



Kuhmon matkailustrategia 2026–2028

Kuhmon matkailun Master Plan

KTT Riitta Kosonen riitta.kosonen@kuhmo.fi

FM Elina Puhakka elina.puhakka@kuhmo.fi

KUHMO



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Sisältö

Kuhmon matkailustrategia 2026-2028

- Esipuhe
- Strategiatyön prosessi
- Visio
- Strategian tavoitteet

Strategiset kulmakivet

- Matkailun nykytila Kuhmossa
- Kasvun avaimet
- Strategiset valinnat, tavoitteet ja toimenpiteet
 - Matkailun perusta paikallisissa vahvuuksissa ja kärkituotteissa
 - Monipuoliset läpileikkaavat asiakassegmentit
 - Digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus
 - Matkailun fyysisen ja operatiivisen toimintaympäristön kehittäminen
 - Strateginen alueellinen DMO-verkottuminen, yhteistyömalli

Strategian toteutus ja mittaaminen

- Toimeenpano
- Mittarit

Matkailustrategian yhteenveto



Esipuhe

Kuhmo on pitkään ollut matkailullisesti alihyödynnetty helmi. Vaikka alueella on poikkeukselliset lähtökohdat matkailun kehittämiseksi, on sen vaikutus paikalliseen talouteen ja työllisyyteen jäänyt potentiaaliaan pienemmäksi. Vuonna 2024 Kuhmon välitön matkailutulo oli 14,36 miljoonaa euroa ja vaikutus työllisyyteen 62 välitöntä henkilötyövuotta. Vuonna 2023 Kuhmon osuus koko Kainuun matkailutulosta oli 8,4%.

Nyt Kuhmo on kuitenkin uuden kasvun kynnyksellä. Pandemian aiheuttaman notkahduksen ja venäläismatkailijoiden vähenemisen jälkeen matkailu on jälleen elpymässä. Kuhmo-tietoisuus kasvaa niin kotimaassa kuin kansainvälisesti ja matkailijamäärien ennakoidaan nousevan lähivuosina. Tämä tarjoaa mahdollisuuden nostaa matkailu entistä merkittävämmäksi osaksi Kuhmon elinkeinoelämää ja vetovoimaa.

Kuhmon **matkailun kivijalka** rakentuu monipuolisiin matkailuattraktioihin ja ylivertaisiin kärkituotteisiin. Alue tunnetaan erityisesti ainutlaatuisista luontoliikunta-aktiviteeteistaan, petoeläinten katselumahdollisuuksista, rikkaasta ja monipuolisesta kalevalaisesta kulttuurista runolauluperinteineen, kansainvälisesti arvostetusta kamarimusiikkijuhlastaan sekä vaikuttavasta sotahistoriastaan. Näiden rinnalle nousevat myös Kuhmon metsään perustuva taloushistoria ja yhteiskunnallinen kehitys. Osaavat metsäteollisuusyritykset tarjoavat vahvan pohjan puuteollisuusmatkailun kehittämiseksi yhdistäen virkistyskäytön ja elinkeinoperustan ainutlaatuisella tavalla.

Kuhmon matkailustrategia perustuu **viiteen kulmakiveen**: pohjoisia matkailualueita suosivien megatrendien hyödyntämiseen, asiakassegmenttien tunnistamiseen ja kohdentamiseen, ainutlaatuisten kärkituotteiden kehittämiseen ja ristiintuotteistamiseen, fyysisen ja operatiivisen toimintaympäristön rakentamiseen sekä strategiseen alueelliseen verkottumiseen tuotekehityksessä ja markkinoinnissa. Näiden avulla Kuhmo voi vastata matkailukysynnän muutoksiin ja vahvistaa asemaansa kilpailukyisenä matkailualueena.

Kasvun avaimet löytyvät hyvästä saavutettavuudesta – niin digitaalisesti kuin fyysisesti, toimivasta alueellisesta yhteistyöstä, laadukkaasta lisämajoituskapasiteetista, vastuullisista toimintatavoista ja osaavista matkailuyrityksistä. Näiden tekijöiden varaan voidaan rakentaa tulevaisuuden matkailumenestys.

Strategian **visiona** on rakentaa kansainvälisesti laadukas ja menestyvä, verkottunut Kuhmo. **Tavoitteena** on tehdä Kuhmosta kestävästi kasvava, hyvämaineinen, monipuolisia asiakkaita palveleva, kansainvälistyvä ja ympärivuotinen Kainuulainen matkailualue.

