

## Kouvolan seudun matkailun visio, master planin päivittäminen ja investoinnit osana strategiaa



# Työpajan 7.9. ryhmätyöt – ”Ihmeen hieno Kouvola 2025+”

Maltillinen muutos	Selkeä hyppäys +++	Superloikka (tulikin maltillinen)	Villi kortti ++
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parempaa kuuluu: vireillä olevat investoinnit toteutuneet</li> <li>• Näkyvyys niiden kautta parempi</li> <li>• Ympäri muodostunut palveluliiketoimintaa ja palvelukokonaisuuksia - &gt; sujuvuus</li> <li>• Matkailuyritysten määrä tuplaantunut</li> <li>• Matkailutulo kolminkertaistunut</li> <li>• Yhteinen brändi, esim. Kymijoki = muodostaa yhteistyöverkoston</li> <li>• <b>Keskeisten kohteiden saavutettavuus</b></li> <li>• Yksityiset investoinnit Repoveden matkailukylään tms.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kouvola on ilmiö</li> <li>• Laaja tarjonta, asiakaslähtöiset, ylihyvät tuotteet</li> <li>• Hybridituotteet, kaikkea kaikille + yrittäjillä monipuoliset tuotteet</li> <li>• <b>Ennennäkemätön diginäkyvyys</b></li> <li>• <b>Suurtapahtumat, kansainväliset</b> (kulttuuri, urheilu ym.) – fasilitetit kunnossa</li> <li>• <b>Jumalaton majoituspotentiaali</b> - 800 mökkiä saatavissa majoituskäyttöön, pienillä investoinneilla luksukseksi -&gt; 14 MEUR vuodessa</li> <li>• Itsetunto kasvanut, sarkasmin MM-kisat, kouvolaalaiset voittavat (”tuskin”)</li> <li>• Infra kunnossa</li> <li>• Monipuoliset paketit</li> <li>• Joustavat aukioloajat</li> <li>• <b>Avainsana: helppous</b> (rahoista helposti eroon)</li> <li>• Kielitaito kunnossa</li> <li>• 2025 G27-kokous Kouvolaissa</li> <li>• Väestönkasvu Kouvolaissa jatkuu</li> <li>• Autotehtaita toiminnassa/nousemassa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusasiat kunnossa (<b>kestävyys, ekologisuus, asiakkaiden osallistaminen</b>)</li> <li>• Viranomaiset toiminnassa mukana + yrityksille palveluja – on jo</li> <li>• Hienoja kohteita – on jo</li> <li>• Teollisuushistorian hyödyntäminen parhaalla mahdollisella tavalla</li> <li>• Toimiva julkinen liikenne</li> <li>• Suomen positiivisin kaupunki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pois tuotteista (kotiinpäinveto), ylätasolla</li> <li>• Yhteisöllisyys</li> <li>• <b>Kristallipallo-apps, jonka kautta voi valita sisällöt</b></li> <li>• ”Kouvola on Etelä-Suomen Eden”, elämänlaatu, hienous, luonto</li> <li>• On päästävä helposti, ”kaikki tiet vievät Edeniin”</li> <li>• <b>Kotimaa-kansainvälinen, eriävät + eri ikäryhmät (pirstaloituneet markkinat)</b></li> <li>• Koko Suomen kesäsiirtola (isot ikäluokat, lapsuuden kesäkokemukset laadukkaammin, nykyajan tai sen ajan palvelut)</li> <li>• Konttikylä (&lt;-logistiikkakaupunki), ”linnoja”</li> <li>• Koko kansan syvä ”memory lane”, sota-ajasta teollisuuden kautta arkkitehtuuriin, ”retropäissämme”, palastelu tarjolle</li> <li>- Kouvola personoitu lifestyle trainer</li> <li>• Erikoistalousalue</li> </ul>
<p>LÖÖPPI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kouvola löydettiin</li> <li>▪ Matkailijoiden määrä tuplaantunut kolmatta vuotta peräkkäin</li> <li>▪ Yhteistyöstä tullut kärkituote</li> </ul>	<p>LÖÖPPI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suomen paras mökkikaupunki ja asuinpaikka</li> <li>▪ MotoGP veti 150 000 kävijää</li> <li>▪ Kouvolaan värisuora, KPL-KOUVOT-Kookoo</li> </ul>	<p>LÖÖPPI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Matkailutulot x5</li> <li>▪ Suomen paras huippukonsepti yritysten yhteisestä paketoinnista</li> <li>▪ Paras big datan ja digitaalisen markkinoinnin hyödyntäminen</li> </ul>	<p>LÖÖPPI (”valitettavan mieta”)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Repoveden kansallispuisto Euroopan ykkönen (muitakin)</li> <li>▪ KymiRing valittiin Euroopn parhaaksi moottoriurheilukeskukseksi</li> <li>▪ F1-kisat Suomeen</li> </ul>

