

VETOVOIMAINEN JA SAAVUTETTAVA LUUMÄKI 2026

Elävää historiaa ja
kulttuuriperintöä vihreän
luonnon äärellä.

LUUMÄEN
MATKAILUSTRATEGIA

Versio 5.12.2023



Euroopan unionin
osarahoittama



ETELÄ-
KARJALAN
LIITTO



LAB University of
Applied Sciences

SISÄLTÖ

- Tausta
- Nykytila
- Visio ja tavoitetila
- Strategian tavoitteet
- Pääkohderyhmät
- Markkinointi ja näkyvyys
- Vetovoimakohteet
- Kärkiyritysten verkosto
- Nykyisten palveluiden kehittäminen
- Kestävä matkailu
- Strategian toteuttaminen
- Mittaaminen ja seuranta
- Toteutuksen käynnistäminen

TAUSTAA

Luumäen kunta sijaitsee Etelä-Karjalassa, kaakkoisessa Suomessa. Kunnan asukasluku on 4421 (2022) ja se on maakunnan 6. suurin kunta. Kunta sijaitsee Salpausselän ympärillä, puhtaiden vesistöjen ja hyvien liikenneyhteyksien äärellä.

Matkailukohteena Luumäki tunnetaan presidentti P.E.Svinhufvudin kotikuntana. Presidentin koti, Kotkaniemi, ja talvisodan jälkeen puolustuslinjaksi rakennettu Salpalinja nähtävyyksineen tarjoavat tietoa Suomen historian käännekohdista. Taavetin linnoitus puolestaan edustaa pidemmän aikavälin historiaa, toimien samalla merkinä kunnan keskeisestä sijainnista. Väliväylä ja Salpausselän ympäristö tarjoavat matkailijoille luonto- ja retkikohteita elämyksineen.

Luumäen kunnan matkailustrategia on laadittu osana Länsi-Saimaan kuntien elinvoimahanketta 2023-2024. Strategia on laadittu yhteistyössä Luumäen kunnan kanssa. Taustatyössä on hyödynnetty laajasti alueen yrittäjien näkemyksiä.

Matkailustrategiassa painotetaan sisältöjä, jotka

- edistävät Luumäen kiinnostavuutta ja näkyvyyttä matkailukohteena,
- luovat toimivan toteutustavan matkailun kehittämisvision ympärille,
- edistävät veturiyrittäjämallin kehittymistä ja käyttöönottoa,
- edellyttävät kunnan omistaman matkailuinfrastruktuurin ja matkailua tukevan infrastruktuurin kehittämistä.

NYKYTILA

MATKAILUYRITYSTEN NYKYTILA

VAHVUUDET

- Länsi-Saimaan alueen ainoa kunta, jossa on selkeästi isompi toimiva hotelli, myös kokous- ja koulutuspaikka.
- Alueella toimii useita pienempiä matkailuyrityksiä, tarjoten eritasoista majoituskapasiteettia.

HEIKKOUEDET

- Ryhmille ei ole tarjolla palvelujentuottajaa, joka pystyisi rakentamaan laajempia palvelukokonaisuuksia.
- Palvelutuottajien tarjontaa ei ole helppo löytää.
- Osa toimijoista on mahdollisesti jättäytymässä pois.

MATKAILUKOhteiden NYKYTILA

VAHVUUDET

- Kotkaniemi on selkeä vetovoimakohde ja sen ohella Salpa-asema sekä muut Itsenäisyudentien kohteet ovat saavutettavissa helposti.
- Väliväylään melonta- ja retkikohteena on panostettu.

HEIKKOUEDET

- Ympärivuotisesti toimiva vetovoimakohteita ei ole.
- Nähtävyyksiä on melko runsaasti, mutta niissä voi vierailta käyttämättä juurikaan rahaa.
- Yksittäisten omatoimikohteiden vetovoima on rajallinen.

MATKAILIJOIDEN NYKYTILA

VAHVUUDET

- Kesäisin järjestettävä Kotkaniemi foorumi on lisännyt yksittäisen kohteen näkyvyyttä ja vaikuttanut positiivisesti Luumäen näkymiseen kansallisesti.
- Alueella on tapahtumia, joilla pitkä historia ja ne ovat tunnettuja alueellisesti.