Nämä tavoitteet eivät kuitenkaan toteudu itsestään. Tarvitaan yhteistä tahtoa, jaettua näkemystä ja vahvaa yhteistyötä. **Vain yhdessä voimme tehdä Kuhmon matkailusta sen potentiaalia vastaavan menestystarinan!**

Strategiatyön prosessi

Ymmärrys

Kuhmon matkailun kehittäminen hankkeilla

Kuhmon matkailun kehittymistä on ohjattu aktiivisella hanketoiminnalla *Elinvoimaa matkailusta – Kuhmo Suomussalmi- sekä Kalevalankankaan kehittäminen kalevalaisuuden ja sotamatkailun näkökulmista* -hankkeissa. Näiden hankkeiden toimenpiteet ja tavoitteet ovat kuitenkin olleet varsin kohdistettuja tiettyihin Kuhmon matkailun osa-alueisiin. Kokonaisvaltaisen Kuhmon matkailun kehitystä ohjaavan **strategian** tarve on tunnistettu ja konkretisoitu em. Kalevalankankaan kehittämishankkeessa, jossa lähdettiin tuottamaan strategian rakentamisessa hyödynnettävää tieto- ja taustamateriaalia. Näihin lukeutuvat mm. SWOT- ja kilpailukykyanalyysi.

Yhteinen näkemys

Työpajat, yritys- ja toimijayhteistyö, osallistaminen

Paikallisia yrittäjiä ja toimijoita osallistettiin laajasti Kalevalankankaan kehityshankkeen toiminta-aikana. Työpajoissa kirkastettiin toimijoiden yhteinen **tahtotila** strategiatyön kulmakiviin eli **matkailun kehittämiseen, brändiin ja keihäänkärkiteemoihin**. Työpajoissa hahmoteltiin alustava sisällöllinen visio, jonka edelleen jalostetulle versiolle strategia rakentuu: "*Haetaan merkittävää kasvua hyvin maksavasta asiakkaasta ja Kuhmon ainutlaatuisuuksia hyödyntäen*".

Strategiset valinnat ja toteutus

Tulosten jatkojalostus Kuhmon matkailun Master Plan -hankkeessa

Master Plan-hankkeessa on laajennettu ja täydennetty näitä materiaaleja sekä ylläpidetty kommunikaatiota ja yhteyttä tahtotilan määrittämisessä mukana olleisiin toimijoihin, joiden määrä nousee kymmeniin yrityksiin. Keskustelujen ja aiemman materiaalin pohjalta on edelleen tunnistettu, määritelty ja sanoitettu **strategisiksi valinnoiksi** matkailun kasvua rajoittavia pullonkauloja ja vipu- ja kipupisteitä. Tahtotilatyössä määritettyjen toimenpiteiden eli *strategisen toimintaympäristön kehittämisen* realisointia on lähdetty työstämään: Kalevalankankaasta kehitetään majoituksen keskusta, paikallisia, kansallisia ja kansainvälisiä investoreja alueelle etsitään aktiivisesti, keihäänkärkiä kirkastetaan markkinoinnissa ja tuotteistuksessa, selkeää yhteistyöverkostoa ja yhteistoiminnan mallia rakennetaan. Osa näistä toimenpiteistä on jo käytännössä, osa konkretisoituu strategian toimeenpanon myötä. Näiden toimenpiteiden lisäksi Kuhmon matkailun systemaattista tilastointia kehitetään, jotta strategian mukaista kehittämistä ja seuranta voidaan toteuttaa tietopohjalta. Tilastoinnin edelleen kehittäminen ja tiedon hyödyntäminen on olennainen osa matkailun kehittämistyötä myös tulevilla strategiakausilla.

Kuhmon matkailun aikajana



VISIO

**Kansainvälisesti menestyvä, paikallisiin vahvuuksiin nojautuva, verkottunut
Kuhmo**

Strategian tavoitteet

Tavoitteena on tehdä Kuhmosta kestävästi kasvava, hyvämaineinen, monipuolisia asiakkaita palveleva, paikallisiin vahvuuksiin nojautuva, kansainvälistyvä ja ympärivuotinen kainuulainen matkailualue.

PAIKALLISTALOUS

Elinvoimainen Kuhmo, jossa matkailu on talouden toinen tukijalka

Matkailun roolia on vahvistettu Kuhmon elinkeinoelämässä

Ympärivuotinen yritystoiminta on lisääntynyt

Matkailutulot, työllisyys ja verotulot ovat lisääntyneet

Alueen elinvoimaisuus on vahvistunut: palvelut kehittyvät, lapsiperheiden houkuttelevuus kasvaa, Kuhmo-brändi vahvistuu, Kansainvälinen saavutettavuus paranee

KUHMO MATKAILUKOhteena

Kansainvälistyvä, monipuolisia asiakassegmenttejä palveleva kestävä matkailualue

Kuhmon matkailu on kansainvälistynyt, uusia asiakassegmenttejä on tunnistettu ja Kuhmo houkuttelee maksukykyisempiä asiakkaita

Kuhmo on kestävä ja vastuullinen matkailukohde

Ainutlaatuisten kärkituotteiden täysi potentiaali on lunastettu: kalevalainen kulttuuri, musiikki, luontomatkailu, hiljaisuus ja vuodenajat, petokatselu, sotahistoria. Uusilla segmenteillä täydennetään vakiintunutta tuotevalikoimaa.