# Lähtökohtina trendit, tarpeet ja valinnat

## KOHDE-MARKKINOIDEN VALINTA

- Ilmastonmuutos
- Kaupungistuminen
- Väestön ikääntyminen
- Talouden painopiste itään

## VARAUTUMINEN, PERUSASIAT

- Kestävä kehitys
- Digitalisaatio
- Jakamistalous
- Pop up -kulttuuri
- Erikoismajoitus
- Liikkuminen palveluna

## VIESTI SEUDUN TOIMIJOILTA

- Saavutettavuus (sisäinen ja ulkoinen, fyysinen ja henkinen)
- Helppous
- Imago
- Yhteistyö
- Veturijattelu
- Kokonaisuuksien paketointi
- Ennakointi – aallon harjalla

## VISIT KOUVOLAN STRATEGISET VALINNAT

- Positiivisen Kouvola-mielikuvan kasvattaminen
- Matkailuinvestointien edistäminen
- Teemapohjaisen matkailun kehittäminen (luontomatkailu, kokous- ja tapahtumamatkailu, kulttuurimatkailu)

## MATKAILIJOIDEN ODOTUKSIIN VASTAAMINEN

- Elämykset
- Turvalliset seikkailut
- Kulttuuri, paikallisuus, aitous
- Luonto ja hyvinvointi
- Luxury without guilt

## VISIT KOUVOLAN TAVOITTEENA KASVATTA

- Matkailijoiden kävijämäärää
- Viipymää alueella
- Matkailutuloa

Kasvuprosentti samaa tasoa tai parempaa kuin valituilla vertailualueilla.

## VALINNANVARA MATKAILIJOLLE

- Pirstaloituvat markkinat
- Silmäiltävät sisällöt ja snacking
- Yhteisöt, ryhmät, 3G (3 sukupolven matkat)
- Uudet sukupolvet



Jos kaikki menisi lyömättömän hyvin ja Kouvola olisi  
IHMEEN HIENO MATKAILUKOHDE 2025...  
millainen se olisi?



Soveltaen: Jim Collins: Good to Great, Hedgehog Concept

# Kouvolan seudun matkailun visio 2025

a)  
**HUIKEAN HIENO  
MATKAILUKOHDE.**

b)  
**HUIKEA JA IHMEEN  
HIENO.**

c)  
**IHMEEN HIENO JA  
HUIKEA.**

KRIITTISET  
MENESTYS-  
TEKIJÄT

Mikä olisi  
mielestänne  
paras – a, b  
vai c?

**H**elppo

**U**udenlainen

**I**kimuistettava

**K**estävä

**E**lämyksellinen

**A**voin

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Helppo

- Kouvolan seudulle on helppo löytää, tulla, liikkua, olla ja palata
- ”Digihelppo” - digitaalisuus on mukana läpileikkaavasti
- Helppo toimintaympäristö matkailijalle ja matkailuyrittäjälle (kaavoitus, luvat, muu tuki)
- Matkailua palveleva julkinen liikenne, innovatiiviset liikenne- ja liikkumispalvelut
- Reitistöt ja opastus tukevat matkailua

