

TAPAHTUMAKAUPUNKI HÄMEENLINNA

Kaupungissa tapahtuu paljon

- pieniä kansalaislähtöisiä paikalliskulttuuria ja identiteettiä vahvistavia tapahtumia
- ammattimaisesti tuotettuja tapahtumia erilaisille ja kokoisille yleisöille
- suurtapahtumia

Pienet tapahtumat luovat poretta ja mielikuvaa kiinnostavasta kaupungista, kun taas isoilla tapahtumilla tavoitellaan laajempaa näkyvyyttä, isompia yleisöjä ja huomattaviakin taloudellisia vaikutuksia. Tapahtumat edistävät sekä hyvinvointia että kaupungin elinvoimaisuutta-

Kaupunkilaisten osallisuudesta ja aktiivisuudesta syntyvä kaupunkikulttuuri tuottaa uusia tapahtumia ja kiinnostavia ilmiöitä. Kaupungin rooli päätöksenteossa ja valmistelussa on mahdollistaja. Mahdollistava kaupunki yhdessä aktiivisten kansalaisten kanssa vahvistaa kaupungin omaleimaista identiteettiä, yhteisöllisyyttä, vetovoimaa ja asukkaiden suhdetta kotikaupunkiinsa. Pienet tapahtumat ovat merkityksellisiä omille kohdeyleisöilleen, mutta niillä on usein potentiaalia kasvaa myös isommiksi.

Ammattimaisesti tuotettuja tapahtumia on säännöllisesti. Niiden koko vaihtelee muutamista sadoista useisiin tuhansiin osallistujiin, ja ne on suunnattu joko yleisöille tai erikseen määritellylle kohderyhmälle. Klubeja, konsertteja, kokouksia sekä yritys- ja urheilutapahtumia. Niiden vetovoima kohdistuu myös kaupungin ulkopuolelle. Yleisötapahtumissa vähintäänkin koko talousalueelle ja kokouksissa sekä yritystapahtumissa valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Tapahtumakävijät lisäävät matkailu- ja ravitsemuspalveluiden kysyntää ja synnyttävät merkittäviä kerrannaisvaikutuksia.

Suuria megatapahtumia on harvemmin. Kaupungit käyvät niistä keskinäistä kilpailua, sillä suurtapahtumien talous- ja imagovaikutukset ovat erittäin suuret. Niiden saaminen edellyttää ennen kaikkea hyviä toimintaedellytyksiä: isoja tapahtumapaikkoja, sujuvia järjestelyjä, hyviä kulkuyhteyksiä ja riittäviä oheispalveluita yleisöilleen, toisinaan myös suoraa rahallista panostusta. Lopullinen päätös tapahtumapaikasta on kiinni monesta tekijästä. Kansainvälisten tähtiartistien konserttipaikat ratkaisee viime kädessä globaali markkinatilanne, mutta kaupungilla pitää olla valmius osoittaa vahvaa sitoutumista ja sujuvaa yhteistoimintaa, kun päätöstä tehdään. Vuosittain järjestettävien ja eri kaupungeissa kiertävien suurtapahtumien saaminen edellyttää aktiivista etsimistä. Tyypillisesti kysymyksessä on liikunta- tai urheilutapahtuma tai kaupallinen näyttely. Yritysmäinen palvelukulttuuri edesauttaa tapahtumien saamista kaupunkien välisessä kilpailutilanteessa.

Kiinnostavassa tapahtumakaupungissa yleisöllä on vara valita. Jokainen löytää tarjonnasta tapahtumia, jotka kiinnostavat huomiota, tapahtumia, jotka herättävät mielenkiintoa ja tapahtumia, joihin päätetään osallistua. Valinnan sisällön merkityksestä ja kiinnostavuudesta tekee yleisö. Kaupungin tärkein tehtävä on mahdollistaminen. Se varmistetaan sujuvalla ja hyvin organisoidulla poikkihallinnollisella yhteistyöllä ja tiedonvaihdoilla sekä riittäväillä resursseilla.

TAVOITTEET

1. Tapahtumien toimintaedellytykset paranevat

Tapahtumat edellyttävät kaupungilta ennen kaikkea mahdollistamista: sujuvia prosesseja, ennakkoluulotonta suhtautumista kaupunkitilan käyttöön sekä taloudellista tukea silloin, kun se on

perusteltua. Kaupungilla on myös keskeinen rooli nostaa erilaisia tapahtumia omaan viestintäänsä sekä kaupunkilaisille että matkailijoille. Toimintaedellytyksien parantaminen vaikuttaa koko tapahtumien kenttään. Se lisää sekä ruohonjuuritason aktivismia että ammattimaisen tapahtumatuotannon kiinnostusta operoida Hämeenlinnassa.

