



ASIKKALA

Asikkalan kunnan matkailustrategia

Lähtökeskustelu 11.8.2026

Elinvoimajaosto

Alustuksen sisältö

- Miksi matkailustrategia?
- Mitä matkailustrategialla tavoitellaan?
- Miten etenemme? Vaihtoehto 1 – Strategia täysin omana työnä
- Miten etenemme? Vaihtoehto 2 – Ulkopuolinen konsultti
- Miten etenemme? Vaihtoehto 3 – Suositus: hybridi
- Tarvitaanko työryhmä?
- Mitä strategiaan kannattaa sisällyttää?
- Miten tavoitteita mitataan?
- Ehdotus etenemismalliksi
- Oma näkemys
- Keskustelu



Miksi matkailustrategia?

Asikkalan matkailun kehittämisen seuraava vaihe

- Matkailu on merkittävä osa kunnan elinvoimaa ja tunnettuutta.
- Toimintaympäristö muuttuu: matkailijoiden tarpeet, vastuullisuus ja digitalisaatio kehittyvät.
- Kunnassa tehdään jo paljon matkailun eteen, mutta yhteiset tavoitteet ja painopisteet linjaavat tekemistä vuosiksi eteenpäin ja yhteistyötä on jatkettava myös lähikuntien kanssa.
- Hyvä lähtökohta: tuore maakunnallinen matkailustrategia, onnistunut aluekehittäminen, kunnassa käynnissä olevat kehittämisprojektit
- Tarvitaan matkailun kehittämisen yhteinen suunta vuosille 2027–2031.
- Strategian tavoitteena on ohjata päätöksentekoa, resurssien käyttöä ja yhteistyötä.

Keskustelukysymys:

Mitä hyötyä matkailustrategian tulisi tuottaa kunnalle, yrityksille ja asukkaille?

Mitä matkailustrategialla tavoitellaan?

Strategian rooli

Strategian tehtävä ei ole kuvata kaikkea matkailuun liittyvää toimintaa.

Sen tehtävä on:

- määrittää yhteinen visio
- valita kehittämisen painopisteet
- asettaa mitattavat tavoitteet
- ohjata kunnan ja matkailutoimijoiden yhteistyötä
- auttaa resurssien kohdentamisessa

Lopputulos: selkeä tiekartta seuraavalle viidelle vuodelle.



Miten etenemme?

Vaihtoehto 1 – Strategia täysin omana työnä

Hyödyt

- Edullinen toteuttaa
- Paikallistuntemus vahvaa
- Sitoutuminen on erinomaista

Haasteet

- Vaatii merkittävästi työaika
- Vertailutieto ja ulkopuolinen näkemys voivat jäädä puuttumaan
- Prosessi voi venyä muiden töiden rinnalla

Soveltuu, jos

- pystytään keräämään asiantunteva työryhmä, joka osaa kehittää objektiivisesti matkailua
- valmistelulle voidaan varata riittävästi työaika



Miten etenemme? Vaihtoehto 2 – Ulkopuolinen konsultti

Hyödyt

- Kokemus matkailustrategioista
- Prosessin fasilitointi
- Vertailua muihin kuntiin
- Aikataulussa eteneminen

Haasteet

- Kustannukset nousevat varsin korkeiksi
- Riski, että strategia jää liian yleiselle tasolle (”tusinamatkailustrategia)
- Sitoutuminen voi jäädä heikommaksi
- Ei paikallistuntemusta

Soveltuu, jos

halutaan nopea ja ulkopuolisesti johdettu prosessi

Miten etenemme? Vaihtoehto 3 – hybridi: Kunnan vetämä prosessi + ulkopuolinen sparraus/asiantuntija

Kunta:

- vastaa sisällöstä
- kokoaa sidosryhmät
- tekee linjaukset

Ulkopuolinen asiantuntija:

- fasilitoi työpajoja
- tuottaa analyysia ja tausta-aineistoja
- haastaa ajattelua
- auttaa mittarien määrittelyssä

Hyödyt

- kustannustehokas
- paikallinen omistajuus säilyy
- asiantuntijatuki ”sparrauspari”



Mitä strategiaan kannattaa sisällyttää?

Rajataan strategia 5–6 pääteemaan

Strategiaan kuuluvat automaattisesti sisällöt, kuten Asikkalan matkailun visio ja tavoitteet, kohderyhmien määrittely ja esimerkiksi vetovoimatekijät.

Miettikää painopisteitä unohtamatta kuntastrategian linjauksia ja pohtikaa millainen rooli kunnalla painopisteiden osalta on, esimerkiksi aluekehittäminen.

Vältetään liian laajoja teemoja, jotka kuuluvat muihin strategioihin tai suunnitelmiin.



Miten tavoitteita mitataan?

Muutama selkeä mittari riittää.

Mittaristo on riippuvainen valittavista painopistealueista.

Esimerkkejä:

- rekisteröidyt yöpymiset
- matkailutulon kehitys
- matkailuyritysten määrä
- tapahtumien määrä ja niiden kävijämäärät
- digitaalinen näkyvyys
- yritysten tyytyväisyys

Tärkeää

Mieluummin 5–8 seurattavaa mittaria kuin 30 mittaria, joita ei seurata.



Ehdotus etenemismalliksi

Vaihe 1: Päätös valmistelutavasta

- oma työ
- konsultti
- hybridi

Vaihe 2: Nykytilan analyysi

- data
- yrityshaastattelut
- sidosryhmät

Vaihe 3: Yhteiset työpajat

- visio
- painopisteet
- tavoitteet

Vaihe 4: Strategialuonnos

Vaihe 5: Hyväksyntä ja toimeenpano



Oma suositukseni Asikkalan näkökulmasta

Asikkalan vahvuudet ovat jo melko hyvin tunnistettuja: Päijänne, Pulkkilanharju, Päijänteen kansallispuisto, Vääksyn kanavanseutu ja vanha Vääksy, luonto, vesistömatkailu, tapahtumat ja aktiivinen yrityskehitys. Tämän vuoksi en lähtisi rakentamaan raskasta konsulttivetoista strategiaprosessia.

Suosittelisin mallia, jossa:

- perustetaan 8–10 henkilön työryhmä
- toteutetaan 2–3 ulkopuolisen vetämää työpajaa yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa
- hankitaan ulkopuolinen fasilitaattori ja analyysituki
- laaditaan korkeintaan 15–20 sivun strategia napakalle ajanjaksolle, jonka rinnalle tehdään konkreettinen vuosittain päivitettävä toimenpideohjelma

Näin strategiasta tulee aidosti käytännön työtä ohjaava asiakirja eikä vain yksi suunnitelma muiden joukossa.

Keskustelun avaus:

1. Mikä on matkailun tärkein kehittämistavoite vuosille 2027–2031? (5 vuotta)
2. Mikä toteutustapa voisi sopia matkailustrategian laatimiseen?
3. Mitkä 3–5 teemaa ovat Asikkalan kannalta kaikkein tärkeimpiä?