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Uudenlainen

- Trendien ja ilmiöiden ennakointi, tiedon jakaminen ja soveltaminen tuotekehityksessä
- Kokeilukulttuuri vallalla
- Jakamistalouden ja pop up –kulttuurin ilmiöt hallussa

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Ikimuistettava

- Palvelulupaus
- Erottavat ja erikoiset tapahtumat
- Historia on tuotteistettu tunteella
- Pienet teot ja kohtaamiset synnyttävät muistijälkiä
- ”Kouvola-extra” - hauskat ja mieleenpainuvat lisät tuotteisiin, palveluihin



# Merkitys meille ja matkailijoille

## Kestävä

### Vai kansainvälinen?

- Kansainvälinen sisällöllisesti, kansainvälinen markkinoinnissa
- Kansainvälisesti kiinnostavat kohteet esillä
- Osaaminen – kielet ja kulttuuri

- Ympäristö, liiketoiminta, paikalliset ihmiset ja kulttuuri
- Kansainvälisyys on edellytys merkittävälle kasvulle
- Taloudellinen kestävyys ja ammattimainen yrittäjäyys
- Ympäri vuotisuus

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Elämyksellinen

- Hybridituotteet: luonto, kulttuuri, historia, tapahtumat, viihde, urheiluviihde
- Hyvä palvelu ja huolenpito on elämys
- Pienet kookuttimet täydentävät

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Avoim

- Avoin ja kuunteleva asenne
- Rohkeus ja riskinotto
- Positiivinen Kouvola-imago
- Yrittäjien keskinäinen yhteistyö
- Alue- ja toimialarajat ylittävä yhteistyö
- Joustavat aukioloajat
- ”Paikalliset ihmiset ja kohteet avaavat ovensa”
- Tekemistä ja kokemista ympäri vuoden
- Globaalit markkinat sopiville asiakassegmenteille

Visit Finland-yhteistyö:  
Siirtyminen Archipelagosta  
Lakelandiin

# Merkitys meille ja matkailijoille

## HIENO

- Kohteet ja palvelut ovat löydettävissä ja ostettavissa verkosta
  - Matkailija luo/paketoii silmäiltävistä sisällöistä ja kiinnostavista teemoista itselleen ihmeen hienon Kouvolan
- > Monipuolisuus on vahvuus!

# Teemat ja kärkikohteet

LUONTO-  
MATKAILU

KULTTUURI-  
MATKAILU

KOKOUS- JA  
TAPAHTUMA-  
MATKAILU

## KÄRKIKOhteet

- Vahvat veturit
  - Mustila Arboretum
  - Repovesi
  - Tykkimäki
  - Verla
- Erityiskohteet
  - Kymi Ring
  - Matkakeskus
  - Kimolan kanava
- Vahvistuvat kohteet
  - Nousevat kärjet kulttuurin, viihteen ja urheilun aloilta

- Kansainvälisen markkinoinnin veturit.
- Hyödynnetään veturivaikutusta, tuetaan saavutettavuutta.

Aamukahveilla 3.11. esitettiin tähän myös Kymijokea

# Mitä matkailuinvestoinnit ovat?

Investointistrategian laaja-alainen näkökulma:

1) Ulkomaiset ja kotimaiset suorat investoinnit matkailukohteisiin

- hotellit ja muut majoitusliikkeet, ravitsemusliikkeet, muut matkailukohteet

2) Yksityiset investoinnit yritystoimintaan

- uudet yritykset (start-upit)
- ulkopuoliset investoinnit olemassa oleviin yrityksiin
- uudet kumppanuudet, yritysjärjestelyt

3) Seudun yritysten investoinnit uusiin liiketoimintoihin tai tuotteisiin, nykyisten tuotteiden ja palvelujen kehittäminen ja laajentaminen

4) Julkiset investoinnit rakenteisiin (kaupunki ja julkinen sektori mahdollistajana)

- infra ja saavutettavuus: liikenne, opastus, monikäyttöiset julkiset tilat, reitistöt jne.
- tukipalvelut ja rahoitus seudun yrityksille

Työkaluna  
Kymenlaakson  
matkailu-  
investointien  
edistämisen  
toimintamalli