

Tallinna turismi arengusuunad



Tallinna turismi arengusuunad

Sisukord

- 2 Tallinna turismiarenduse lähtekohad
- 3 Sissejuhatav ülevaade Tallinna turismi arengusuundadest
- 4 Tallinn 2035 visioon ja turism
- 5 Tallinna turismieesmärk 2035 ja eesmärgi moodsikud
- 7 Tallinna turismi tegevusprogramm: Turismi sihtkoha tuntus ja tasakaalustatud turismiarendus.
- 7 Kaks olulist tegevussuunda: sihtkoha tuntus ja meeldiv külastuselamus
- 7 Tegevusprogrammi tulemusmoodsikud
- 8 Tegutsemise põhimõtted
- 9 Tallinna turismi tegevusprogrammi rakendamise koordinaator
- 9 Koosloomes osalejad
- 11 Tallinna turismi tegevusprogrammi rajaplaan 2023-2026
- 12 Seitse globaalset trendi, mis turismi lähiaastatel mõjutavad
- 13 Tallinna kui reisisihtkoha peamised väljakutsed
- 13 Tallinna kui reisisihtkoha unikaalne väärtuspakkumine
- 14 Tallinna kui rahvusvahelise reisisihtkoha peamised sihtgrupid
- 15 Tallinna turismi põhifookused 2023-2026
- 15 Sihtkoha tuntuse tõstmine
- 17 Meeldiva külastuselamuse kujundamine

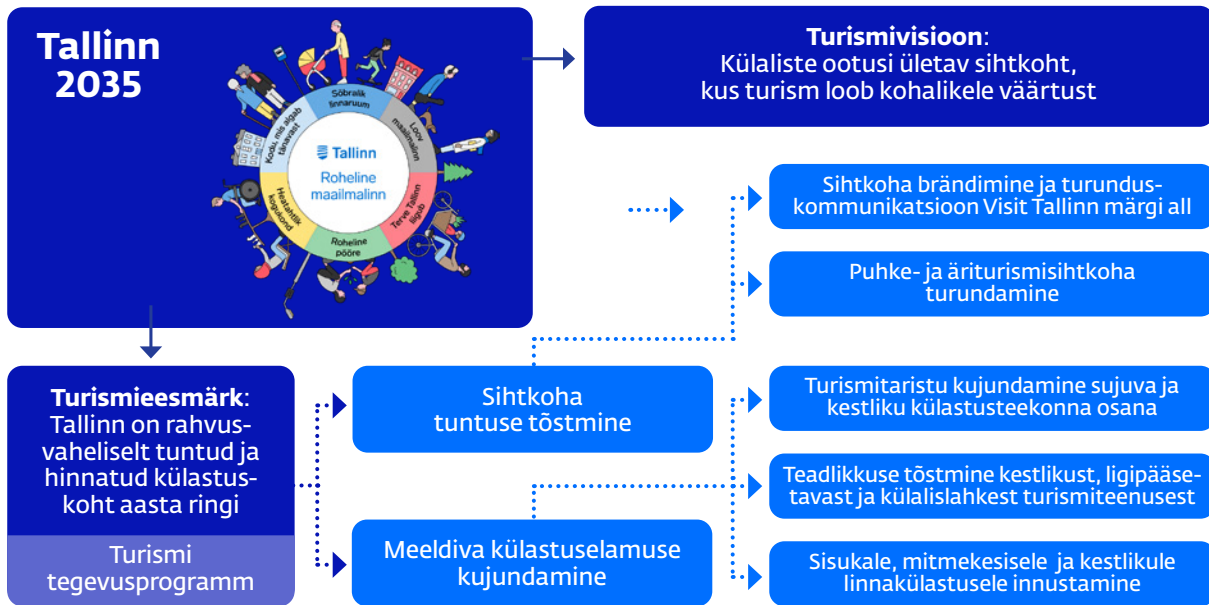
Tallinna turismiarenduse lähtekohad

Tallinna turismiarendus põhineb [arengustrateegial „Tallinn 2035“ ja selles sõnastatud turismieesmärgil](#) ja [„Tallinn 2035“ arengustrateegia rakenduskaval aastateks 2023–2026](#).

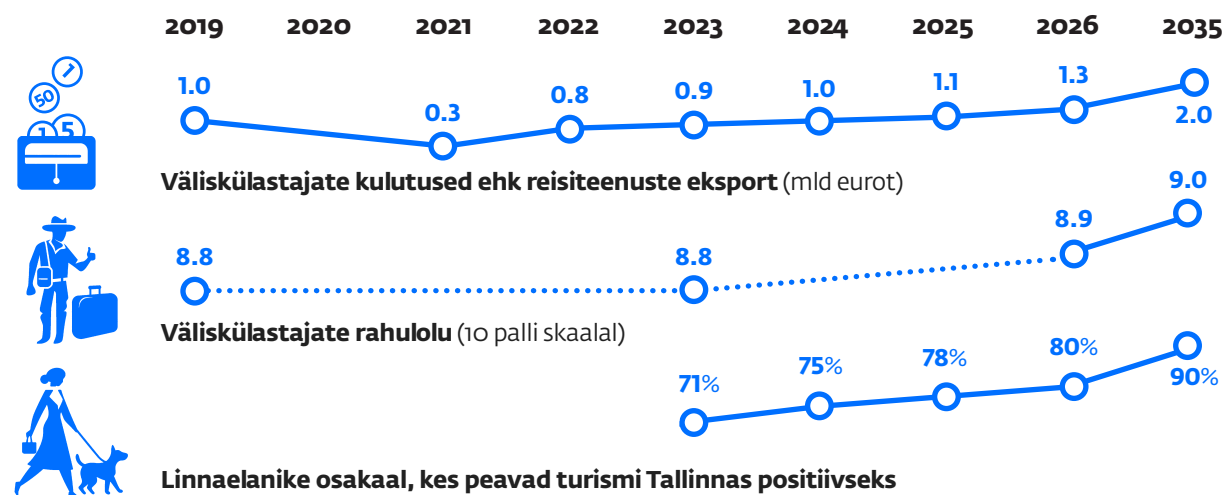
Tallinna turismiarendusega on seotud ka teised raamdokumendid:

- [Eesti turismistrateegia 2022-2025](#) ja Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse „Turismi sihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm“
- [Tallinna kliimakava](#)
- Tallinna liikuvuskava (kinnitamisel)
- Tallinna vanalinna arengukava (koostamisel)

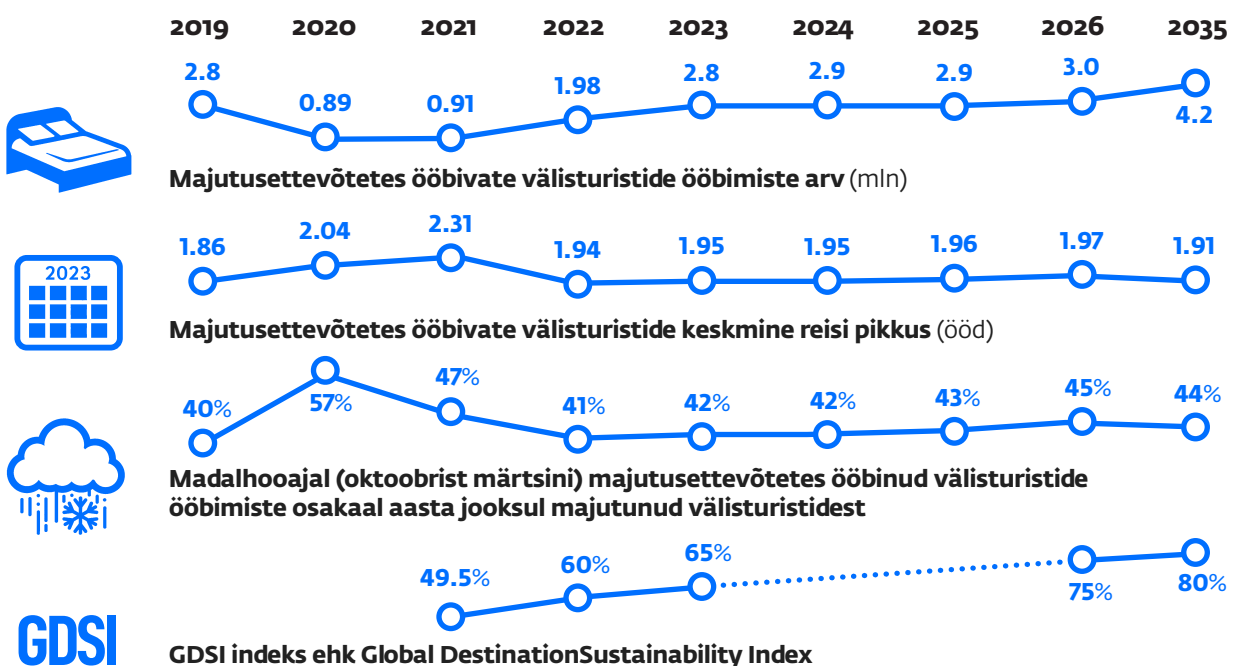
Sissejuhatav ülevaade Tallinna turismi arengusuundadest