ALUEELLISET YHTEISTYÖVERKOSTOT

Matkailun vaikuttavuutta parannetaan strategisilla yhteistyöverkostoilla

Kuhmon matkailussa on yhteinen tahtotila ja konkreettinen toimenpidepolku matkailun kehittämiseksi

Toimijoilla on selkeät ja määritetyt panostukset kehittämiseen ja markkinointiin

Matkailutoimijoiden välinen paikallinen ja alueellinen yhteistyömalli toimii tarkoituksenmukaisesti ja Kuhmon matkailuelinkeinon edun mukaisesti

Matkailun kehittäminen on suunnitelmallista, pitkäjänteistä ja tietopohjaista

Strategiset kulmakivet

Matkailun nykytila Kuhmossa

Kasvun avaimet

Strategiset valinnat, tavoitteet ja toimenpiteet

Matkailun perusta paikallisissa vahvuuksissa ja kärkituotteissa

Monipuoliset asiakassegmentit

Digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus

Matkailun fyysisen ja operatiivisen toimintaympäristön kehittäminen

Strateginen alueellinen DMO-verkottuminen, yhteistyömalli

Matkailun nykytila Kuhmossa

Onnistumiset

Kuhmon matkailu perustuu autenttisille, monipuolisille ja kiinnostaville attraktioille, joita on onnistuttu kehittämään ja tuotteistamaan myös kansainvälisellä tasolla (sotahistoriamatkailu, Kalevala, Kuhmon Kamarimusiikki, petokatselu).

Kansainvälisten matkailijamäärien konkreettista kasvua on saatu Arctic Lakeland -yhteistyön ja Charter-hankkeen kautta. Onnistunutta ja näkyvää yhteistyötä on tehty myös mm. Vuokatin matkailukeskuksen kanssa.

Kuhmossa suhtaudutaan innokkaasti ja aktiivisesti matkailun kehittämiseen. Matkailun kehittämisrahoitusta on hyödynnetty erilaisissa kehityshankkeissa ja tulevaisuuteen kohdistuvia suunnitelmia kannatetaan. Matkailua halutaan kehittää ekologisesti ja vastuullisesti kestäväällä tavalla.

Kuhmo pyrkii aktiivisesti kehittämään matkailun toimintaympäristöä. Fyysisen toimintaympäristön kehitystarpeet on huomioitu mm. majoituskapasiteetin kasvattamisella, saavutettavuuden haasteiden tunnistamisella sekä Kuhmon keskustan ja Kalevalankankaan keskinäisen synergian kehittämisellä. Operatiivisen toimintaympäristön kehittämisessä on otettu huomioon matkailun tilastoinnin parantaminen sekä paikallisten yritysten resurssien ja toimintavalmiuden lisääminen mm. paikallisoppaiden kouluttamisella.

Kehitettävää

Saavutettavuus on merkittävä haaste sekä fyysisellä että digitaalisella tasolla.

Kuhmon matkailun kärkituotteissa on vielä perkaamattomia asiakassegmenttejä, etenkin kansainvälisellä tasolla. Attraktioiden ja kärkeemojen välinen yhteistyö ja ristiintuotteistaminen on vähäistä. Keihäänkärkiteemat ja niihin liittyvä tuotteistaminen ovat nykyisellään alihyödynnettyjä: esimerkiksi asema Unescon kirjallisuuskaupunkina on jäänyt taka-alalle. Keihäänkärkiteemoista ja –tuotteista nouseva Kuhmo-lisäarvo on alihyödynnetty profiloitumisessa.

Matkailua koskevan päätöksenteon tulisi nojata aiempaa vahvemmin tietoperustaiseen kehittämiseen ja dataan.

Kuhmon matkailu on riittämättömällä tasolla organisoitunutta ja alueellisesti integroitunutta. Tuloksellinen kehittäminen vaatii entistä laajemmat resurssit.

Kuhmon kansainvälisiin standardeihin sopiva majoituskapasiteetti on huomattavan puutteellista. Kalevalankankaan "Resortin" kehittämiseen tarvitaan johdonmukainen konsepti. Kuhmon matkailualue (Kalevalankangas ja keskustalualue) tulee integroida toimivaksi kokonaisuudeksi.

