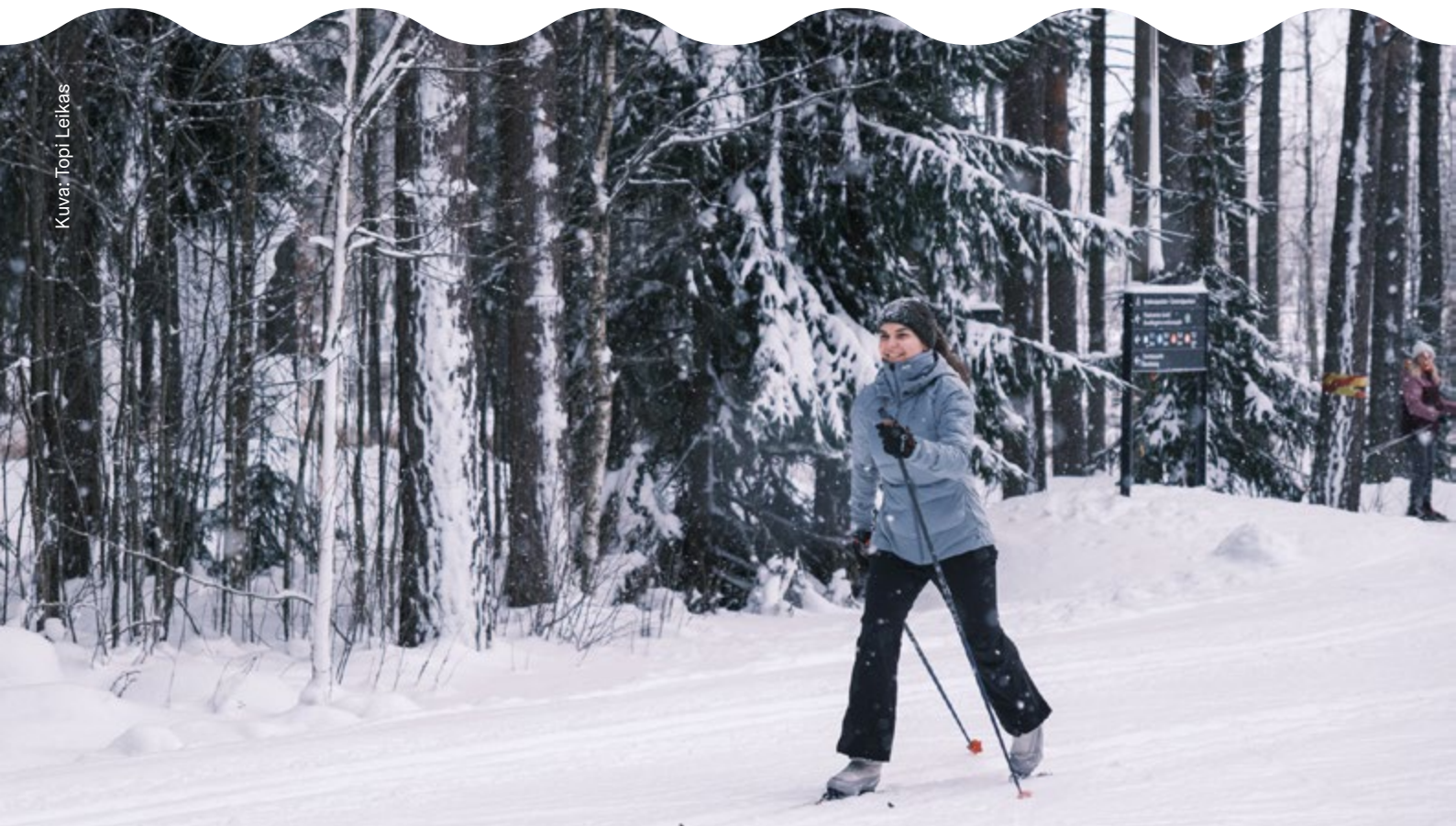
Matkailijoiden ja tapahtumakävijöiden kokemuksia ja odotuksia on puolestaan kartoitettu systemaattisesti toteutettavien vierailijakyselyjen, tapahtumakävijäkyselyjen sekä kansainvälisten kongressien ja yritys-tapahtumien delegaattikyselyjen kautta. Kyselyiden vastaukset ovat tarjonneet syvällistä määrällistä ja laadullista ymmärrystä Helsingin vahvuuksista, kehityskohteista ja kokonais-kokemuksesta. Lisäksi analyysissä on hyödynnetty vertaisarviointikanavien ja digitaalisten alustojen dataa, joka tuo esiin vierailijoiden ja kävijöiden aitoja, spontaanisti jaettuja kokemuksia ja mielikuvia Helsingistä.