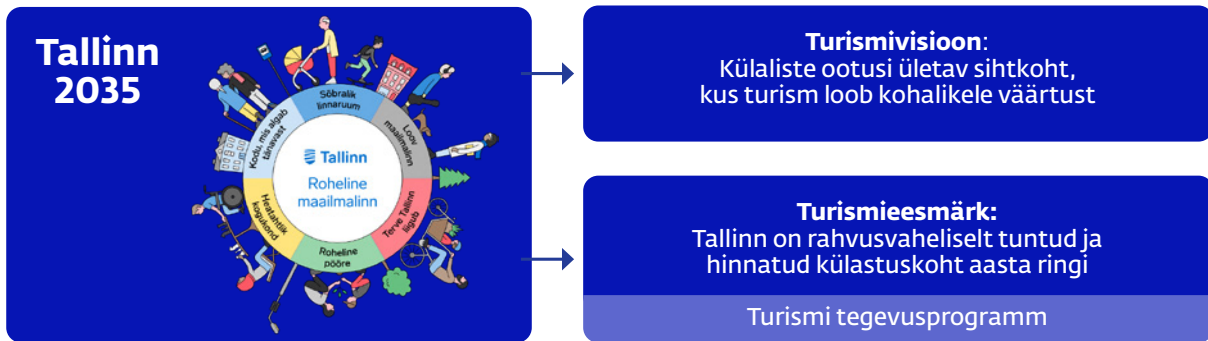
„Tallinn 2035“ turismieesmärgi mõjumõõdikud



„Tallinn 2035“ turismi tegevusprogrammi tulemusmõõdikud



Tallinn 2035 visioon ja turism



Tallinn – roheline maailmalinn

Arengustrateegias „Tallinn 2035“ on pealinna [visioon](#) olla roheline maailmalinn, kus elatakse tulevikku vaatavalt ja pärandit väärtustavalt. Tallinn on Eestis üks rohepöörde eestvedajaid: sinne majandus ja eluviisid mõjutavad kogu riigi elanikkonna heaolu. Tallinna rohepöörde eluviimise mudel on maailmas eeskujuks.

Tallinn – külaliste ootusi ületav sihtkoht, kus turism loob kohalikele väärtust

„Tallinn 2035“ visioneerib Tallinna kui ligitõmbavat turismisihtkohta, mis ületab külaliste ootusi. Tallinna turism on jätkusuutlik: turism on keskkonda, kohalikku ajaloo- ja kultuuripärandit säästev ning kohalikule kogukonnale väärtusi loov.

Seega tuleb pealinna turismiarendust suunata selliselt, et Tallinn on rahvusvaheliselt atraktiivne külastuskoht, kus turism mõjutab positiivselt kohalike heaolu.

Tallinn on rahvusvaheliselt atraktiivne külastuskoht

Tallinn on põnevate kontrastide linn. Siin saab tutvuda eheda eri ajastute ajaloo- ja kultuuripärandiga, mis tänu loovusele ja innovatsioonile on saanud uue hingamise. Tallinna teevad kütkestavaks UNESCO maailmapärandi nimekirja kuuluv keskaegne vanalinn, eripalgelised naabruskonnad, puhas ja vaheldusrikas linnaloodus, mitmekesine kultuurielu ning kohalik toit. Tallinnaga on põhjust tutvuma tulla aasta ringi. Nüüdisaegse, keskkonnateadliku ja innovaatilise pealinnana ning eri valdkondade kompetentsikeskusena pakub Tallinn ideaalseid võimalusi rahvusvaheliste konverentside, motivatsioonireiside ja ürituste korraldamiseks. Tallinn on atraktiivne filmivõtete sihtkoht välismaistele tootjatele. Tallinn on külalislahke.

Turism mõjutab positiivselt kohalike heaolu

Tallinna turismiarendus peab silmas, et Tallinna turism on tasakaalustatud: linna külalised saavad ootusi ületava külastuselamuse ja tallinlased hindavad turismimajanduse mõju positiivselt.

Tasakaalustatud turismiarendus on kestlik. Maailma Turismiorganisatsiooni [defnitsiooni](#) kohaselt võtab kestlik turism arvesse praegusi ja tulevasi majanduslikke, sotsiaalseid ja keskkonnamõjusid, rahuldades külastajate, turismitööstuse, keskkonna ja kohalike kogukondade vajadusi.

Tallinna kestliku turismiarenduse tulemusena:

- Kasutatakse keskkonnaressursse optimaalselt. Turismi- ja külalislahkuse sektoris rakendatakse keskkonnanajuhtimise süsteeme ja täidetakse [Tallinna kliimaneutraalse arengu eesmärgi](#). Info kestlike turismitoodete ja -teenuste ja vastutustundlike teenusepakkujate kohta on kergesti leitav ning linnakülalised teevad Tallinnas viibides vastutustundlikke valikuid.
- Säilitatakse kohalikku ajaloo- ja kultuuripärandit ning traditsioone. Tallinna tutvustades tutvustatakse kohalikku mitmekesisust ja rikkalikku ajaloo- ja kultuuripärandit ning traditsioone ning aidatakse kaasa selle säilimisele.
- Aidatakse kaasa kultuuridevahelisele mõistmisele ja sallivusele ning austatakse kohalike kogukondade sotsiaal-kultuurilist autentsust. Linnakülalisi julgustatakse õppima ja austama kohalike traditsioone, kombeid ja eluviise ning luuakse võimalusi, kus nad saavad sisukalt suhelda kohalike kogukondadega, et õppida nende kultuurist ning ajaloo- (erinevad kultuuri- ja haridusprogrammid, kohalike käsitöömeistrite töötoad, kultuurfestivalid, näitused, kohalike giidide teenuseid jmt).
- Luuakse kohalikele väärtust. Turism soodustab kohaliku ettevõtluse arengut. Rahvusvahelised konverentsid aitavad Tallinnal koguda rahvusvahelist tuntuust eri valdkondade kompetentsikeskusena. Tallinna turismi-, konverentsi- ja külalislahkuse klastris tegutsevad ettevõtjad järgivad [vastutustundliku ettevõtluse põhimõtteid](#). Tallinlaste hinnangul mõjub turism positiivselt majandusele, tööhõivele, kultuurielule, aitab kaitsta ajaloolist pärandit, avardab vaba aja veetmise võimalusi, loob linnas positiivset meeleolu, aitab kaasa uute ideede ja oskusteabe levikule, soodustab rahvusvaheliste koostöövõrgustike arengut, hoiab puhta avaliku ruumi ja keskkonna.

Tallinna turismi arendatakse sidusrühmade (linn, riik, erasektor, linnaelanikud) teadlikul osalemisel ja koostööl.

Tallinna turismieesmärk 2035 ja eesmärgi mõõdikud

Arengustrateegias „Tallinn 2035“ on sõnastatud ettevõtluskeskkonna valdkonna eesmärk: **Tallinn on rahvusvaheliselt tuntud ja hinnatud külustuskoht aasta ringi.**

Eesmärgi täitmist hinnatakse läbi mõju- ja tulemusmõõdikute.