Palveluntarjoajien haasteena ovat ohjelmapalveluiden sesonkiluontoiset saatavuuden haasteet, jatkuvan kouluttautumisen mahdollisuudet ja sertifiointien puuttuminen.

Kuhmon matkailun kasvattaminen kohtaa samat haasteet kuin valtakunnan tasolla eli Suomen heikon taloustilanteen aiheuttama ostovoiman heikkeneminen leikkauksien seurauksena sekä Ukrainan sodan myötä kiristynyt geopoliittinen tilanne, joka saattaa heikentää Suomen matkailullista houkuttelevuutta.

Kasvun avaimet

Kasvun avaimet nousevat SWOT-analyysistä hyödyntämällä onnistumisia ja mahdollisuuksia sekä paikkaamalla pullonkauloja ja uhkia.

✱ SWOT-analyysi on koostettu *Kalevalankankaan* kehittämisen kalevalaisuuden ja sotamatkailun näkökulmista -hankkeessa

Saavutettavuus

Osaavat yritykset

**Laadukas majoitus-
kapasiteetti**

Voimaa verkostoista



Strategiset valinnat

Nousevat ja tiivistyvät kasvun avaimista

Matkailun perusta paikallisissa vahvuuksissa ja kärkituotteissa

Kuhmon matkailun kehittämisessä nojaututaan laajalti tunnettuihin ja tunnistettuihin paikallisiin vahvuuksiin ja kärkituotteisiin

Monipuoliset asiakassegmentit

Tunnistetaan kotimaisia ja kansainvälisiä Kuhmon vahvuuksia arvostavia asiakassegmenttejä sekä tuotekehittelyssä että markkinoinnissa

Digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus

Huolehditaan Kuhmon digitaalisesta ja fyysisestä saavutettavuudesta osallistumalla Kainuun saavutettavuustyöhön ja kv-alustoille



Matkailun fyysisen ja operatiivisen toimintaympäristön kehittäminen

Parannetaan toimintamahdollisuuksia fyysisen ja operatiivisen toimintaympäristön kehittämisen kautta

Strateginen alueellinen DMO-verkottuminen, yhteistyömalli

Hyödynnetään alueelliset verkostot (Vuokatti, Arctic Lakeland) ja luodaan paikallisesti ja alueellisesti verkottunut DMO-malli jossa Kuhmo on tunnistettu osa AL-brändiä



KUHMO



Euroopan unionin
osarahoittama

 Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Matkailun perusta paikallisissa vahvuuksissa ja kärkituotteissa

Tavoitteet

- Kuhmo hyödyntää täysimääräisesti asemansa kulttuuriyhteisöissä ja verkostoissa
- Kuhmolainen kulttuuri ja sen tekijät saavat laajaa tunnustusta ja tunnettuutta kansainvälisellä ja kotimaan tasolla
- Kuhmon kansainvälisellä tasolla merkittävä **sotahistoria ja sotahistorialliset kohteet ovat laajasti löydettävissä ja saavutettavissa** myös kansainväliselle yleisölle
- **Kuhmon luontokohteet ovat suosittuja käyntikohteita.** Ajantasainen tieto kohteista ja reitistöistä on helposti löydettävissä yleisimmin käytetyiltä alustoilta.
- Tuotekehityksessä hyödynnetään joustavasti pinnalla olevia ja nousevia, erityisesti pohjoista matkailua suosivia **matkailun trendejä**. Kuhmo pystyy tuotekehityksellä ja innovaatioilla nopeasti vastaamaan matkailijoiden muuttuviin tarpeisiin ja toiveisiin.

Strategiset toimenpiteet

- Varmistetaan, että Kuhmo tuo lisäarvonsa ja saa kaiken mahdollisen hyödyn **jäsenyyksistä ja yhteisöistä**
- Vahvistetaan olemassa olevia tuotteita ja vahvuuksia soveltamalla niihin **ajankohtaisia matkailun trendejä**
- **Lunastetaan paikka kansainvälisessä sotahistoriamatkailussa** hyödyntäen ja profiloituen alan verkostoissa (myös muut erikoissegmentit).
- Parannetaan reitti-infrastruktuuria ja reittien digitaalista saavutettavuutta. Huolehditaan reittejä koskevan tiedon ajantasaisuudesta ja kattavuudesta, millä varmistetaan turvallisuus ja luotettavuus.
- Hyödynnetään **aito kuhmolainen metsäsuhde, metsään perustuva historia ja osaaminen**

Monipuoliset asiakassegmentit

Tavoitteet

- Kuhmo menestyy omilla uniikeilla kärkituotteillaan, joissa yleästi nostetaan esiin kuhmolaista brändiä, osaamista ja historiaa. **Kärkituotteet vastaavat monipuolisesti monenlaisiin tarpeisiin palvellen laajaa asiakaskuntaa.**
- Kuhmo **tavoittaa aiempaa suuremman määrän potentiaalisia matkailijoita** tunnistamalla laajasti tuote- ja palvelutarjontaansa vastaavia uusia asiakassegmenttejä sekä kotimaisella että kansainvälisellä tasolla.
- Markkinoinnin vuosikello on rakennettu segmentit huomioiden. **Kohdennetun ja oikea-aikaisen markkinoinnin** ansiosta matkailijamäärät ovat kasvaneet kaikissa segmenteissä.