Yhteinen näkemys ja priorisoidut kokonaisuudet

Kootun tiedon, analyysin ja osallistamisen pohjalta on muodostettu yhteinen näkemys Helsingin matkailun ja tapahtumien keskeisistä kehittämistarpeista ja -mahdollisuuksista. Kehitysohjelmassa ei ole kirjattuna matkailun ja tapahtumallisuuden jatkuvaa perustekemistä, vaan se priorisoi ne kokonaisuudet, joilla on suurin strateginen vaikuttavuus ja joihin panostetaan erityisesti seuraavien vuosien aikana. Yksityiskohtaisemmat toimenpiteet määritellään osana vuosisuunnittelua yhteistyössä keskeisten toimijoiden kanssa.



Kuva: Topi Leikas



Vaikutusten arviointi

Laajuus 1–5: 1 = hyvin paikallinen, 2 = paikallinen, 3 = laajemmin kaupungin vaikuttava, 4 = kaupunkitasoinen, 5 = seudullinen tai laajempi.
Pysyvyys 1–5: 1 = vaikutus alle 6 kk, 2 = 6 kk – 2 vuotta, 3 = 2–5 vuotta, 4 = 5–10 vuotta, 5 = pysyvä.

Vaikutus	Vaikutusten kuvaus	Laajuus 1–5	Pysyvyys 1–5
Taloudelliset vaikutukset	• Vahvistaa Helsingin elinvoimaa ja matkailu- ja tapahtuma-alan yritystoiminnan edellytyksiä.	5	3
	• Lisää matkailutuloja, verotuloja, työllisyyttä ja investointien houkuttelevuutta.	5	4
	• Tukee ympärivuotisuutta ja vähentää matkailun ja tapahtumallisuuden kausivaihtelua.	5	4
	• Parantaa kaupungin palveluiden ja infrastruktuurin kehittämistä ja käyttöastetta.	4	3
	• Edesauttaa kansainvälistä saavutettavuutta myös muulle liiketoiminnalle.	5	4
	• Geopoliittiset ja maailmanlaajuiset talouden epävarmuustekijät.	5	1
Sosiaaliset vaikutukset	• Elävöittää kaupunkia ja tukee monipuolista palvelu-, tapahtuma- ja kulttuuritarjontaa myös kaupunkilaisille.	4	3
	• Tukee työllisyyttä, osaamisen kehittymistä ja toimijoiden välistä yhteistyötä.	5	4
	• Huomioi matkailun ja tapahtumien sosiaalisen hyväksyttävyyden ja lisää asukkaiden osallisuuden tunnetta.	4	3
	• Liiallinen ja hallitsematon kasvu voi aiheuttaa paikallisille haittaa.	1	1
Ekologiset vaikutukset	• Edistää kestäviä toimintatapoja matkailussa ja tapahtumissa.	5	5
	• Tukee ilmastotavoitteita ja ympäristövaikutusten vähentämistä.	4	3
	• Torjuu alueellista ylikuormitusta.	4	3
	• Uudistavia vaikutuksia mm. Itämerelle.	4	3
	• Lisää lentämisen ilmastovaikutuksia.	5	4
	• Kuluttaa luonto- ja kulttuuriympäristöä.	1	3



LIITE 4 Kestävän kehityksen tavoitteet (SDG) matkailun ja tapahtumien kehitysohjelmassa



Helsinki on sitoutunut YK:n kestävän kehityksen Agenda 2030 -toimintaohjelmaan. Matkailun ja tapahtumien kehitys linkittyy tavalla tai toisella lähes kaikkiin tavoitteisiin.