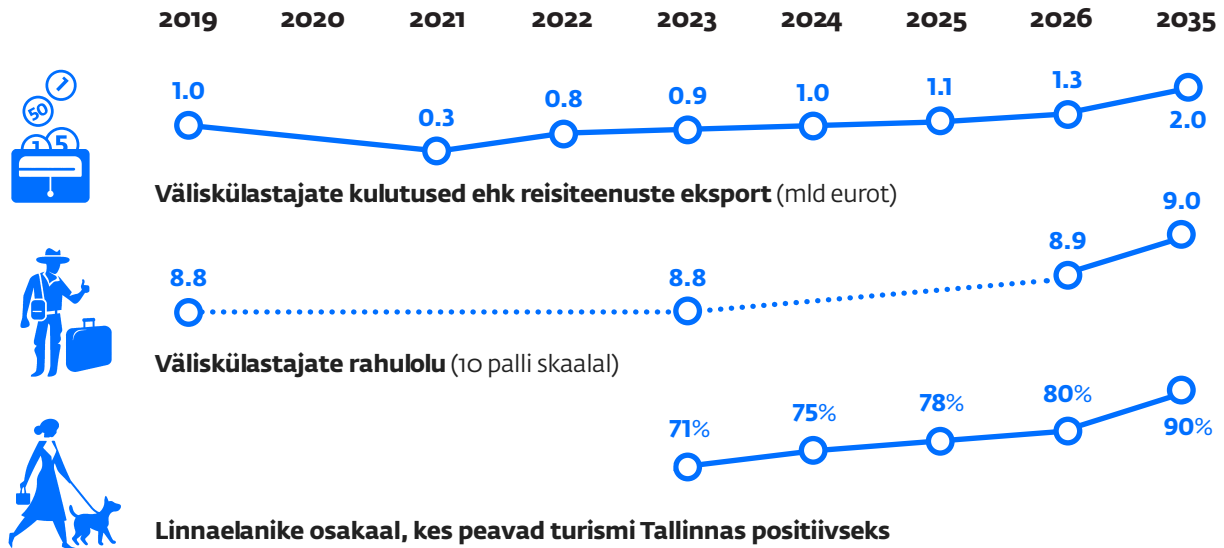
Mõjumõõdikud:

- Välisküllastajate kulutused (reisisenuste eksport)
- Välisküllastajate rahulolu
- Linnaelanike hinnangud (elanike osakaal, kes peavad turismi Tallinnas positiivseks)

Tallinna turismieesmärgi mõju hinnatakse seeläbi, et Tallinna välisküllastajad on teinud siin kulutusi ja Tallinna külastusega rahule jäänud. Seega tuleb sihtkoha turundustegevustes keskenduda maksejõulistele sihtgruppidele, kellele on valmisolek tulla Tallinna kauemaks. Kui välisküllastajate rahulolu Tallinna külastuskogemusega on kõrge, siis on neil suurem valmidus Tallinna taasküllastada ja sõpradele soovitada. Sõprade soovitusel on aga üheks väga oluliseks reisimise motivaatoriks. Tallinna turism peab olema tasakaalustatud, mis tähendab, et linna külalised on rahulolevad ja tallinlased tunnetavad turismimajanduse kasulikku mõju. Seepärast on oluline mõõta väliturismi mõju, mis avaldub külalislahkuse sektori ettevõtlus-

saktiivsuses, tööhõives, riigi maksutuludes, tallinlaste elukvaliteedis. Väliturism saab kasvada niikaua kuni tallinlased hindavad välituristide mõju positiivsena ega pea turistide arvu häirivaks. Diskussioon tallinlastega turismi mõjude üle on oluline.

„Tallinn 2035“ turismieesmärgi mõjumõõdikud

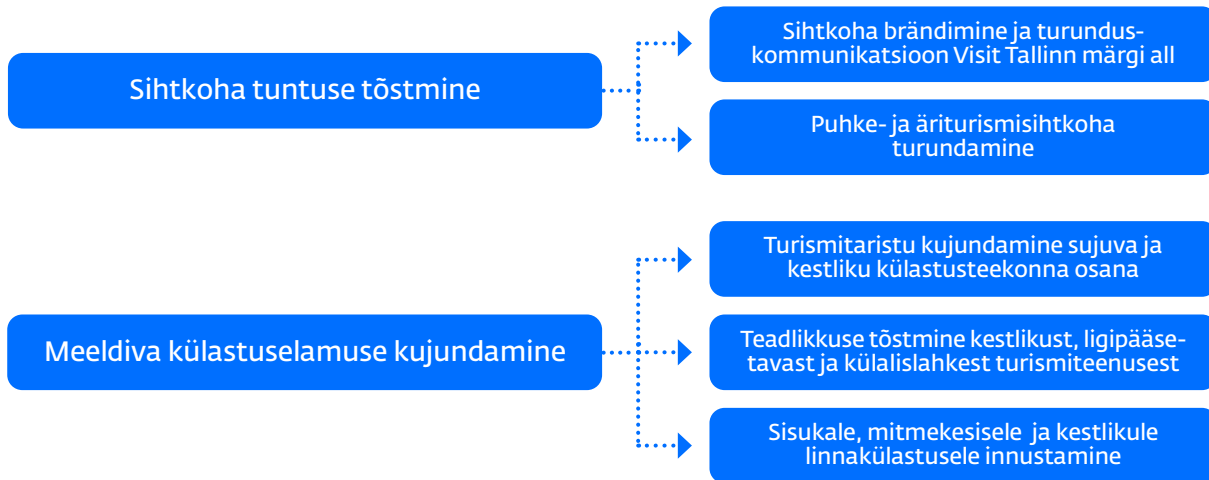


Turism panustab [„Tallinn 2035“ strateegilistesse sihtidesse](#): loov maailmalinn, sõbralik linnaruum, roheline pööre, heatahtlik kogukond.

Turism panustab ülemaailmsete säästva arengu eesmärkide täitmisse



Tallinna turismi tegevusprogramm: Turismi sihtkoha tuntus ja tasakaalustatud turismiarendus



Arengustrateegia „Tallinn 2035“ turismieesmärki viiakse ellu läbi turismi tegevusprogrammi „Turismi sihtkoha tuntus ja tasakaalustatud turismiarendus“

Kaks olulist tegevussuunda: sihtkoha tuntus ja meeldiv külastuselamus

Tulenevalt „Tallinna 2035“ turismieesmärgist – Tallinn on rahvusvaheliselt tuntud ja hinnatud külastuskoht aasta ringi – keskendub tegevusprogramm **kahele olulisele tegevussuunale**:

Sihtkoha tuntuse tõstmine. Tallinn on rahvusvaheliselt tuntud ja kõrgelt hinnatud aastaringne Läänemere piirkonna puhke- ja äriturismi sihtkoht. Sihtkoha positiivset kuvandit hoitakse ja tuntust suurendatakse sihtkoha brändingu ja turundustegevuste kaudu strateegiliselt olulistel sihtturgudel ja olulistele sihtgruppidele.

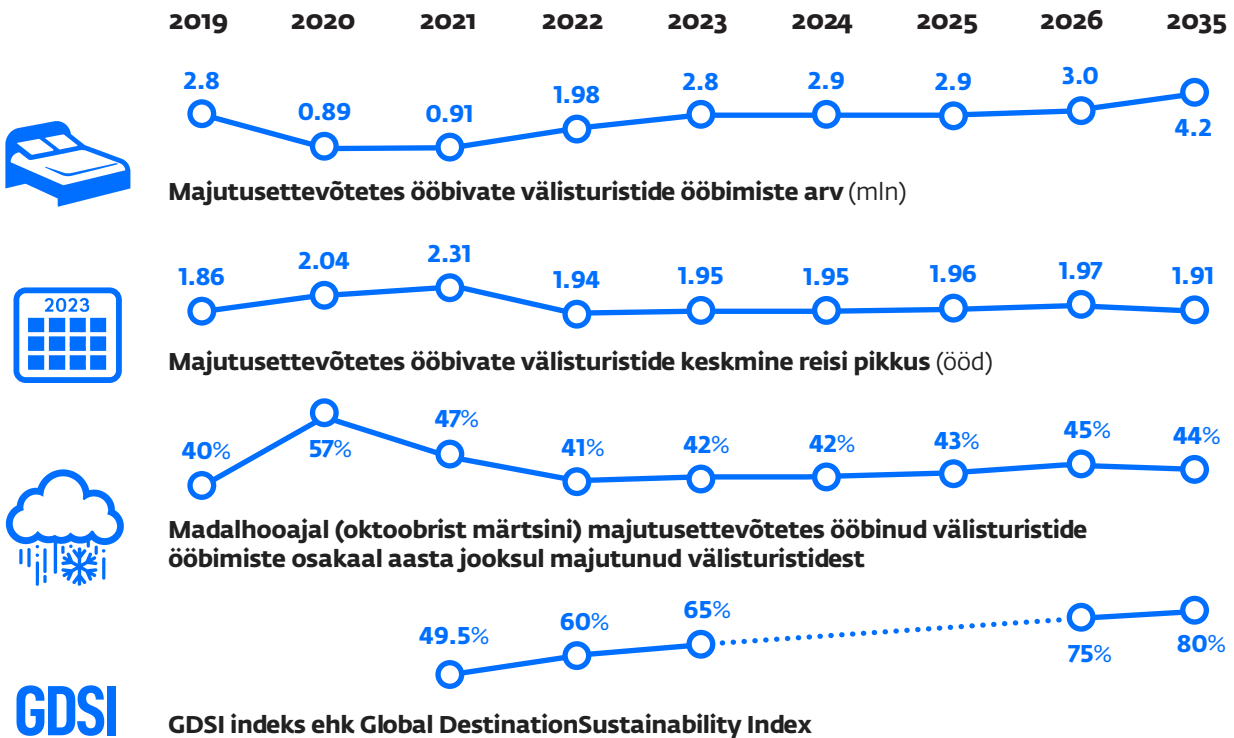
Meeldiva külastuselamuse kujundamine. Meeldiva külastuselamuse kujundamiseks arendatakse külastustee koostöös erinevate sidusgruppidega. Sisukale, mitmekesisele, kestlikule ja pikemale linnakülastusele innustatakse läbi nutikate ja mugavate lahenduste ning külastajate jaoks harjumuspäraste infokanalite.