Strategiset toimenpiteet

- Juurrutetaan **kuhmolaisuus** osaksi tuotekehitystä ja markkinointia. Hyödynnetään mm. paikallista perinnetietoa.
- Kartoitetaan ja tunnistetaan **uusia, Kuhmon yksilölliseen tarjontaan vastaavia asiakassegmenttejä**
- Määritetään ja kohdennetaan asiakassegmenttikohtaiset markkinoinnin toimenpiteet. Luodaan markkinoinnin tueksi **matkailun ja markkinoinnin vuosikello.**
- **Kehitetään ja jaostetaan kärkituotteita** vastaamaan monipuolisesti eri asiakassegmenttien tarpeita ja kiinnostusta. **Ristiintuotteistamalla** eri teemoja luodaan uniikkeja kokemuksia ja tuotteita.
- Hyödynnetään markkinoinnissa ja brändäyksessä tuotteille olennaisia **sertifikaatteja.**
- Edistetään **koulutusten** avulla tuotteistamista ja myyntiä

"KUHMO EXPERIENCE"

*Tuotepakettien
monipuolistaminen (lisää
viipymää)*

UNESCO kirjallisuuskaupunki

Kalevalan syntysijat
Kalevalalle Euroopan kulttuuriperintötunnus
Perinnefestivaali, Singing Heritage Route

*Kansainvälisten
kulttuuriverkostojen ja
alustojen hyödyntäminen*

Kansallisesti merkittävät sotahistoriakohteet

Talvisodan taistelupaikat, Talvisotamuseo
EU:n kulttuuriperintöreitti *Liberation Route Europe*,
Traces of War- sivusto, Raateentie-yhteistyö

*"Kuhmo-leima",
kuhmolaisuuden
lisääminen*

Maailmankuulu Kuhmon Kamarimusiikki

Jo vuodesta 1970

Kasvava Sommelo, Suunnitteilla lisää
konsertti- ja tapahtumatarjontaa mm.
Kuhmo-taloon

Luontokohteet ja reitit

Kattavat mahdollisuudet mm. melontaan,
patikointiin, hiihtoon, metsästykseen ja
kalastukseen

Erityiskalastushanke
Kalevalankankaan ulkoilu-
/elämysreitistön kehittäminen

Erikoissegmentit

Puurakentamisen ja metsäntalouden
perinteiden ja innovaatioiden teemamatkat,
Vuosanka/puolustusteollisuusmatkailu,
kokousmatkailu, peli- ja retrotietokoneet

*Ristiin-
tuotteistaminen*

Suurpedot ja villi luonto

Karhut, sudet, ahmat ja monia muita
Paikallisopaskoulutus: kalastus, petojäljestys,
sotahistoria, kaupunkihistoria

Perinnetiedon hyödyntäminen

KUHMO



Euroopan unionin
osarahoittama



Digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus

Tavoitteet

- Kuhmo on **saavutettavissa oleva matkakohde** niin kotimaisille kuin ulkomaisillekin matkailijoille. Kajaanin lentokentällä on vilkas reitti- ja charterlentoliikenne ja jatkoyhteydet lentokentältä Kuhmoon ovat sujuvat ja vaivattomat.
- Kuhmo on **digitaalisesti helposti löydettävissä**. Laadukkaat tuotekortit useilla kieliversioilla mahdollistavat Kuhmon tuotteiden ja palveluiden joustavan markkinoinnin useissa kanavissa Suomessa ja kansainvälisesti.
- Kuhmon tuotteet, palvelut ja majoitus ovat **helposti varattavissa ja ostettavissa verkosta**

Strategiset toimenpiteet

Fyysinen saavutettavuus

- Kuhmo on **aktiivisesti mukana yhteisissä alueellisissa ja valtakunnallisissa hankkeissa** edistämässä Kainuun saavutettavuutta ml. lento- ja raideliikenteen edunvalvonta ja kehittäminen.
- Kehitetään **ratkaisuja liityntäliikenteen** toteuttamisessa Kajaanin lento- ja joukkoliikennematkailijoiden saamiseksi Kuhmoon