2. Tapahtumatarjonta ja tapahtumien järjestäjien määrä kasvaa

Mitä useampi erilainen viiteryhmä löytää tarjonnasta itseään kiinnostavia tapahtumia, sitä kiinnostavampi on tapahtumakaupungin kokonaiskuva. Kasvua pitää tavoitella myös tapahtumien sesonkiaikojen ulkopuolella sekä pitäjissä. Pienempien tapahtumien runsaus vahvistaa mielikuvaa aktiivisesta tapahtumakaupungista, mikä lisää ammattimaisten ja suurttapahtumien järjestäjien mielenkiintoa kaupunkia kohtaan.

Tämä edellyttää uusien tapahtumien syntymistä ja tapahtumien järjestäjien määrän kasvua. Uuden mahdollistaminen ei kuitenkaan saa viedä huomioita jo olemassa olevilta tapahtumilta ja niiden järjestäjiltä. Kaupungissa on useita toimijoita ja tapahtumia, joilla on oma yleisönsä ja vähintäänkin paikalliskulttuurinen merkitys.

3. Tunnistetaan tapahtumat ja ilmiöt, joilla on kasvupotentiaalia

Nykyiset avustukset eivät pysty reagoimaan yleisön osoittamaan kasvupotentiaaliin. Tapahtuman mittakaavan kasvattaminen on tapahtuman järjestäjälle huomattavan suuri riski. Kaupungin tapahtumille osoittaman taloudellisen ja muun tuen pitäisi pystyä reagoimaan oikea-aikaisen ja suunnitelmallisen kasvuaskeleen ottamiseen.

4. Tapahtumat vahvistavat Hämeenlinna omaleimaista ja tunnistettavaa identiteettiä

Tapahtumien mahdollistaminen avaa väylän rakentaa ja uudistaa Hämeenlinnaa sekä luoda itsensä näköistä kaupunkia. Kansalaislähtöinen toiminta synnyttää autenttisuutta, ammattimainen tapahtumatuotanto laajempaa näkyvyyttä ja matkailuvaikutuksia.

5. Kehitetään B-to-B-tapahtumien myyntiä

B-to-B-tapahtumat ovat erilaisten organisaatioiden omille kohderyhmilleen järjestämiä tapahtumia. Yritystapahtumia, järjestökokouksia, seminaareja ja kongresseja. Toisin kuin yleisötapahtumat, B-to-B-tapahtumat eivät synny pelkällä mahdollistamisella, vaan vaativat aktiivista myyntityötä, potentiaalisten asiakkaiden etsimistä ja vahvaa verkostoitumista.

B-to-B-tapahtumat edellyttävät myös muita palveluita, kuten majoituksia, kuljetuksia ja oheisohjelmaa. Menestyminen edellyttää, että kaupungista löytyy taho, joka pystyy koordinoitusti tarjoamaan palvelukokonaisuuksia

TOIMENPITEET

1. Taloudellisen tuen kasvattaminen ja selkiyttäminen

Tällä hetkellä kaupunki myöntää tapahtumille tukea kahdella eri menettelyllä. Kokeellisen toiminnan minipilottiaavustuksina, joiden suuruus on enintään 500 euroa ja avustusten kokonaissumma 10.000 euroa sekä markkinointiyhteistyösopimuksilla, yhteisarvoltaan 120 500 euroa, joista tapahtumiin noin 60 000 euroa. Markkinointiyhteistyösopimukset valmistele kaupunkin viestintä yhteistyössä Linnan kehitys Oy:n kanssa kaupunginjohtajan päätettäväksi. Yksittäisten sopimusten arvo vaihtelee

muutamasta tuhannesta 15 000:een. Yhteensä kaupunki käyttää talousarviostaan tapahtumien edistämiseen noin 70.000 euroa vuodessa.

Joitain tapahtumia on tuettu myös erikseen Kaupunginhallituksen päätöksellä. Nämä ovat tyypillisesti olleet kongresseja tai urheilutapahtumia.