Tegevusprogrammi **tulemusmõõdikud**

- Majutusettevõtetes ööbivate välituristide ööbimiste arv
- Majutusettevõtetes ööbinud välituristide keskmine reisi pikkus
- Madalhooajal (oktoobrist märtsini) majutusettevõtetes ööbinud välituristide ööbimiste osakaal aasta jooksul majutunud välituristidest
- [Global Destination Sustainability Index](#)

Mõõdetakse majutusettevõtetes ööbivate välislastide ööbimiste arvu ja keskmist reisi pikkust, sest Tallinnas pikemalt viibides ka kulutatakse rohkem. Seega tuleb tegevusi planeerides tuleb valida õiged sihtgrupid ja neid inspireerida pikemaks linnakülastuseks. Tallinna turism on hooajaline, mis tingib ka ebaühtlase teenuste kvaliteedi ja pakkumise. Hooajalisust saab mõjutada ning seetõttu on see ka sihiks seatud ja mõõdikuna välja toodud. Kestlikul turismiarenduse teel edu hindamiseks ja Tallinna konkurentlinnadega võrdlemiseks kasutatakse Global Destination Sustainability indeksit.

„Tallinn 2035“ turismi tegevusprogrammi tulemusmõõdikud



Tegutsemise põhimõtted

Turismiprogrammi rakendades lähtutakse olulistest tegutsemise põhimõtetest:

Andmepõhisus. Turismiarendus ja -turundus põhinevad andmetel, analüüsidel ja monitooringutel. Vajalikud andmed, sealhulgas ka reaalaaja andmed ja nende mõistmiseks vajalik lugemisoskus on olemas. Infot jagatakse turismi- ja külalislahkuse sektoriga. Reaalaaja andmeid kasutatakse meeldiva külastuselamuse kujundamisel, et linnakülaline saaks külastuskogemusest maksimumi võtta.

Digitaalsus. Digiturundus ja oma digikanalite arendamine lähtub rahvusvahelistest trendidest ja küllastajate ootustest.

Innovatiivsus. Uued ideed võetakse kasutusse nii, et oleksid küllastajate ja kohalike (sh teenusepakkujate) parimas teenistuses. Innovaatiliste ja nutikate lahenduste kaudu suurendatakse sihtkoha konkurentsivõimet, tutvustatakse linna rikkalikku ajaloo- ja kultuu-

- ▶ Andmepõhisus
- ▶ Digitaalsus
- ▶ Innovatiivsus
- ▶ Vastutustundlikkus ja jätkusuutlikkus
- ▶ Koosloome

ripärandid, inspireeritakse linna avastama, hajutatakse külastuskoormust, suunatakse külatajaid tegema keskkonnasõbralikke valikuid.

Vastutustundlikkus ja jätkusuutlikkus. Sihtkoha arendus- ja turundustegevustes lähtutakse kestlikest põhimõtetest ning soositakse keskkonnasõbralikku ja vastutustundlikku ettevõtlust. Seistakse selle eest, et kohalik turismi- ja külalislahkuse sektor on keskkonnateadlik, tunneb universaalse disaini põhimõtteid, on teadlik vastutustundlikust ja kestlikust ettevõtlusest ning rakendab neid teadmisi turismiteenuste arendamisel. Tallinna turismiarendus on tasakaalustatud: linna külalised saavad meeldiva elamuse ja kohalikud tunnevad turismimajanduse kasulikku mõju.

Koosloome. Sihtkoha tuntust kasvatatakse ja külastuselamus luuakse koosloomes linnaorganisatsiooni erinevate ametiasutuste, riiklike institutsioonide, erasektori, kolmanda sektori ja kohalike kogukondadega. Tegevusprogrammi eesmärkide saavutamiseks on koostöötahe kõrge.

Tallinna turismi tegevusprogrammi rakendamise koordinaator

Tallinna turismi tegevusprogrammi elluviimist koordineerib Tallinna Strategiakeskuse ettevõtlusteenistuse turismiosakond (edaspidi Tallinna turismiosakond).

Reisisihtkoht koosneb väga paljudest erinevatest komponentidest, mida külalised Tallinnas näevad, kogevad ja tarbivad. Reisisihtkoha terviklik külastuselamus luuakse koosloomes kohalike toote- ja teenusepakujate, riigi ja linnaga. See, kuidas külalised Tallinna tajuvad ja kogevad ehk milline on Tallinna kui reisisihtkoha kuvand, sõltub paljudest siinsetest toote- ja teenusepakujatest ning linna ja riigi avalikest teenustest.

Turismiosakonna missiooniks on olla Tallinna kui reisisihtkoha brändi identiteedi kujundaja ja hoidja ning sihtkoha tuntuse tõstmise ja meeldiva külastuselamuse koosloome vedaja.

Turismiosakond kannab linnaorganisatsiooni väärtusi: julgus, avatus, headus ja koostöö.



Tallinna turismiturunduse visuaalse keele abil seotakse kokku Tallinna turismiturunduse eesmärgid suurendada Tallinna kui turismisihtkoha tuntust ja jagada sihtkoha turismiinfot nii, et info oleks kergesti tarbitav.

Koosloomes osalejad

Reisisihtkoha tuntuse tõstmise ja meeldiva külastuselamuse koosloomes osalevad kohalikud ja rahvusvahelised ettevõtjad, organisatsioonid, riigi ja linna erinevad ametiasutused.

Turismi tegevusprogrammi elluviimisesse panustavad **linnaorganisatsiooni mitmed valdkonnad**: eelkõige kultuur, sport ja liikumisharrastus, liikuvus, linnaplaneerimine, keskkonnahoid.

Tallinna linn pakub erinevaid avalikke teenuseid.