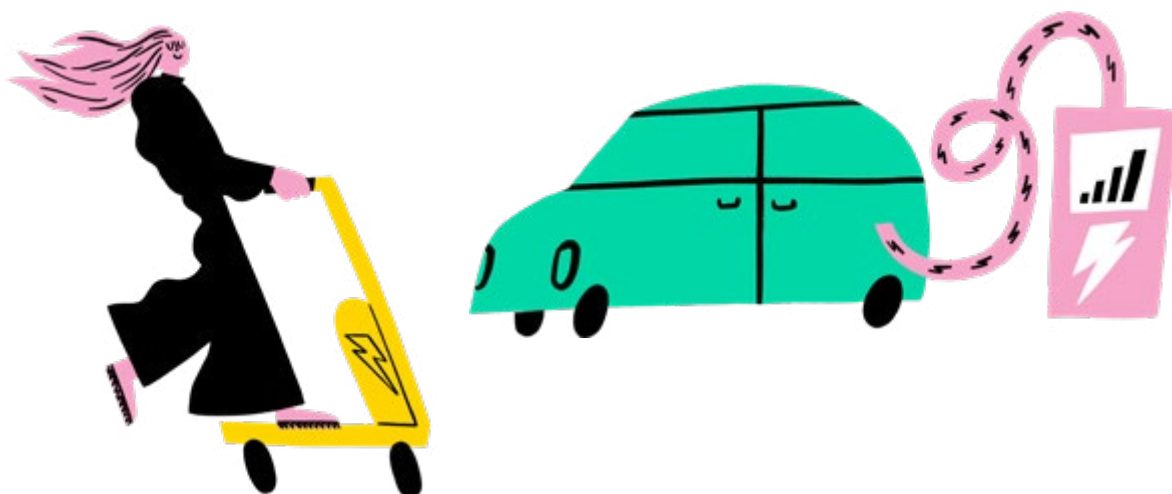
Seuraavan ohjelmakauden konkreettiset SDG-tavoitteiden mukaiset painopisteet:

SDG-tavoite	Toimenpiteet
 SDG 2 Ei nälkää	Uudistavan matkailun sosiologisten uudistavien ratkaisujen kehittämisen kokonaisuus.
 SDG 8 Ihmisarvoista työtä ja talouskasvua	Matkailu- ja tapahtuma-alojen työllisyyden kehittäminen ympärivuotisesti, toimialojen vetovoiman kasvattaminen ja vastuullisten työelämäkäytäntöjen edistäminen.
 SDG 9 Kestävää teollisuutta, innovaatioita ja infrastruktuuri	• Testbed-kokeilut ja ketterä pilotointi. • Saavutettavuuden ja toimivan infrastruktuurin kehittäminen.
 SDG 10 Eriarvoisuuden vähentäminen	Inklusiiviset ja saavutettavat matkailu- ja tapahtumapalvelut.
 SDG 11 Kestävät kaupungit ja yhteisöt	Kestävän ja uudistavan matkailun kokonaisuuksien edistäminen kokonaisuudessaan. Matkailu ja tapahtumat osana ympärivuotisesti elävää ja toimivaa kaupunkia. Helsinkiläisten entistäkin vahvempi osallistaminen ja huomioiminen kehityksessä.
 SDG 12 Vastuullinen kulutus ja tuotanto	Kestävän matkailun ja kestävien tapahtumien kehittäminen.
 SDG 13 Ilmastoteot	• Vähähiilisten ratkaisujen edistäminen. • Maata pitkin liikkumisen edistäminen ja uudet ilmastoratkaisut.
 SDG 14 Vedenalainen elämä	Ympäristön uudistavuuteen kytkeytyvät uudistavan matkailun toimenpiteet.
 SDG 15 Maanpäällinen elämä	Ympäristön uudistavuuteen kytkeytyvät uudistavan matkailun toimenpiteet.
 SDG 17 Yhteistyö ja kumppanuus	Laaja yhteistyö kaupungin, yritysten, verkostojen ja sidosryhmien kanssa, Helsingin tekijät -verkosto tärkeimpänä työkaluna. Kumppanuudet keskeisessä roolissa ratkaisujen kehittämisessä, pilotoinnissa ja skaalaamisessa.