HEIKKOUEDET

- Monet kohderyhmät tarvitsisivat myös uutta sisältöä. Samat vierailijat eivät käy samoissa kohteissa kovin usein.
- Tutkittua kysyntätietoa ei ole riittävässä määrin käytettävissä.
- Pieni kunta jää helposti isompien jalkoihin.

MAAKUNNAN NYKYTILA

VAHVUUDET

- Etelä-Karjala sijaitsee Saimaan rannalla, jonka matkailullisesta potentiaalista on hyödynnetty vain murto-osa.
- Liikenneyhteydet ovat hyvät.

HEIKKOUEDET

- Maakunnan kaupungeista ei löydy vetovoimakohteita, joiden matkailijavirta edistäisi kehyskuntien matkailua.
- Yhden matkailijaryhmän varaan rakentaminen ja sen häviäminen näkyy pitkään alueella.
- Liikenneyhteyksistä lentokenttä on jatkuvan kiistelun kohteena.

VISIO JA TAVOITETILA

VISION MUKAINEN TAVOITETILA 2026

VISIO: Vetovoimainen ja saavutettava Luumäki 2026

Vahva paikallinen matkailuidentiteetti

- Luumäen ainutlaatuinen historia ja kulttuuriperintö ovat selkeästi esillä ja koettavissa.
- Luumäellä on selkeä paikallinen identiteetti.

Saavutettavat kohteet ja -palvelut

- Olemassa olevia matkailukohteita ja -palveluita on parannettu sekä tehty saavutettavammiksi, keskittyen erityisesti yhtenäiseen matkailukokemukseen ja paikallisten kohteiden esittelyyn.

Tunnettuuden lisääntyminen

- Luumäki on tunnetumpi matkailukohde kansallisesti.
- Yhteistyö GoSaimaan kanssa on tiivistynyt ja Luumäki on vakiintunut osa Saimaan alueen monipuolista tarjontaa myös kansainvälisesti.

Sitoutunut yhteistyö matkailun kehittämiseksi

- Tiiviimpi yhteistyö paikallisten yritysten, yhdistysten ja muiden toimijoiden kanssa on lisännyt matkailualan resursseja ja parantanut palveluiden laatua.

Kaakkois-Suomen kestävän matkailun kärkikunta

- Kestävän kehityksen periaatteet on otettu käyttöön ja kestävyys pyritään huomioimaan kaikissa matkailun kehittämistoimissa.

Matkailijan saumaton kokemus

- Asiakaskokemus Luumäellä on yhtenäinen ja vastaa odotuksia, painottaen henkilökohtaisuutta ja aitoja kokemuksia.

STRATEGIAN TAVOITTEET

TAVOITE

Luumäki
matkailukartalle

Veturiyitykset ja
vetovoimakohteet
kehittämisen kärkeen

Yhtenäinen
matkailukokemus
asiakkaalle

Kaakkois-Suomen
kehittyvin
matkailualue

TAVOITE KÄYTÄNNÖSSÄ

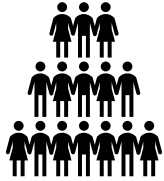
Luumäki nousee ryhmämatkailijoiden, perheiden ja yksilöiden kartoille houkuttelevana ja mielenkiintoisena paikkana pysähtyä ja viettää aikaa.

Luumäellä toimii riittävä määrä laadukkaita matkailualan veturiyityksiä ja vetovoimakohteita. Ne ovat saavutettavissa yhtenäisellä laatutasolla digitaalisesti ja fyysisesti.

Luumäellä toimivien yritysten ja kohteiden kytkentä matkailutoiminnan edistämiseen on varmistettu kävijöiden määrän (pysähdykset) ja viipymän kasvattamiseksi.

Jatkuvalla ja kehittyvällä yhteistyöllä on olemassa selkeät toimintamuodot. Luumäellä tehdään asioita kestävästi ja ajatellaan isosti yli kunta- ja maakuntarajojen.

TAVOITE 1: PÄÄKOHDERYHMÄT



ISOT RYHMÄT

- Suurempien ryhmien osalta on tunnistettava tarkemmat kohderyhmät, heidän tarpeensa ja kiinnostuksensa sekä päätöksentekotavat.
- Teemoitetut, useamman kohteen vierailukokonaisuuksien rakentaminen ja esittely korostuvat.
- Viipymän pidentäminen ja lisäpalveluiden tarjoaminen mahdollistuu.