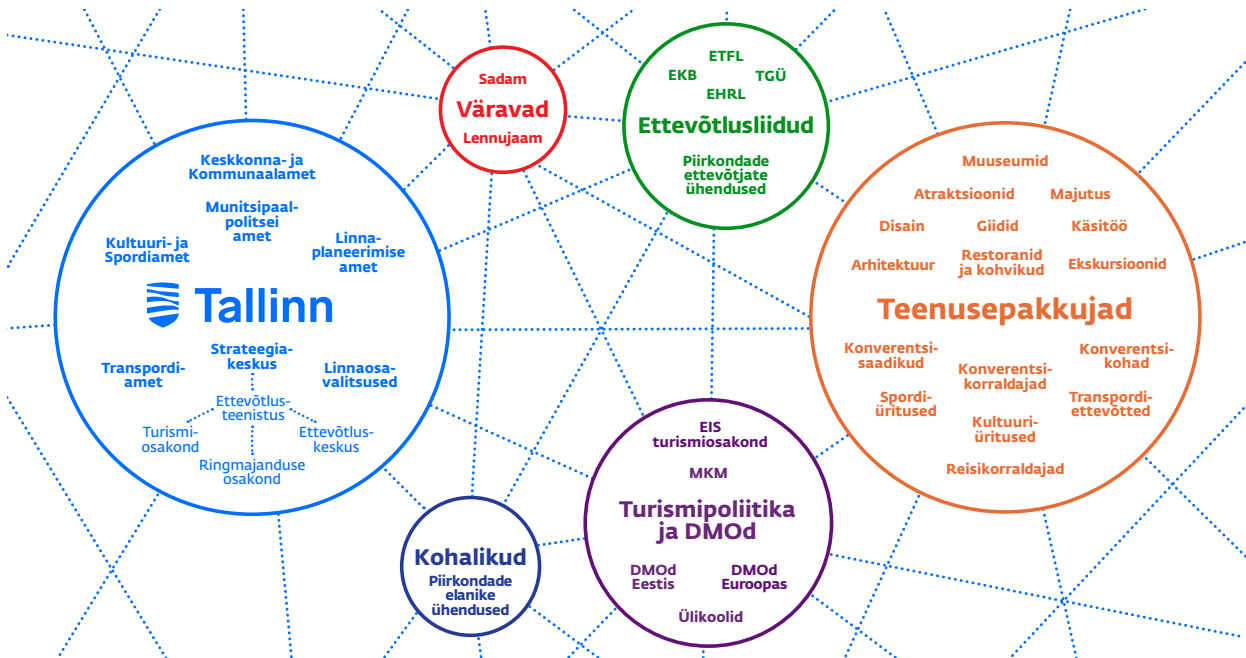
Otsene ja kaudne panus väliturismi arendamisse erinevate linna organisatsioonide poolt:

- Tallinna kui reisisihtkoha brändimine ja turundamine.
- Meeldiva külastuselamuse kujundamine, sh

- turismi toetava ja kvaliteetse avaliku linnaruumi kujundamine (heakord, avalikud tualetid, joogiveekraanid, liikumistaristu jalgsi ja jalgrattaga liikumiseks, viidad, linnamööbel jmt);
- turismiinfoteenuste pakkumine;
- ühistranspordi korraldamine, mõeldes ka välisküllastajale;
- ürituste korraldamine (nt Merepäevad, Vanalinna päevad, konverentsiüritused jmt ja teemapealinnad, tiitlid (nt Euroopa Roheline Pealinn, Muusikalinn, Spordipealinn jmt));
- turistidele huvipakkuvate objektide haldamine (vanalinn, pargid, rannad, mereäär, raekoda, loomaaed, botaanikaaed, Mustpeade maja, Linnamuuseum, Kadrioru park, Lauluväljak, Kultuurikatel jne).

Tallinna linna rahalised toetused:

Koosloomes on väga oluline roll riigil, kolmandal ja erasektoril, teadusasutustel ja kohalikel kogukondadel.



- konverentsitoetus;
- tasuta ühistransport (suur)üritustele;
- digitoetus;
- messitoetus;
- mittetulundustegevuse toetus (kultuuri- üritused, spordiüritused, erinevad initsiatiivid ettevõtlustoetuse ja euroopa roheline pealinna toetuste kaudu);
- Tallinna giidide atesteerimine.

Strateegilised partnerid koosloomes osalemisel on riiklikku turismipoliitikat edendavad organisatsioonid (Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse turismiosakond ja Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium), Tallinna suurimad väliturismi väravad (Tallinna Sadam ja Tallinna Lennujaam), turismi erialaliidud (Eesti Hotellide ja Restoranide Liit, Eesti Konverentsibüroo, Eesti Turisfirmade Liit). Koosloomesse osalevad turismi erialaprofessionaale koondavad ühendused (Tallinna Giidide Ühing), kohalike elanike ja ettevõtjate ühendused (Tallinna Vanalinna Ettevõtjate Ühing, Vanalinna Selts), ülikoolid ja teised turismiteemadega haakuvad ühendused ja sidusgrupid.

Koosloomes osalevad teenusepakkujad on transpordi-, majutus- ja toitlustusettevõtted, muuseumid ja atraksioonid, ürituste toimumiskohad, ürituste korraldajad, reisikorraldajad, giidid, elamusteenuse pakkujad, loomesektor.

Tallinna turismi tegevusprogrammi rajaplaan 2023–2026

Turism Tallinnas 2022 olukorra kirjeldus

Tallinna väliturismi taastumise tempot pandeemiaeelsele tasemele hoidsid 2022. aastal kõige rohkem tagasi aasta alguse COVID-19 seotud piirangud ja Ukraina sõda.

Tallinna välituristide ööbimised taastusid 71% osas võrreldes 2019. aastaga. Taastumine oli pisut kiirem kui Eestis keskmiselt (67%). Naaberpealinnades taastusid välituristide ööbimised vastavalt Helsingis 65%, Stockholmis 73%, Vilniuses 59%, Riias 52%.

Tallinna majutusettevõtetes peatus 2022. aastal 1,02 miljon välituristi (-32% võrdluses 2019), kes veetsid seal 1,98 miljonit ööd (-29% võrdluses 2019). Välituristide keskmise ööbimise pikkus kasvas 1,86 öölt aastal 2019 1,94 ööle aastal 2022. Tallinna suurimad väliturud olid Soome