Digitaalinen saavutettavuus

- Tunnistetaan **kansainvälisiä ja kotimaisia myynti- ja markkinointialustoja** ja vahvistetaan Kuhmon palveluiden ja tuotteiden näkyvyyttä näissä.
- Parannetaan palveluiden ja tuotteiden löydettävyyttä **hakukoneoptimoinnilla ja synkronoimalla** alustojen väliset **Datahub**-tuotekortit. Edistetään ja tuetaan **uusien laadukkaiden tuotekorttien luontia ja ylläpitämistä** yrityksissä.
- Kehitetään tuotteiden **varattavuutta ja ostettavuutta online-kanavissa** ja huomioidaan käyttäjäystävällinen asiakaskokemus verkkopalveluissa.

Matkailun fyysisen ja operatiivisen toimintaympäristön kehittäminen

Tavoitteet

- Kuhmo tavoittaa **paremmin maksavaa asiakaskuntaa** tarjoamalla laadukasta majoitusta monenlaisiin tarpeisiin.
- **Kuhmon keskusta ja Kalevalankangas toimivat aktiivisesti synkronoituna, yhtenäisenä matkailualueena**, joiden välillä liikkuminen on luonnollista ja vaivatonta.
- **Strategisesti verkottunut alueellinen yhteistyömalli** mahdollistaa selkeän ja tarkoituksenmukaisen operatiivisen toimintaympäristön. Vastuut ja resurssit on jaettu luomaan järjestelmä, jolla Kuhmon matkailua kasvatetaan kestäväällä tavalla.
- **Kuhmon matkailuyritysverkostolla on kattavat keinot kehittää ja kasvattaa omaa yritystoimintaansa.** Toimintaympäristö tukee uuden oppimista.

Strategiset toimenpiteet

Fyysinen toimintaympäristö

- Kasvatetaan **laadukasta majoituskapasiteettia** vastaamaan kansainvälisten matkailijaryhmien tarpeeseen rakentamalla Kalevalankankaalle standardoitu lomamökkikylä. Varmistetaan toiminta **kestävien käytänteiden** mukaisesti.
- Yhdistetään **Kalevalankangas ja keskusta-alue yhtenäiseksi matkailualueeksi**.
- Kalevalankankaalle rakennetaan selkeä, kevyt, uusimpia digimahdollisuuksia vahvasti hyödyntävä **operointimalli**.

Operatiivinen toimintaympäristö

- Rakennetaan **strategisesti verkottunut alueellinen yhteistyömalli**.
- Resursoidaan **Kuhmon matkailutiimi**.
- Vaalitaan osaavia matkailuyrityksiä kehittämällä tietotaitoa mm. vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen osa-alueilla. Kannustetaan yrityksiä **Sustainable Travel Finland-sertifikaattipolulle**.
- Ylläpidetään **yhteistyötä Metsähallituksen** kanssa ja luodaan suunnitelmat ja vastuunjaot virkistyspaikkojen, rakennusten ja tonttien käytöstä.
- Osallistetaan muut **elinkeinot mukaan matkailun kehittämiseen**.

Strateginen alueellinen DMO-verkottuminen, yhteistyömalli

Tavoitteet

- Kuhmossa toimii **matkailun kehitystä ja markkinointia koordinoiva elin**, joka toimii tiiviisti verkottuneena ympäröiviin organisaatioihin. Organisaation verkostopohjaisella työllä Kuhmo nostetaan näkyväksi ja houkuttelevaksi osaksi alueellista matkailua ja kansainvälistä myyntiä. Suomesta ja Kainuusta kiinnostunut matkailija ohjautuu luonnollisesti Kuhmon palveluiden ja tuotteiden luo.
- **Kuhmon matkailun brändi** on kirkastettu houkuttelevaksi ja toimivaksi matkailubrändiksi, joka integroituu sulavasti kansainväliseen Arctic Lakeland -brändiin.
- Kuhmon matkailun organisointi ja kehittäminen pohjautuu **tiedolla johtamiselle**. Tämä mahdollistetaan ajantasaisen ja todenmukaisen datan keräämisellä ja hyödyntämisellä.