Tapahtumien rahallisen tuen tavoite on 200.000 euroa vuodessa. Kaikki tukipäätökset tekee Hämeenlinnan kaupunki yhdessä Linnan Kehitys Oy:n kanssa. Tapahtumien avustamisessa arvioidaan tapahtuman merkitys ja potentiaali kaikista kaupungin näkökulmasta keskeisistä intresseistä: osallistaminen, yhdenvertaisuus, sosiaaliset ja hyvinvointivaikutukset, kaupunkimarkkinoinnillinen merkitys ja elinkeinovaikutukset sekä huomioidaan tapahtuman kasvupotentiaali. Toimintamalli vahvistaisi panos-tuotossuhdetta oikein mitoitettulla ja ajoitetulla tuella. Kaupunkimarkkinoinnin näkökulmasta kiinnostavien tapahtumien kanssa tehdään edelleen viestinnällistä yhteistyötä, joka on riippumaton taloudellisesta tuesta.

2. Mahdollistavampi kaupunki

Kaupunkiaktivismi ja tapahtumat syntyvät mahdollistamalla. Osoittamalla tapahtumille paikkoja ja sallimalla myös muun kaupunkitilan haltuunottoa. Tapahtumille soveltuvien paikkojen muodostuminen tulee huomioida myös kaupunkisuunnittelussa sekä väliaikaisesti vailla käyttöä jäävien kohteiden hyödyntämisessä.

Nykyisin tapahtumien järjestäminen keskittyy niille erikseen rakennetuille tai osoitetuille paikoille. Mahdollisten tapahtumapaikkojen määrää lisätään kartoittamalla järjestelmällisesti tapahtumille soveltuvia paikkoja. Esimerkiksi asemakaavoitetulla alueella on useita rakennettuja viheralueita, joita voidaan avata pienimuotoisille kansalaislähtöisille tapahtumille, jotka elävöittävät ympäristöä ja vahvistat yhteisöllisyyttä. Kaupunkitilan avaamisella pienille tapahtumille elävöitetään keskustaa. Kansalaislähtöiselle matalan kynnyksen tapahtumatoiminnalle yritetään löytää edes yksi sisätila.

Kaikki tapahtumille soveltuvat paikat viedään varauskalenteriin, mistä ne ovat vapaasti varattavissa. Tapahtumia varten luodaan käytösäännöt, joihin sitoutumalle pienimmät tapahtumat voidaan vapauttaa viranomaisluvista. Varsinainen lupaprosessi käynnistyy, mikäli tapahtuman turvallinen järjestäminen edellyttää osallistujamäärän tai sisällön vuoksi lakisääteisiä viranomaislupia. Jokaisella tapahtumalla pitää olla nimetty vastuullinen järjestäjä, joka vastaa käytösääntöjen noudattamisesta ja tapahtumaa koskevien tietojen oikeellisuudesta.

Kaupungilla tulee olla oikeus tarvittaessa priorisoida tapahtumien sijoittumista ja osoittaa tapahtumalle jokin muu kuin ensisijaisesti haettu paikka.

Käyttöehtojen ja tariffien tulee olla selkeät. Kansalaislähtöinen sekä kansalaisia matalalla kynnyksellä osallistava tapahtumatoiminta vapautetaan maksuista.

Ammattimainen tapahtumatuotanto ja suurtapahtumat vaativat joustavuutta. Taloudellisen avustamisen sijasta ne odottavat tukea mm. infraan liittyvissä järjestelyissä. Toisinaan myös niin, että kustannukset jäävät kaupungille. Tapahtuman järjestäjälle kaupunki onkin ensisijaisesti kumppani, joka auttaa käytännön järjestelyissä, tuotantoon tarvittavan paikallisen verkoston rakentamisessa ja viranomaisyhteyksissä. Niin sanottu yhden luukun periaate toimii heikosti, sillä tapahtuman järjestäjän on oltava itse aktiivisena osapuolena eri viranomaisien kanssa käytävässä vuoropuhelussa.

3. B-toB-tapahtumatoimiston käynnistäminen

Verkatehdas Oy on valmistellut B-to-B-tapahtumien järjestäjille suunnattua palvelua, joka kattaa alueen kohteiden aktiivisen myynnin sekä maksuttoman tuen tapahtuman järjestämiseen Hämeenlinnassa. Tällaisen palvelun puuttuminen on suoranaisten este yritys-, kokous- ja kongressitapahtumien saamiselle Hämeenlinnaan. Palvelu kokoaa yhteen alueen tapahtuma- ja kokouspaikat, huolehtii majoituskiintiöistä ja -varauksista, kuljetuksista, oheisohjelmasta sekä muista ennakkojärjestelyistä, kuten rekisteröitymisestä.