2019 – Suuremad väliturud Tallinnas majutatud turistide arvu järgi

1,513,133

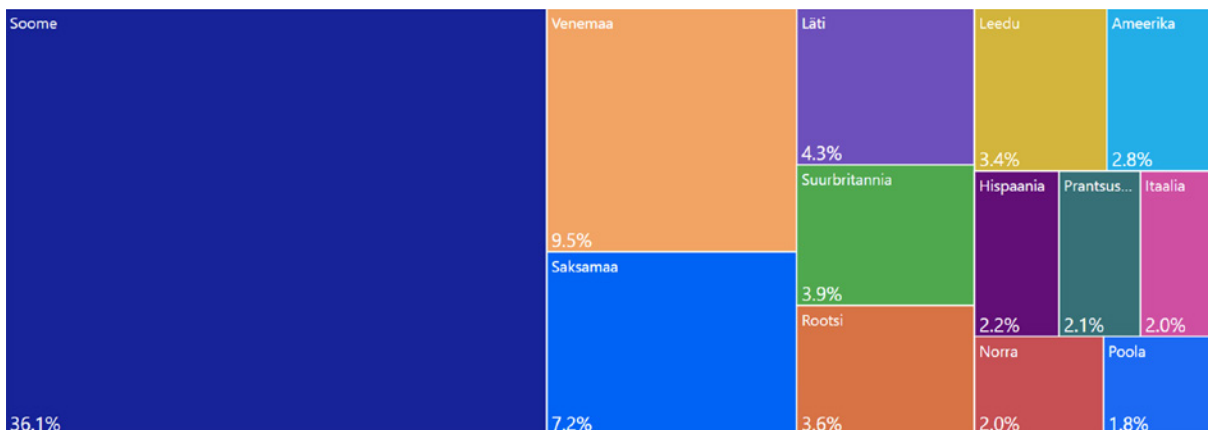
Välituristid kokku

2,815,567

Välituristide ööbimised

1,86

Keskmine ööde arv



2022 – Suuremad väliturud Tallinnas majutatud turistide arvu järgi

1,021,980

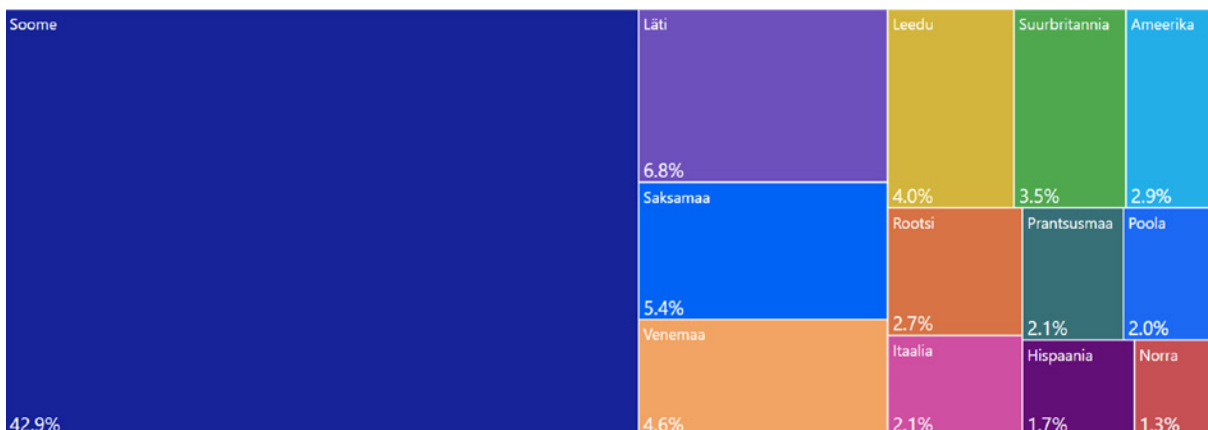
Välituristid kokku

1,984,778

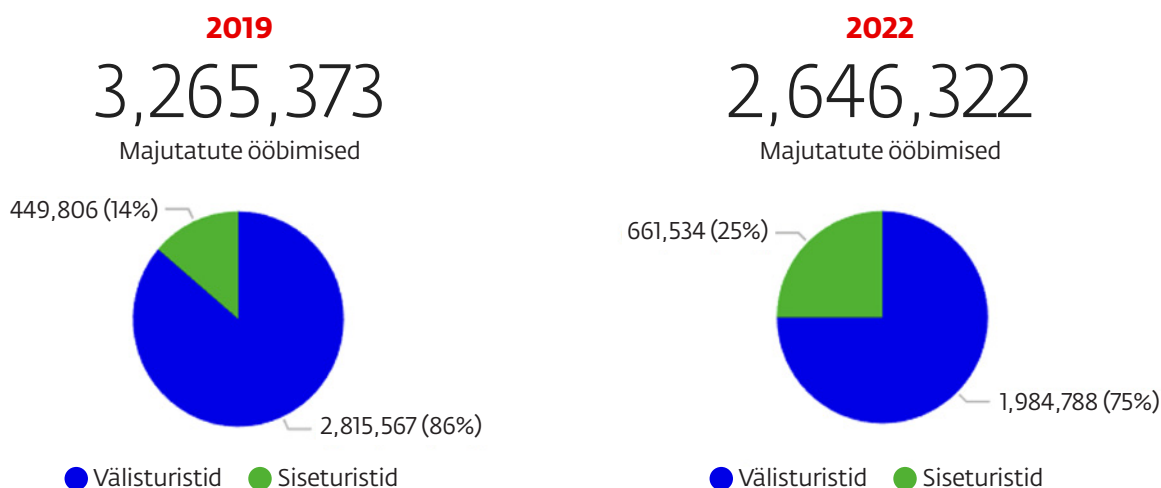
Välituristide ööbimised

1,97

Keskmine ööde arv



Allikas: Statistikaamet, www.stat.ee



Allikas: Visit Tallinn, www.visittallinn.ee

(42,9% kõikidest välituristidest), Läti (6,8%) ja Saksamaa (5,4%). Tallinna puhketurismi jaoks on kadunud varasem oluline sihtturg Venemaa. Äriturismi taastumine on aeglasem kui puhketurismi taastumine. Samas on konverentsiüritused muutunud pikemaks. Siseturistide arv on kasvanud suuremaks kui pandeemia eel.

Välituristide ööbimistest pisut enam kui kolmandik tehti kolmel suvekuul ja see pole võrreldes 2019. aastaga muutunud. Oktoobrist märtsini tehti 41% välituristide ööbimistest, mis jääb veel alla soovitud sihttasemele, kuid on 1% võrra parem tulemus kui 2019. aastal.

Seitse globaalset trendi, mis turismi lähiaastatel mõjutavad

Lähiturud on olulised. Lähiriikides tajutakse tänast geopoliitilist olukorda sarnasemalt. Majanduslikult ebastabiilsetel aegadel soovitakse jätkuvalt reisida, kuid samas on oluline ka säästmine ning see soosib pigem reisimist lähisihtkohtadesse. Lähiriikidesse reisimine on ka kestlikum (tullakse laeva/bussi/autoga mitte lennukiga). Väheneb grupireisimine ja kasvab iseseisvalt oma reisi planeerivate inimeste arv.

Sihtkohad, mis suudavad pakkuda unikaalseid elamusi, on populaarsed. Inimesed soovivad naasta reisilt puhanuna ja vaimselt tervemana, uute teadmiste ning unikaalsete kogemustega. Eriliste elamuste ja luksuse eest ollakse valmis maksma.

Kestlikkusest on saanud läbiv põhimõte.

Sihtkohtadelt ja ettevõtjatelt oodatakse reaalseid tegusid kestlikkuse suurendamiseks. Inimesed ei soovi tunda end sihtkohas turistina, tahavad kogeda kohalikku elu ja panustada kohalikku kogukonda. Nii puhke- kui ärieesmärgil reisides.

- ▶ **Lähiturud on olulised.**
- ▶ **Sihtkohad, mis suudavad pakkuda unikaalseid elamusi, on populaarsed.**
- ▶ **Kestlikkusest on saanud läbiv põhimõte.**
- ▶ **Töö peab sobituma elustiiliga.**
- ▶ **Videosisu ja seda toetavate kanalite tähtsus tõuseb.**
- ▶ **Personaliseeritud ja kergesti leitav info.**
- ▶ **Kogemuspõhised ja kaashaaravad konverentsiüritused.**

Töö peab sobituma elustiiliga. Liigutakse üha enam elustiili poole, mis võimaldab kombineerida reisimist töötegemisega (diginomaadid, tööreisi kombineerimine puhkusega ja vastupidi).

Videosisu ja seda toetavate kanalite tähtsus tõuseb. Mida noorem inimene, seda suurema tõenäosusega otsib ta reisiinfot TikTokist, Instagram Reels´ist, YouTube Shorts´ist või hoopis striimimiskeskondadest. Reisiinfo hankimiseks ja broneeringute tegemiseks kasutatakse valdavalt mobiili.

Personaliseeritud ja kergesti leitav info. Üha enam inimesi ootab, et neile pakutakse nende huvidest lähtuvat ja vajalikku infot. Nii veebis, sotsiaalmeedias, linnaruumis kui ka otsesuhtluses. Sotsiaalmeedias on käes nišigruppide aeg. Toimub tööprotsesside automatiseerimine, info optimeerimine otsingumootoritele vastavaks, teenuste digitaliseerimine ja tehisintellekti kasutuselevõtt.

Kogemuspõhised ja kaasahaaravad konverentsiüritused. Ei piisa vaid sündmuse sisust. Tuleb leida lisaväärtused, millega osalejaid kohale meelitatakse. Olgu need tegevused, lõhnad, helid, maitset jne. Ühise tunde loomiseks tuleb mõelda sellele, kuidas nii enne üritust kui ka ürituse ajal kaasamisvõimaluste kaudu pakkuda ühisosa üritustel osalejate ja virtuaalsete osalejate vahel.

Tallinna kui reisisihtkoha **peamised väljakutsed**

- Kriisid (tervise-, majandus-, energiakriis) ja rahvusvaheline geopoliitiline olukord.
- Andmete, sh reaalaaja andmete kättesaadavus ja analüüsidel põhinevad kiired otsused.
- Rootslaste ja teise Skandinaavia riikide elanike ebapiisav huvi Tallinna kui reisisihtkoha vastu.
- Tallinna kui reisisihtkoha ühtne positsioneerimine üheskoos turismi teenusepakkujatega, sh Tallinna positsioneerimine kallima ja väga kvaliteetse reisisihtkohana.
- Teenusepakkujate kvaliteedi ebaühtlus, et täita maksimaalselt Tallinna kui reisisihtkoha brändi lubadust ja hoida Tallinna positiivset kuvandit.
- Turismi liigne kontsentreerumine vanalinna.
- Kestlike turismiteenuste valik on ebapiisav.
- Kõigile ligipääsetavate turismiteenuste valik on piiratud.
- Sihtkoha info üleküllus lõpptarbija jaoks ja selle info personaliseerimine.
- Multifunktsionaalse konverentsikeskuse puudumine.
- (Otse)lennuühenduste ebapiisavus.