PIENET RYHMÄT

- Räätelöityjä, yksilöllisiä kokemuksia, jotka vetoavat pienten ryhmien erityisiin mielenkiinnon kohteisiin.
- Markkinointi ja viestintä kohderyhmien mukaan, tehokkaasti, kohdennetusti ja vaikuttavasti.
- Paikallisten toimijoiden välisellä yhteistyöllä, voidaan tarjota kattavia palvelupaketteja, jotka houkuttelevat pieniä ryhmiä.



PERHEET

- Perheille suunnattujen aktiviteettien, kuten perheystävällisten reittien ja opastettujen perhetapahtumien kehittäminen.
- Markkinoinnissa ja viestinnässä käytetään kanavia, jotka tavoittavat perheet, kuten perhemediat ja sosiaalinen media.
- Turvallisuus, mukavuus, helppous – asiat, joita perheet tyypillisesti arvostavat tai pitävät itsestään selvinä matkailukohteessa.



SATUNNAISET MATKAILIJAT

- Kulttuuritapahtumia, erityisiä teemaviikonloppuja sekä luontokokemuksia, jotka on suunnattu pääsesongin ulkopuolella matkailijoille.
- Kekseliäs markkinointi ja viestintä pääsesonkien ulkopuolella.
- Paikallisten yritysten yhdessä luomat pääsesongin ulkopuoliset sisällöt, jotka houkuttelevat satunnaisia matkailijoita.

TAVOITE 1: MARKKINOINTI JA NÄKYVYYS



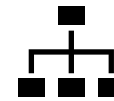
LUUMÄKI MATKAILUKOHTENA (KUNNAN NÄKÖKULMA)

- Luumäki erottautuu vahvalla matkailuidentiteetillään, tuoden esiin paikallista kulttuuria ja ainutlaatuisuutta.
- Kunta hyödyntää digitaalista läsnäoloa ja tekee tiivistä yhteistyötä alueen toimijoiden kanssa, korostaen paikallisia tuotteita ja elämyksiä.
- Tavoitteena on näyttäytyä kokoaan suurempana matkailukohtena.



MATKAILUYRITYKSET JA KOHTEET

- Markkinoinnin ja näkyvyyden kannalta matkailuyritysten ja -kohteiden tulee keskittyä tarinankerrontaan, joka nostaa esiin paikalliset erityispiirteet.
- Digitaalista näkyvyyttä on lisättävä merkittävästi, on luotava kiinnostavia sisältöjä ja hyödynnettävä sosiaalisen median alustoja.
- Yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa toimijat voivat laajentaa tavoitavuuttaan ja vahvistaa omaa sekä Luumäen brändiä matkailukohtena.



MUKANA OIKEISSA VERKOSTOISSA

- Painopisteen tulee olla verkostoissa, jotka tarjoavat konkreettisia taloudellisia hyötyjä ja mahdollisuuksia liiketoiminnan kasvattamiseen.
- Verkostot, jotka suoraan edistävät myyntiä, tehostavat toimintaa ja kasvattavat tulovirtoja ovat keskiössä.
- Alueelliset matkailuorganisaatiot, yrittäjäryhmät, paikalliset yritysverkostot ja digitaaliset alustat ovat myös tärkeitä, mutta hyöty näkökulmaa korostaen.

TAVOITE 2: VETOVOIMAKOHTEET



HISTORIALLISET NÄHTÄVYYDET

KOTKANIEMI

- Presidentti P. E. Svinhufvudin kotimuseo
- Luumäen tunnetuin vierailukohde, joka tarjoaa palveluita ryhmille ja yksilöille.
- Vuosittain n. 8000-10000 vierailijaa.
- Museo ja kahvila ovat säännöllisesti auki kesäkaudella, muuten tilauksesta.
- Lisäksi on teemoitettuja kokonaisuuksia mm. ennen joulua.

ITSENÄISYYDENTIE

- Itsenäisyydentien varrelle sijoittuvat eri aikakausien linnoitteet, rakennukset ja muistomerkit.
- Reitti, joka kokoaa alueen kohteita yhteen.
- Vierailija-/matkailijamäärä ei ole tiedossa.
- Reitin vahvempi hyödyntäminen matkailupalvelujen ja yhtenäisen matkailijakokemuksen kehittämisessä on tärkeää.