Strategiset toimenpiteet

- Rakennetaan **Kuhmon matkailun yhteistyömalli** (DMO), jonka toiminnan lähtökohtana on strateginen alueellinen verkottuneisuus. Yhteisillä toimenkuvilla, toimenpiteillä ja resursseilla rakennetaan yhtenäinen ja toimiva yhteistyömalli.
- Kuhmo on mukana kehittämässä **koko Kainuun DMO-toimintamallia**.
- **Kuhmon matkailubrändi** kirkastetaan jo olemassa olevan brändityön pohjalta: Kuhmon brändi, Arctic Lakeland -brändi, Kainuun brändi. Juurrutetaan Kuhmo näkyvämmäksi osaksi Arctic Lakeland -brändiä, ja hyödynnetään sitä myös omassa viestinnässä ja tekemisessä.
- Luodaan **Kuhmon matkailun viestintäsuunnitelma**, jossa määritellään viestinnän vuosikello asiakassegmentit huomioiden
- Kehitetään **Kuhmon matkailun tilastointia**, jolloin matkailun kehittämistä koskevissa päätöksissä voidaan hyödyntää objektiivista dataa. Matkailua koskevassa päätöksenteossa hyödynnetään päätösten vaikutuksia arvioitaessa Kuhmon matkailun **skenaariolaskuria**.



DMO = Destination management organization,
matkailun kohdemarkkinointiorganisaatio

KUHMO

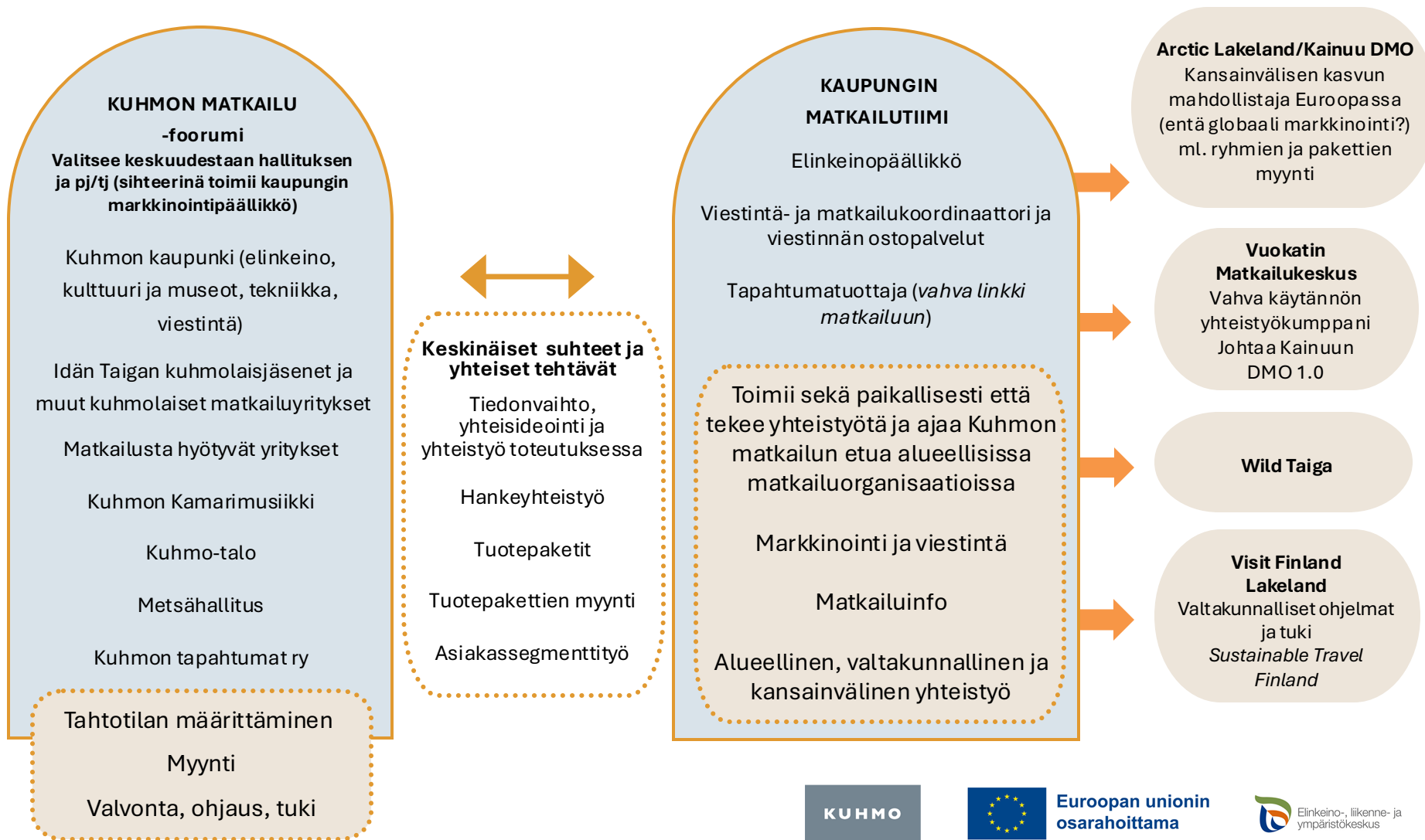


**Euroopan unionin
osarahoittama**



Yhtenäisen Kuhmon alueellisen matkailumyynnin ja -markkinoinnin yhteistyömalli

- + Vahva neuvottelukumppani ja edunajaja
- Riskinä pullonkaulailmiö



Strategian toteutus ja mittaaminen

Toimeenpano

Mittarit



Strategian toteutus ja mittaaminen

Onnistumisen mittarit

Matkailutulo vuonna 2028 18-27 miljoonaa euroa*

Majoituskapasiteettia on nostettu merkittävästi ja investorivetoisesti Kalevalankankaalla