Tallinna kui reisisihtkoha **unikaalne väärtuspakkumine**

Tallinn paelub külastajaid kui põnevate kontrastide linn. Siin saab tutvuda eheda eri ajastute ajaloo- ja kultuuripärandiga, mis tänu loovusele ja innovatsioonile on saanud uue hingamise. Tallinna teevad kütkestavaks UNESCO maailmapärandi nimekirja kuuluv keskaegne vanalinn,

eripalgelised naabruskonnad, puhas ja vaheldusrikas linnaloodus, mitmekesine aastaringne kultuurielu ning kohalik toit ja kõrgelt hinnatud toiduelamus. Nüüdisaegse, keskkonnateadliku ja innovaatilise pealinnana ja eri valdkondade kompetentsikeskusena pakub Tallinn ideaalseid võimalusi konverentside, motivatsioonireiside ja ürituste korraldamiseks. Tallinn on atraktiivne filmivõtete sihtkoht. Linnakülalise jaoks on Tallinna hinna ja kvaliteedi suhe väga hea.

Väärtuspakkumine loob eeldused hooajast sõltumatule, pikale, sisukale ja kestlikule külastusele. Väärtuspakkumisest lähtuvalt valitakse peamised sihtgrupid, kellele turundustegevused suunatakse.

Tallinna kui rahvusvahelise reisisihtkoha peamised sihtgrupid

Lähtuvalt Tallinna kui reisisihtkoha väärtuspakkumisest ja Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse turismiosakonna poolt tehtud riigi turismiturunduse sihtriikide valikust on seatud Tallinna turismiturunduse sihtgrupid ja -riigid.



Puhketurism

Puhketurismi turundustegevustes sihitakse inimest, kes soovib reisil olles saada kultuurielamusi. Teda võib kõnetada nii üks kui mitu kultuuri komponenti: ajalugu, arhitektuur, kunst, disain, muusika, sündmused, kultuuripärand, kohalik elukeskkond, toidukultuur. Ta on kogenud reisija, kes soovib mõista sügavamalt kohalikku elu ning saada ehteid elamusi. Tema jaoks ei ole probleemiks maksta nende eest ka kõrgemat hinda.

Puhketurismi turundustegevused on suunatud eeskätt lähiriikidesse ja sihtriikidesse/-linnadesse, kust Tallinnasse on otseühendus.

- I – Soome
- II – Läti, Leedu, Rootsi, Saksamaa, Suurbritannia
- III – Poola, Itaalia, Holland, Norra

Siseturism

Tallinna hoitakse pildil ka siseturismi kontekstis, kuid põhiressurss suunatakse välis-turismile.



Äriturism

Konverentsiturismi turundustegevustes keskendutakse rahvusvaheliste eriläühenduste ja äriühingute konverentside korraldajatele ning motivatsioonireiside korraldajatele.

Peamiseks fookuseks on enam kui 100 välisosalejaga vähemalt 2-päevased konverentsiüritused, mis toimuvad Tallinna turismi madalhooajal. Tallinnas korraldatud üritused lähtuvad [keskkonnasõbralikest ja kestlikest põhimõtetest](#).

Tallinna linn on toeks rahvusvaheliste kultuuri- ja spordiürituste korraldajatele ning aitab kaasa eelduste loomisel rahvusvahelise filmiproduktiooni arenguks.

Tallinna turismi **põhifookused 2023-2026**

Strateegiline siht. Loov maailmalinn

Tallinna turismi tegevusprogramm keskendub 2 olulisele suunale: sihtkoha tuntuse tõstmine ja meeldiva külastuselamuse kujundamine.

Lähtuvalt rahvusvahelistest trendidest, Tallinna kui reisisihtkoha unikaalsest väärtuspakkumisest ja sihtgruppide keskendumisele perioodil 2023-2026 esmatähtsana:

- Tallinna kui kultuuri- ja sündmuslinna tuntuse tõstmisele.
- Meeldiva külastuselamuse kujundamisele, mis on mitmekesine, kestlik ja pikk ning liigset külastuskoormust ennetav.

Sihtkoha **tuntuse tõstmine**

Tallinna rahvusvahelise tuntuse tõstmine kultuurilinnana ja sündmuslinnana. Nutikad sõnumid ja aktiivne infojagamine annavad võimaluse reisi pikkuse kasvatamiseks, et aidata seeläbi kaasa kohapeal tehtavate kulutuste kasvatamisele. Mitmekesiste kultuurielamuste kogemine erinevates piirkondades aitab hajutada Tallinna turismi nii ajaliselt kui ruumiliselt. Linnakülalisi julgustatakse tegema kestlikke ja vastutustundlikke valikuid.

Fookus on suunatud järgmistele sõnumitele:

- Tallinnal kui reisisihtkohal on pakkuda rohkelt mitmekesiseid kultuurielamusi.
- Tallinnas toimuvad rahvusvahelist tähelepanu köitvad kultuuri- ja spordiüritused. Tallinn on UNESCO muusikalinn, kus saab osa maailmatasemel muusikast ja muusikaelamustest. Tallinn on Euroopa Spordipealinn 2025, mis pakub rohkelt põnevaid spordisündmusi nii sellele eelnevatel kui järgnevatel aastatel.
- Tallinn on atraktiivne koht erialaühenduste ja äriühingute rahvusvaheliste konverentside ning teiste äriürituste korraldamiseks.
- Tallinn on linn, mis ei saa kunagi valmis ja kus on alati midagi avastada. Tallinn on rohkem kui vanalinn.
- Tallinn on aeglase turismi sihtkoht (vastand kiirturismi sihtkohale), kus lõõgastuda. Sellele aitab kaasa meeldiv linnaloodus.

Olulised tegevused sihtkoha tuntuse tõstmiseks

Sihtkoha positiivset kuvandit hoitakse ja tuntust suurendatakse sihtkoha brändingu ja turundustegevuste kaudu strateegiliselt olulistel sihtturgudel ja olulistele sihtgruppidele.

Tallinna kui reisisihtkoha brändimine

Tallinna linna poolt tehtava Tallinna kui reisisihtkoha rahvusvahelise turunduskommunikatsiooni erinevad kanalid ja vahendid (veeb, trükised, sotsiaalmeedia, turismiinfokeskus jms) on ühendatud sõnamärgi alla Visit Tallinn ehk üleskutseks külastada Tallinna. Tallinna kui reisisihtkoha brändi identiteedi kujundamine väljendub Tallinna linna soovis kuidas Tallinna kui reisisihtkohta näidata ja tajuda lasta ehk kuidas sihtkoht on positsioneeritud reisisihtkohana. Kuna linn on pidevas muutumises (tekivad uued atraktsioonid, arenevad uued piirkonnad jmt), siis muutub ajas ka brändi identiteet. Brändi identiteedi kujundaja ja hoidja rollis olles hoolitseb Tallinna turismiosakond selle eest, et brändi sõnumid jõuavad sihtgruppideni ning ka võimalikult suur hulk kohalikke teenusepakkujaid jagaks sama nägemust sellest, millise sihtkohana Tallinna tutvustada ja kogeda lasta. Kui kõik räägivad sama lugu ja täidavad sama lubadust, siis Tallinna kui turismisihtkoha bränd toetub samadele alustele. Tallinna linna poolt kujundatavat reisisihtkoha brändi aitavad edasi kanda sihtkoha tutvustamise koostoomes osalejad.

- Tallinna kui reisisihtkoha tutvustamise aluseks läbi Visit Tallinna kanalite, ajakirjanike, mõjutajate, meediakanalite ja teenusepakkujate on Tallinna kui reisisihtkoha väärtuspakkumine.
- Sihtkoha tutvustamisel läbi teenusepakkujate toodete ja teenuste tuuakse jõulisemalt esile sihtkoha brändi parimal moel edasikandvad teenusepakkujad.
- Aktiivses kasutuses on tööriistakast, mis aitab kõigil koostoomes osalejatel rääkida Tallinna kui atraktiivse aastaringse sihtkoha lugu, kuhu peab tulema pikemalt ja kus on avastamisrõõmu erinevates piirkondades ja mitmekesistes kohtades ning kus on võimalik teha kestlikke valikuid. Keskendutakse videomaterjalile.
- Aktiivselt luuakse digitaalset sisu arvestades selle tulemina tekkivat tehisintellekti (nt Chat GPT jmt) loomingut, mis sihtkoha brändingus üha jõulisemalt osaleb.