SOTAHISTORIA

SALPALINJA

- Suomen itärajaa myötäilee linnoiteketju Salpalinja, joka rakennettiin vuosien 1940–41 ja -44 aikana.
- Luumäki on yksi vahvemmin linnoitutuista paikkakunnista.
- Salpa-aseman korsut ovat avoimena kesäisin ja tilauksesta, alue on myös omatoimisesti tutustuttavissa.

TAAVETIN LINNOITUS

- 1700-luvun loppupuolen bastionilinnoitus.
- Kesäisin tapahtumia, tutustuvissa omatoimisesti, myös opastetuin kierroksin.
- Vapaa-ajan hyvinvointipalveluita: frisbeegolfrata ja pururata.
- Keskustaajaman ytimessä, palveluiden äärellä.



LUONTOKOHTEET JA -REITIT

VÄLIVÄYLÄN REITISTÖ

- Yksi Etelä-Suomen pisimmistä melontareiteistä.
- Mahdollistaa myös lyhyempien melontojen tekemisen.
- Retkeilyrakentaita väliväylän ympäristössä, palveluita lähinnä Kannuskoskella.
- Omatoimiretkelijät ja pienet ryhmät keskiössä.
- Kunta on kehittänyt rakenteita ja reittiä.

SALPAUSSELKÄ

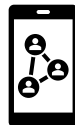
- Syntynyt mannerjään vetäytymisen pysähtytyä noin 12 300 - 12 100 vuotta sitten.
- Salpausselän pohjoispuolella on Kivijärvi, joka on erityisesti vapaa-ajan asukkaiden suosiossa. Eteläpuolella pienten järvien ja latvavesien laaja kokonaisuus.
- Hyödyntäminen matkailussa on rajallista. Luontokohteita on, mutta ne eivät ole kovin tunnettuja.

TAVOITE 2: KÄRKIYRITYSTEN VERKOSTO



YRITYSTEN TOIMIVA YHTEISTYÖVERKOSTO

- Yhteistyöfoorumi säännöllisille tapaamisille ja ideoiden vaihdolle.
- Kärkiyritysten profiloituminen matkailun veturiksi.
- Yhteinen markkinointisuunnitelma, joka korostaa paikallista identiteettiä ja ainutlaatuisuutta.
- Monipuolisten matkailupakettien luominen, jotka sisältävät majoituksen, ruokailun, aktiviteetit ja kulttuurikokemukset.
- Palautekanavat, pelisäännöt ja ristiriitojen ratkaisut yhteistyössä.



TARJONNAN NÄKYMINEN KOKONAISUUTENA ASIAKKAALLE

- Kaikkien keskeisten palveluiden tulisi näkyä asiakkaalle yhdenmukaisesti.
- Varausjärjestelmien ja pakettien tulisi kuvastaa tarjontaa kokonaisvaltaisesti.
- Digitaalisen läsnäolon ja visuaalisten työkalujen, kuten karttojen ja sovellusten, tulee helpottaa palvelukokonaisuuden hahmottamista.
- Matkailijoita tulee aktiivisesti opastaa ja tiedottaa alueen tarjonnasta.



YHTENÄINEN ASIAKASKOKEMUS PAIKAN PÄÄLLÄ

- Palvelutarjonnan on vastattava lupauksia.
- Aina on löydettävä taho, joka pystyy neuvomaan asiakasta palvelukokonaisuuden osalta.
- Opasteiden ja infopisteiden tulisi olla selkeitä ja hyvin sijoiteltuja (ja ajantasaisia).
- Ympäristön tulisi olla kunnossa ja turvallinen.
- Pienten matkailu- ja palvelutoimijoiden riskienhallintaa tulisi tehdä yhteistyön avulla, joka näkyy asiakkaalle eheänä kokonaisuutena.

TAVOITTEET 3 JA 4: NYKYISTEN PALVELUIDEN KEHITTÄMINEN



MAJOITUSPALVELUT (ryhmät)

- Hotellin palveluiden parantaminen, paikallisten majoitusvaihtoehtojen hyödyntäminen lisätarjontana ryhmille ja isompien tapahtumien järjestäminen.
- Aktiiviteettipalveluiden lisääminen ryhmille.



MAJOITUSPALVELUT (pienryhmät/perheet/yksilöt)

- Mökkimajoituksen kehittäminen: varustelutason parantaminen, yhtenäisen varauspalvelun hyödyntäminen ja yhteistyön syventäminen paikallisten palveluntarjoajien kanssa.
- Yhtenäinen asiakaskokemus.
- Uusien yrittäjien löytäminen poistuville kohteille ja yrityksille.