Brändin vahvistaminen ja bränditutkimus

Diginäkyvyys soveltuvin mittarein

DMO-malli integroi Kuhmon matkailutoiminnot tehokkaasti ja tuloksellisesti Kainuun DMO-toimintaan

Profiloidutaan valikoiduissa asiakassegmenteissä laadukkaana ja houkuttelevana matkailukohteena mikä näkyy ao. segmenttien merkittävänä kasvuna

Kuhmon tunnettuus on mitattavasti kasvanut digimarkkinoinnin myötä ja matkailijoiden määrä on lisääntynyt paremman saavutettavuuden ja kasvaneen majoituskapasiteetin avulla

Toimeenpano

- Strategian toimeenpano ja toteutus tapahtuu yhteistyöverkostossa kaupungin ollessa ohjaavana toimijana
- Kaupunki (*strategiaryhmä*) seuraa määritettyjä mittareita ja raportoi strategian toteutumisen tulokset strategiakauden päätyttyä
- Matkailun strateginen toteutus ja Kuhmon matkailumarkkinointi ja -viestintä ovat synkronissa ja niitä ohjaa viestinnän vuosikello



Matkailutulomittarin laatimisessa on hyödynnetty *Kuhmon Kalevalankankaan kehittäminen kalevalaisuuden ja sotahistorian näkökulmista* -hankkeessa kehitettyä matkailutulolaskuria:

48 uuden rekisteröidyn vuodepaikan lisääminen → 12,3 M€
226 uuden rekisteröidyn vuodepaikan lisääminen → 18,1 M€

Strategian matkailutulomittariin on lisätty arvioidun rekisteröimättömän majoituksen osuus matkailutulosta

Kuhmon matkailustrategia 2026 - 2028

Visio

Kansainvälisesti menestyvä,
paikallisiin vahvuuksiin
nojautuva, verkottunut Kuhmo

Tavoite

Vuoteen 2028 mennessä
Kuhmo on kestävästi
kasvava, hyvämaineinen,
monipuolisia asiakkaita
palveleva, kansainvälistyvä ja
ympäriveroinen kainuulainen
matkailualue

Kasvun avaimet

Saavutettavuus, osaavat
yritykset, laadukkaan
majoituskapasiteetin nosto,
voimaa verkostoista

Strategiset valinnat

**Matkailun perusta paikallisissa
vahvuuksissa ja kärkituotteissa**

Monipuoliset asiakassegmentit

**Digitaalinen ja fyysinen
saavutettavuus**

**Matkailun fyysisen ja
operatiivisen toiminta-
ympäristön kehittäminen**

**Strateginen alueellinen DMO-
verkottuminen, yhteistyömalli**

Tavoitteiden mittaaminen

Matkailutulo vuonna 2028 18–27 milj. euroa

Majoituskapasiteettia on nostettu merkittävästi ja
investorivetoisesti Kalevalankankaalla

Brändin vahvistaminen ja bränditutkimus

Diginäkyvyysmittarit

DMO-malli integroi Kuhmon matkailutoiminnot
tehokkaasti ja tuloksellisesti Kainuun DMO-
toimintaan

Profiloidutaan valikoiduissa asiakassegmenteissä
laadukkaana ja houkuttelevana matkailukohteena
mikä näkyy ao. segmenttien merkittävänä kasvuna

Kuhmon tunnettuus on kasvanut digimarkkinoinnin
myötä ja matkailijoiden määrä on lisääntynyt
paremman saavutettavuuden ja kasvaneen
majoituskapasiteetin avulla

Kantavat voimat

Kuhmon kulttuuriin ja luontoon
perustuvat kärkituotteet, menestyksen
kumppanit

Kuhmon matkailu -foorumi

**Strategian johtaminen, valvonta ja
ohjaus ("Matkailunyrkki")**

Kuhmon matkailun Master Plan

KTT Riitta Kosonen riitta.kosonen@kuhmo.fi

FM Elina Puhakka elina.puhakka@kuhmo.fi

KUHMO



**Euroopan unionin
osarahoittama**