Verkatehdas Oy on jo käynyt keskusteluita useiden toimijoiden kanssa, jotka ovat valmiita sitoutumaan palvelun toteuttamiseen sekä osallistumaan sen kustannuksiin ja maksamaan Verkatehdas Oy:lle komission toteutuneesta myynnistä. Palvelun ylläpitämisen arvioitu vuosikustannus palkkamenoineen on noin 100 000 euroa, mistä puolet katetaan komissioilla sekä toimijoiden osallistumisella kustannuksiin. Toteutumisen edellytys on, että kaupunki kattaa toisen puoliskon kustannuksista.

Palvelun käynnistäminen palvelee myös matkailun tavoitteita. Se lisää matkailupalveluiden kysyntää ja lisää matkailutuloa.

MITTARIT

- 1. Tapahtumien määrä, määrä kantakaupungissa ja pitäjissä**
- 2. B-to-B-tapahtumien ja niiden osallistujien määrä**
- 3. Kansalaislähtöisestä toiminnasta syntyneiden tapahtumien määrä**
- 4. Kasvupotentiaalisiksi tunnistettujen tapahtumien määrä**

MATKAILUKAUPUNKI HÄMEENLINNA

Matkailu on kasvava elinkeino ja sillä on monia merkityksiä kaupungille.

- talousvaikutus
- työllistävä vaikutus
- elinvoimavaikutus

Hämeenlinna on poikkeuksellinen matkailukaupunki. Se yhdistää kaupunkimaiset ja maaseutumaiset kohteet omaleimaiseksi ja kiinnostavaksi kokonaisuudeksi. Suomen vanhimmassa sisämaakaupungissa yhdistyvät historia, kulttuuri, aikamme urbaanit ilmiöt ja kaupunkikohteelta odotettavat palvelut. Myös jokaisella pitäjällä on oma identiteettinsä. Niistä löytyy aitoutta ja autenttisuutta, vanhaa ja uutta paikalliskulttuuria sekä moninaisia matkailupalveluita. Rakennettua ympäristöä täydentävät sekä kaupunkimaiset että erämaiset luontokohteet.

Hämeenlinnan identiteetti matkailukaupunkina ei ole täysin kirkas. Matkailuelinkeinon edistämiseksi on tehty Hämeen Matkailu Oy:n lopettamisen jälkeen erilaisia ratkaisuja, joista mikään ei ole ollut ongelmaton, eikä tuottanut täysin odotettuja tuloksia. Kaikissa ratkaisuissa kaupunki on delegoinut matkailun edistämisen hallintonsa ulkopuolelle. Vaikka se on ollut käytännön toiminnan kannalta

perusteltua, on vastuu matkailusta siirretty samalla kaupungin oman organisaation ulkopuolelle. Matkailu ei kuulu Hämeenlinnan kaupungin hallinnossa selkeästi kenenkään tehtäväkuvaan.

Vaikka matkailuelinkeinon edistäminen on ulkoistettavissa, jää kaupungille tehtäväksi oman toimintansa johtaminen suhteessa matkailuun. Se tulee nähdä poikkihallinnollisena näkökulmana, jolla arvioidaan päätöksenteon vaikutuksia Hämeenlinnaan matkailukaupunkina. Miten kehitetään kaupungin omia matkailukohteita, millaisina kaupunkikuva ja -tila näyttäytyvät matkailijoille, miten saavutettavuus, infra ja lupaprosessit palvelevat matkailun tarpeita? Matkailutoimijoille on tärkeää, että kaupungilla on selkeä näkymä matkailun asemasta ja merkityksestä sekä matkailuun vaikuttavista käytännön toimista. Kaupungin oltava aktiivinen myös ulkoistetun toiminnan sopimusohjauksessa.

Matkailun kokonaisuus on laaja ja osin hankalasti hahmotettava. Lähtökohtaisesti matkailua syntyy, kun ihmiset poistuvat arkisesta elinpiiristään lomailun, virkistytymisen, harrastuksien tai työmatkan vuoksi. Myös mökkeily vapaa-ajan asunnoilla on matkailua, samoin kaupunkiin ohikulkumatkallaan pysähtyvä kävijä. Matkailutuloa syntyy matkailijoiden käyttäessä heille suunnattuja palveluita, mutta matkailuun liittyvä kokonaiskulutus on huomattavasti suurempi ja kohdistuu esim. vähittäiskauppaan. Matkailulla on suuri taloudellinen kerrannaisvaikutus.