REITIT

- Historiateeman parempi hyödyntäminen.
- Saavutettavia pyöräily- ja vaellusreittejä eri kohderyhmille.
- Kunnassa toimivien palveluyritysten ja tarjonnan yhdistäminen reittien ympärille.
- Reitit tukeutuvat yksittäisiin vierailukohteisiin, pidentäen viipymää.



OHJELMAPALVELUT

- Monipuoliset ohjelmapalvelut ryhmille: aktiviteetit, kulttuuri- ja historiakerrokset, luontoseikkailut, paikalliset aktiviteetit.
- Ruokaelämykset paikallisista herkuista, teemapäivät ja vuodenaikoihin liittyvät erityistapahtumat.



KAUPPA

- Paikallisten tuotteiden esiin nostaminen.
- Verkkokaupan toimivuuden edistäminen, ryhmien ja yksilömatkailijoiden tarpeisiin.
- Teema- ja markkinpäiviä, paikallisuuden korostaminen.



KAHVILAT JA RAVINTOLAT

- Paikalliset raaka-aineet, kotoisa tunnelma, pienimuotoiset kulttuuritapahtumat.
- Sesongin ulkopuolisen ajan hyödyntäminen erikoistarjouksilla.
- Paikallisten toimijoiden kanssa tehtävä yhteistyö ml. matkailukohteet ja tapahtumajärjestäjät.

TAVOITTEET 3 JA 4: KESTÄVÄ MATKAILU



HERÄÄMINEN

- Järjestetään koulutuksia ja työpajoja, joissa korostetaan kestävä matkailun merkitystä ja sen hyötyjä liiketoiminnalle (toiminnalle).
- Tarjotaan tietoa ja resursseja, jotka auttavat ymmärtämään kestävä matkailun vaikutuksia.
- Järjestetään vierailuja ja oppimismahdollisuuksia yrityksiin, jotka ovat onnistuneesti edistäneet omien tuotteiden ja palveluiden kestävyttä.

TOTEUTUKSET

- Rohkaistaan erityisesti yrityksiä kehittämään kestäviä toimintatapoja, kuten energiatehokkuutta, jätteen vähentämistä ja paikallisten resurssien hyödyntämistä.
- Tuetaan erityisesti ympäristöystävällisten tuotteiden ja palveluiden kehittämistä.
- Edistetään tapoja, joilla yritykset voivat ottaa kestävä matkailun periaatteita jokapäiväiseen toimintaan.

ARVIOINTI

- Lisätään ymmärrystä erilaisista arviointi- ja sertifiointimenettelyistä.
- Autetaan yrityksiä seuraamaan ja arvioimaan toteutettujen ratkaisujen vaikutuksia ympäristöön, talouteen ja yhteisöön.
- Opastetaan yrityksiä keräämään palautetta matkailijoilta, yhteistyöyrityksiltä ja yhteisöltä kestävyden parantamiseksi.
- Huomioidaan yhteisessä markkinoinnissa ponnistelut ja tulokset kestävä matkailun edistämiseksi.

JATKUVA KEHITTÄMINEN

- Kestävä matkailun täytyy olla liiketaloudellisesti kannattavaa.
- Pidetään yllä jatkuvaa dialogia ja yhteistyötä matkailualan toimijoiden kanssa kestävien käytäntöjen kehittämiseksi ja levittämiseksi.
- Päivitetään säännöllisesti suunnitelmia ja toimia kestävä matkailun trendien ja parhaiden käytänteiden mukaisesti.
- Tuotetaan tietoa ja käytännössä hyödynnettäviä toteutustapoja kestävä matkailun kehittämiseen ja ylläpitämiseen.

STRATEGIAN TOTEUTTAMINEN

Luumäen kunnan matkailustrategian tulee keskittyä toteutuksessa:

1. Infrastruktuurikohteiden kehittäminen ja ylläpito priorisoidusti:

Keskittyminen tärkeimpiin kohteisiin, joihin kunta voi vaikuttaa.

2. Yhteistyön rakentaminen paikallisten toimijoiden kanssa ja yrityspalveluiden kehittäminen: Edistää paikallisten yritysten välistä yhteistyötä ja tarjoaa asiantuntijatukea yritysten kehittymiselle.