LIITE 5 Matkailun ja tapahtumien trendit, heikot signaalit, strategiset nostot ja asukas- ja vierailijakyselyiden tuloksien pohjalta kategorisoidut osa-alueet

Kategoria	Nostot
Matkailijakäyttämisen ja markkinoiden muutokset	- Vähemmän suositut kohteet, detour destinations, coolcation. - Pitkät viipymät, slow travel, JOMO-trendi. - Perhe- ja sukupolvimatkailu, soolomatkailu, lemmikkimatkailu. - Bleisure, diginomadit, fanimatkailu (konsertit, urheilutapahtumat). - Autenttisuus, paikallisuus, ruoka & juoma matkailun synnä
Kestävyys, vastuullisuus ja uudistava matkailu	- Ilmastonmuutoksen vaikutukset: matkustaminen viileämpiin kohteisiin, ääri-ilmiöt. - Lennomaton matkailu, junat, maata pitkin -vaihtoehdot. - Regeneratiivinen matkailu. - Saavutettavuus ja inklusiivisuus (neuroepätyypillisyyss, esteettömyys, ikääkkäät matkailijat).
Tapahtumien ja elämysten rooli	- Suurten tapahtumien vetovoima (konsertti + lomapaketti). - Hybridi- ja virtuaalitapahtumat, 5G, VR/AR kokemukset. - Osallistaminen, pelillisyyss, tarinallistaminen. - ROI ja datavetoisuus tapahtumissa. - E-urheilu ja uudet kulttuuri-/henkiset festivaalit.
Digitalisaatio ja teknologinen murros	- Tekoäly matkojen suunnittelussa, varaamisessa ja tapahtumahallinnassa. - Chatbotit, personointi, datapohjainen päätöksenteko. - Blockchain lipuissa ja henkilötiedoissa. - Sosiaalisen median (TikTok, vaikuttajat) vaikutus kohdevalintoihin. - Teknologian ja nostalgian yhdistäminen (fyysinen media + digikokemukset).
Geopolitiikka, talous ja rakenteelliset tekijät	- Geopoliittinen epävarmuus, konfliktien vaikutukset matkailuun. - Pääoman keskittyminen, ulkomainen omistus ja vaikutukset aitouteen. - Kriisit (pandemiat, energiakriisit) ja resilienssi. - Talouden suhdanteet ja kustannuspaineet (öljyn hinta, inflaatio). - Kaupunkien elinvoima ja identiteetti (elävä keskusta, monimuotoinen turismi).



Matkailun ja tapahtumien trendit, heikot signaalit, strategiset nostot ja asukaskyselyn, sekä vierailijakyselyiden tuloksien pohjalta kategorisoidut nostoista osallistamisen kautta priorisoidut nostot

Osallistamisesta nousee

- Ympärivuotisuus, viipymän pidentäminen (sekä kasvun että kestävyiden näkökulmasta)
- Kansainvälisen kilpailukyvyn, brändin ja tunnettuuden vahvistaminen (onnellisuus: design, arkkitehtuuri, sauna, merellisyys)
- Suurtapahtumat, kokoukset ja kongressit
- Digitaalinen ostettavuus ja löydettävyys, tiedolla johtaminen, tekoäly
- Saavutettavuus, lähimarkkinat (Eurooppa)

60+ vastaajaa (26.9.2025 Howspace)

Verkostotilaisuus 2.10 (150 osallistujaa ryhmissä)





Helsinki

Helsingin kaupunki
Matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö
Business Helsinki
Brändi ja tapahtumat -yksikkö

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

julkaisut.hel.fi