Matkailun trendeissä korostuu kestävä matkailu, eli vastuullisuus, joka huomioi matkailun taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöön kohdistuvat vaikutukset. Aitous, itse tekeminen, ekologisuus ja luonto kiinnostavat aiempaa enemmän. Kuluttajat haluavat matkailla myös aiempaa yksilöllisemmin. Tämä edellyttää viestinnällä vahvistettavaa löydettävyyttä sekä digitalisaation mahdollistamaa helppoa ostettavuutta.

Viestinnän ja sähköisten kanavien tärkeys korostuu. Kaupunkimarkkinointi tukee matkailun viestintää ja Hämeenlinnan matkailullista identiteettiä nostamalla esiin kiinnostavia sisältöjä. Se toimi myynninedistäjänä, kun taas varsinainen kaupankäynti on matkailutoimijoiden oma tehtävä. Poikkeuksena kokous- ja yritystapahtumiin liittyvä matkailu, joka vaatii tapahtumia koskevassa osiossa esitellyn B-to-B-myyntipalvelun tukea.

Viestinään ja myynnin digitalisaation sekä kestävän kehityksen ohella matkailuelinkeino on kehitettävä myös kansainvälistymisen näkökulmasta. Hämeenlinnan on kiinnostava kohde kotimaan- ja lähimatkailun lisäksi myös ulkomaisille matkailijoille. Paikallisten toimijoiden valmius tavoittaa ja palvella kansainvälisiä markkinoita vaatii yrityskehittämistä, kohderyhmien määrittelyä sekä pääkaupunkiseudun kansainvälisten matkailijoiden tavoittamista esim. luontokohteilla ja tunnetuimmilla matkailubrändeillä.

Matkailuun liittyvä yhteistyö Hattulan ja Janakkalan sekä Riihimäen ja Forssan seutukuntien kanssa on kehittymässä suotuisasti. Maakunnallinen matkailutyö on sen sijaan uudessa tilanteessa Hämeen Liiton vetäytyessä aktiivisesta matkailun edistämisestä. Myös HAMKin rooli on muuttumassa käynnissä olevien hankkeiden päättyessä.

Matkailuun resursointia pidetään investointina kaupungin elinvoimaan. Varsinaiset matkailuinvestoinnit syntyvät pääosin yritysveloitetusti, kun edellytykset kasvulle ovat olemassa. Vuonna 2021 Hämeenlinnan kaupunki on osoittanut Linnan Kehitys Oy:lle matkailun edistämiseen 150 000 euroa ja kaupunkimarkkinointiin 200 000 euroa. Hankkeisiin on viime vuosina osoitettu yhteensä noin 30 000 euroa ja Matkailuekosysteemin vetäjälle on maksettu 15 000 euron vuosipalkkio. Vuoden 2022 talousarvioon on hyväksytty 100 000 euron lisärahoitus matkailun edistämiseen.

Hämeenlinnan kaupungin omasta toiminnasta Kaupunkirakennetoimialan kautta kohdistuu resursseja matkailua palvelevan infran rakentamiseen ja ylläpitoon. Avustettavasta toiminnasta matkailuun vaikuttavat suoraan tai välillisesti ainakin Verkatehdas Oy, Hämeenlinnan Kaupungin Teatteri Oy, Vanajavesikeskuksen ja Linnaseutu ry.

TAVOITTEET

1. Kaupungin roolin terävöittäminen

Sote-uudistuksen myötä elinvoimapolitiikan rooli tulee korostumaan merkittävästi. Matkailu on yksi potentiaalisimmista kehittämiskohteista ja matkailun kehittämistyön vaikutukset heijastuvat laaja-alaisesti. Ala työllistää hyvin myös nuoria. Kaupungin tulee omassa toiminnassaan sekä päätöksenteossaan tunnistaa ja huomioida matkailuvaikutukset systemaattisesti. Kaupungin ja matkailutoimialan vuoropuhelua parannetaan.

2. Yhtenäinen matkailullinen identiteetti

Matkailutoimialan sisällä on valitettavasti edelleen nähtävissä vastakkainasettelua ja kilpailua kantakaupungin sekä pitäjien välillä, josta on pyristeltävä eroon. Matkailijan mielenkiinto ei kohdistu kantakaupunkiin tai pitäjiin, vaan palveluun, kohteisiin ja sisältöön sekä muihin lähialueelta löytyviin kiinnostaviin asioihin.