3. Kuntamarkkinointi ja brändäys: Parantaa alueen näkyvyyttä ja vetovoimaisuutta kuntatasolla.

4. Matkailupalveluiden monipuolistaminen (ohjaus, tuki, kehittämisen omistajuus): Kehittämiskokonaisuuden johtaminen sekä uusien palveluiden kehittämiseen kannustaminen ml. kestävä matkailu.

5. Tapahtumien ja aktiviteettien tukeminen: Lisätä alueen houkuttelevuutta tukemalla tapahtumia ja aktiviteetteja.

Tässä strategiadokumentissa on kuvattu Luumäen kunnan näkökulmasta sisältöjä, joihin kunnan tulisi matkailun osalta keskittyä.

Kunta ei voida tehdä ratkaisuja yksittäisten yritysten puolesta. Matkailutoiminta on yksi potentiaalisimmasta elinkeinotoiminnan kehittämisen alueista kunnassa.

Yksittäisten yritysten visiot ja toteutukset eivät kuitenkaan irrallisina pysty lisäämään matkailun kehittämisvoimaa riittävästi.

Toimiva yhteistyö kunnan ja eri toimijoiden osalta sekä toimijoiden kesken on ratkaisevan tärkeää.

Yksittäisten yritysten ja toimijoiden näkökulmasta kunnan vetovastuu matkailukokonaisuuden edistämisessä on varsinkin alussa kriittistä.

MITTAAMINEN JA SEURANTA

TAVOITE	Veturiyritykset ja vetovoimakohteet kehittämisen kärkeen	Yhtenäinen matkailukokemus asiakkaalle	Kaakkois-Suomen kehittyvin matkailualue	
MITÄ MITATAAN?	Matkailijamäärien muutokset, sosiaalisen median mainonnan tuottama sitoutuminen ja asiakkaiden palaute (suora, yritykset ja matkailukohteet).	Veturitoiminnan onnistuminen, vetovoimakohteiden tunnettuuden kasvu ja uusien kehityshankkeiden käynnistyminen.	Asiakaskokemuksen laatu, yhtenäisten palvelupolkujen määrä, palveluiden saumattomuus palautteen perusteella.	Kestävän matkailun sertifiointien määrä, ekologisen jalanjäljen pienentyminen, alueen matkailun taloudellinen kasvu.
MIKSI MITATAAN?	Panostusten vaikutukset lyhyellä aikavälillä: lisääntyvä kiinnostus kuntaa kohtaan, matkailijamäärien kehittyminen ja saadun palautteen sisältö.	Veturitoimijoiden roolin vahvistuminen alueen kehityksessä, vetovoimakohteiden suosion ja tunnettuuden kasvun mittaaminen, uusien ratkaisujen synty ja toteutus.	Kokemusten yhtenäisyyden parantuminen asiakkaan näkökulmasta, palvelupolkujen ja asiakaspalautteen kehitys.	Kaakkois-Suomen aseman vahvistuminen kestävän matkailun alueena, ympäristövaikutusten vähentyminen ja matkailun tuottaman taloudellisen hyödyn seuranta.

TOTEUTUKSEN KÄYNNISTÄMINEN

Länsi-Saimaan kuntien elinvoimahankkeessa 2023-2024 on laadittu ehdotus Luumäen kunnan matkailustrategiaksi. Strategian tarkoituksena on ohjata ja inspiroida kuntaa, kunnassa toimivia yrityksiä ja muita tahoja kehittämään Luumäen kunnasta entistä elinvoimaisemman ja houkuttelevamman matkailukohteen.

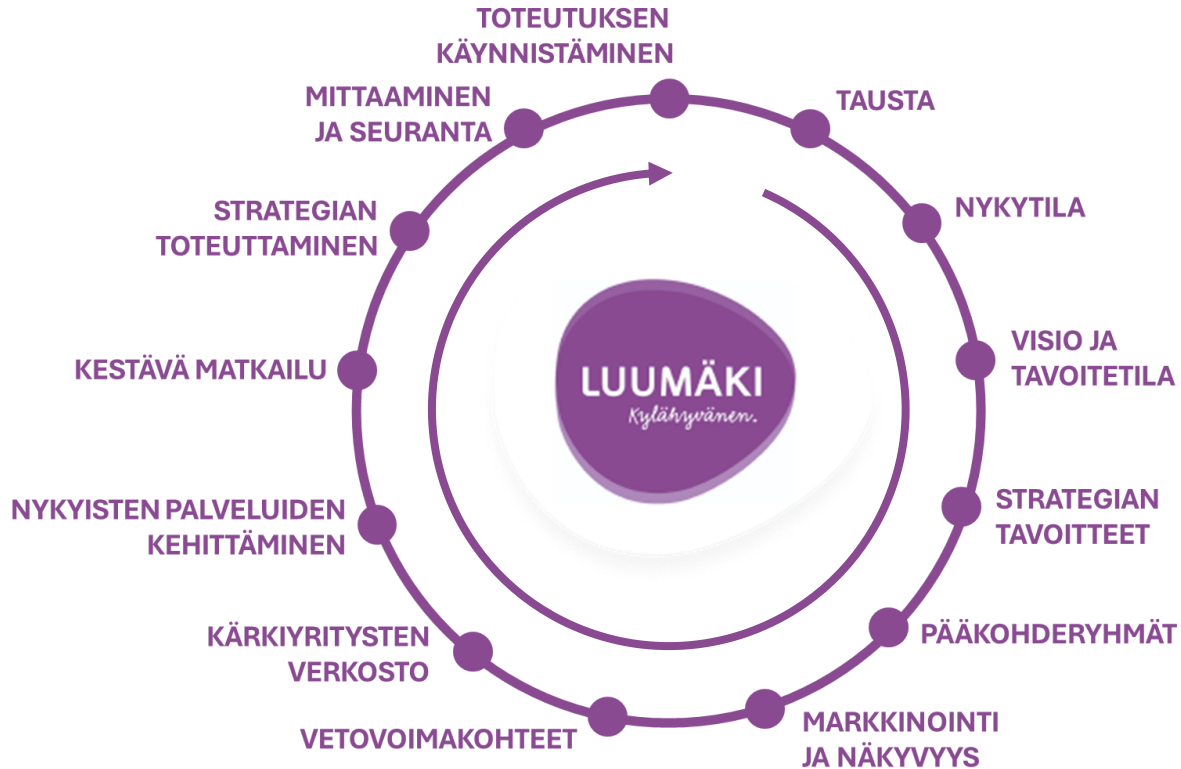
On tärkeää ymmärtää, että tämä strategia itsessään ei tuo muutosta; se on työkalu, joka vaatii aktiivista toimeenpanoa ja sitoutumista yhteisen vision toteuttamiseen.

Kunta on tämän strategiaehdotuksen omistaja. Kunnan tehtävänä on ottaa vastuu strategian toteuttamisesta, mutta menestyksellä toteutus perustuu yhteistyöhön - paikallisten yritysten, yhteisöjen ja yksittäisten kuntalaisten kanssa.

Strategiaehdotusta voi hyödyntää monella tapaa:

- **Pilotointi:** Strategiasta voidaan valita yksi tai kaksi osa-aluetta ja pilotoida niitä ensin. Se voi auttaa ymmärtämään käytännön haasteita ja mahdollisuuksia pienemmässä mittakaavassa.
- **Koulutus ja valmennus:** Länsi-Saimaan kuntien elinvoimahankkeen toimesta voidaan edistää koulutusta ja valmennusta avainhenkilöille ja yrittäjille, jotta strategian tavoitteet ja toimenpiteet ovat kaikille selkeitä ja toteutettavissa.
- **Mittaaminen ja seuranta:** Ehdotuksessa olemme painottaneet lyhyen aikavälin mittareita ja seurantamekanismeja, jotka auttavat liikkeellelähdössä. Niistä on hyötyä strategian toteuttamisen arvioinnissa ja tarvittavien muutosten tekemisessä.

YHTEENVETO



- Luumäen matkailustrategia koostuu strategiaympyrän toisiinsa tukeutuvista kolmestatoista osa-alueesta.
- Matkailustrategia on tehty muokattavaksi. Se on vain esimerkki, jonka tulee mukautua aina vallitsevaan aikaan ja toimintaympäristöön.
- Luumäen matkailustrategia on Länsi-Saimaan kuntien elinvoimahankkeen 2023-2024 julkinen tulos, joka on vapaasti hyödynnettävissä.
- Tässä materiaaliassa esiintyvät logot ovat tekijänoikeuden alaista materiaalia. Niiden käyttöoikeudesta on sovittu erikseen.
- Lisätiedot ja huomiot materiaalista:

Projektipäällikkö Arto Teittinen
LAB-ammattikorkeakoulu
+358 50 325 3895
arto.teittinen@lab.fi