Laajan Hämeenlinnan matkailutarjonta tulee nähdä päätöksenteossa ja myös operatiivisessa toiminnassa, kuten markkinoinnissa tasavertaisena ja rikkaana kokonaisuutena monipuolisine mahdollisuuksineen.

3. Matkailuyrityksien toimintaedellytykset paranevat

Kaupungin roolin tarkentaminen ja matkailun nostaminen strategisesti arvokkaaksi painopisteeksi selkeyttää mielikuvaa matkailun merkityksestä ja lisää kaupungin sekä yrittäjien välistä luottamusta. Linnan Kehitys Oy:lle ulkoistettua matkailuelinkeinon edistämistä ja yrityskehittämistä jatketaan vastaamalla matkailusektorilla tunnistettuihin haasteisiin ja heikkouksiin sekä tukemalla alan yritysten kasvutavoitteita.

4. Matkailutulo kasvaa

Matkailutulo, eli matkailusta suoraan ja välillisesti syntyvä kulutus kuvaa matkailun elinvoimavaikutusta. Se heijastaa matkailun volyyymiä, työllistävää vaikutusta ja verokertymää. Se antaa myös yleiskuvan siitä, miten hyvin kaupunki on onnistunut matkailun edistämisessä.

TOIMENPITEET

1. Matkailun selkeä vastuuttaminen

Matkailu vastuutetaan kaupungin organisaatiossa selkeästi. Siihen liittyy oleellisesti mm. kokonaiskuvan hallinta, matkailullinen edunvalvonta sekä kaupungin tavoitteiden ja tahtotilan määrittäminen poliittisesta päätöksenteosta juontuen. Elinkeino-yhtiö toimii tehokkaana

operatiivisena työkaluna tavoitteiden realisoimisessa.

2. Sopimusohjauksen kehittäminen

Kaupunki toimialoineen ja Linnan kehitys laativat yhdessä suunnitelman matkailun liiketoimintaedellytyksien kehittämistä, poikkihallinnollisesta yhteistyöstä sekä ajantasaisen tilannekuvan ylläpitämisestä matkailun ja siihen liittyvien yritysten tilanteesta. Linnan kehitys Oy tuottaa tarvittavat tiedot sopimusohjauksen tarpeisiin sekä kaupungin omaa matkailua koskevaa toimintaa ja päätöksentekoa varten. Keskeistä on tiedolla johtamisen kehittäminen.

Kaupunkimarkkinoinnin matkailua palvelevat tavoitteet ja painopisteet sovitaan yhdessä Hämeenlinnan kaupungin ja Linnan Kehitys Oy:n kesken.

3. Matkailuelinkeinon edistäminen

Matkailuyritysten ja -yrittäjien ammatillisissa valmiuksissa on huomattavia eroja, mikä rajoittaa myös yritysten kasvuedellytyksiä ja siten Hämeenlinnan matkailupotentiaalin realisoimista niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin. Nykytila-analyysiin perustuvalla suunnitelmallisella yrityskehitystyöllä parannetaan toimintaedellytyksiä, näkyvyyttä ja edelleen koko kaupungin matkailullista vetovoimaa ja -painoarvoa. Jatketaan toimintamallia, jossa Linnan Kehitys Oy:n matkailuasiantuntija on yrityskehittämisen aktiivinen toimija. Digitalisaatiolla parannetaan matkailupalveluiden löydettävyyttä ja ostettavuutta varsinkin kuluttajamarkkinoilla. Kestävä matkailu ja kansainväliset matkailumarkkinat kasvattavat merkitystään ja yrityskehitystyössä panostetaan entistä vahvemmin myös yritysten kansainvälistymisvalmiuksien kehittämiseen.

4. Matkailun yhteistyöryhmä

Perustetaan matkailun yhteistyöryhmä, joka koostuu Hämeenlinnan kaupungin, Linnan Kehitys Oy:n ja matkailutoimialan edustajista. Ryhmä mahdollistaa suoran keskusteluyhteyden elinkeinon kanssa ajankohtaisista ja kehittämistä vaativista asioista sekä toimii neuvoa-antavana asiantuntijaryhmänä matkailuun liittyvien päätösten arvioinnissa.

Mittarit

- **Matkailutulo**
- **Matkailun työllistävä vaikutus (HTV)**
- **Majoitustilasto**