Tallinna kui reisisihtkoha turundamine

Lisaks brändi identiteedi kujundamisele ja hoidmisele tegeleb Tallinna turismiosakond reisisihtkoha turundusega –sihtgruppide jaoks valitakse välja neid köitvad identiteedi komponendid, mis viiakse nendeni õigete kanalite ja tegevuste abil eesmärgiga tekitada külalustussoovi, tulla Tallinnasse pikemaks ajaks ning külastada siin erinevaid piirkondi ja kohti.

- Puhketurismi turundustegevuste portfelli kuuluvad nii B2B kui B2C sihtgruppidele suunatud tegevused.
- Konverentsiürituste saamiseks on esmatähtsad üksühele kohtumised rahvusvaheliste korraldajatega kas rahvusvahelistel konverentsiprofessionaalidele suunatud turundusüritustel või tutvumisreisidele kutsumise kaudu. Olulisel kohal on koostöö Tallinna konverentsisaadikutega – oma valdkonna või eriala tippspetsialistidega, kes on aktiivsed mõnes rahvusvahelises erialaühenduses – eesmärgiga tuua rohkem erialaühendusi Tallinnasse.
- Sündmuste info aktiivne ja atraktiivne levitamine Visit Tallinna, Visit Estonia, kohalike teenusepakkujate ja rahvusvahelistes meediakanalites. Tallinna turismiteenuse pakkujate varustamine „Tallinnas toimub“ infoga, mida teenusepakkujad saavad kasutada oma teenuste müümisel. Rahvusvahelist tähelepanu pälvivate kultuuri- ja spordisündmuste korraldajate aktiveerimine ürituste info sisestamiseks sündmuste andmebaasi hiljemalt 6 kuud enne ürituse toimumist.
- Tallinna kui reisisihtkoha tutvustamine rahvusvaheliste spordi-, kultuuri- ja konverentsiürituste kanalites. Vähemalt üheks lisapäevaks Tallinnasse jääma ja pereliikmeid/sõpru kaasa kutsumate inspireerivate materjalide levitamine kultuuri-, spordi- ja konverentsiürituste korraldajate hulgas.
- Ürituste korraldajate innustamine Tallinn Cardi pakkumise tegemisele nende klientidele. Kõikide linna poolt rahalise toetuse saanud ürituse korraldajad teevad Tallinn Cardi pakkumise.
- Sihtkohta ja erinevaid teenuseid rahvusvaheliselt tutvustada aitavate õpitubade korraldamine või initsieerimine kohalikele teenusepakkujatele (nt sotsiaalmeedia kasutamine, veebilehe SEO, sihtkoha bränding jmt)
- Rahvusvaheliste konverentsiürituste toimumise toetamine läbi vastava meetme.
- Sihtkoha turundamisel on põhirõhk sihtkoha brändi parimal moel edasikandvate teenusepakkujate toodetel ja teenustel.
- Suund võetakse aktiivsemale ühisrahastatud turundustegevustele ettevõtjate ja organisatsioonidega.

Meeldiva külustuselamuse kujundamine

Linnakülustus on mitmekesine, mitmepäevane ja kestlik ning külustuselamus positiivne ja tahe Tallinna sõpradele soovitada kõrge.

Sihtkoha koosloomes osalejad panustavad sellesse, et Tallinna kui reisisihtkoha imago ehk kuvand oleks positiivne, sest kuvand tekib seeläbi, kuidas linnakülalised tegelikult tajuvad kujundatud brändi identiteeti ehk kas nende külustuselamus Tallinnas oli meeldiv ja vastas ootustele.

Olulised tegevused meeldiva külastuselamuse kujundamisel

Meeldiva külastuselamuse kujundamiseks arendatakse külastusteenuse koostöös erinevate sidusgruppidega. Sisukale, mitmekesisele, kestlikule ja pikemale linnakülastusele innustatakse läbi nutikate ja mugavate lahenduste ning külastajate jaoks atraktiivsete infokanalite.

Tallinna avaliku turismitaristu kujundamine sujuva ja kestliku külastusteenuse osana

Tallinn pole suur ega väike linn, ta on paras. Parajalt väike, et oma järgmise sihtkohta jalutada, ja parajalt suur, et alati midagi uut avastada. Siin on aega kulgemiseks ja lõõgastumiseks. Tallinn on rohkem kui vanalinn. Tallinn on jalutav linn, kuid kui päris kõikjale jala ei jõua, siis saab kasutada kergliiklusvahendeid või ühistransporti. Linna avastamist julgustavad ja hõlbustavad viidad ning interaktiivsed vahendid. Tallinna avaliku turismitaristu kujundamine sujuva ja kestliku külastusteenuse osana on olulise tähtsusega.

- Vanalinna külastuskoormuse seiramine ning külastuskoormuse hajutamiseks lahenduste väljatöötamine ja rakendamine.
- Avalike tualettide arvu suurendamine.
- Liikuvus: Tallinna turismiga seotud transpordi kaasajastamine, sh kruisituriste teenindavatele ettevõtetele transpordi korraldamise suuniste väljatöötamine; turismiga seotud transpordi korraldamine (sh parkimiseks ja peatumiseks) ning nõuete kehtestamine ja tingimuste loomine heitmete ning liiklus- ja parkimismahtude vähendamiseks vanalinna ümbruses; mugava ühistranspordiühenduse loomine kruisiterminali, sadamapromenaadi ja vanalinna vahel; turismibusside lühi- ja pikaajalise parkimise kavandamine ja korraldamine. Linna ühistranspordi kasutamise propageerimine ja info selguse tagamine.
- Tallinna viidasüsteemi, mis innustab rohkem jalgsi ja rattaga liikuma ja erinevaid piirkondi külastama, rakendamine.
- Tallinna turismitaristu süsinikneutraalsuse kava väljatöötamine.

Teadlikkuse tõstmine kestlikust, ligipääsetavast ja külalishelvest turismiteenusest

Teadlikkus kestlike ja ligipääsetavate teenuste arendamisest ning nende olulisusest võimaldavad Tallinnal kui reisisihtkohal ja kohalikel teenusepakkujatel olla rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised ja pakkuda edukalt atraktiivseid teenuseid kohalikku elukeskkonda säästval ja rikastaval viisil.

- Teenusepakkujate teadlikkuse tõstmine keskkonnajuhtimissüsteemidest, universaalse disaini põhimõtetest, vastutustundlikust, jätkusuutlikust ja kohalikku kogukonda arvestavast ettevõtlusest läbi inspiratsioonipäevade ja parimate praktikate tutvustamise.
- Teenusepakkujatele kestlikkuse enesehindamiseks võimaluste loomine. (Visit Estonia eestvedamisel).
- Keskkonnasõbralikud restoranioidu enesehindamiseks võimaluste loomine. (Koostöös Visit Estoniaga).
- Keskkonnahoidliku ürituse korraldamise põhimõtete kasutamisele nügimine.
- Tallinna giidide atesteerimise ja sihtkohaspetsiifilise täiendõppe toetamine.
- Hooajalisust vähendada aitavate teenuste/toodete disainimisele innustamine (läbi linna enda ürituste ja toetuste).
- Külaliskorterite regulatsiooni väljatöötamine (olenevalt EL ja EV regulatsioonidest ja võimalikust turismimaksust).
- Vabatahtliku rahalise annetuse käivitamine vanalinna ja/või kohalike loodusobjektide hooldamiseks ja eksponeerimiseks.
- Turismimaks (võimalusena panustada rohkem sihtkoha tuntuse tõstmisse, rahvusvaheliste ürituste Tallinnasse toomisse ja turismitaristu hooldusesse).

Sisukale, mitmekesisele ja kestlikule linnakülastusele innustamine

Tallinn pole suurlinn, aga siia mahub palju. Linna aktiivsele ja mitmekesisele avastamisele suunav turismiinfo viib avastama linna erinevaid piirkondi ja kohti, tarbima teenuseid ja tooteid ning suurendama seeläbi kohapeal tehtavaid kulutusi. Mida rohkem piirkondi ja kohti reisisihtkohas külastatakse, seda kõrgemad on ka hinnangud külastuselamusele, mis omakorda annab hoogsama tõuke sihtkoha taaskülastuseks ja soovitamiseks sõpradele. Sisukale, mitmekesisele, kestlikule ja pikemale linnakülastusele innustatakse läbi nutikate ja mugavate lahenduste. Infokanalid on sihtgruppidele käepärased ja atraktiivsed. Linnakülalistel aidatakse oma külastuse ajal käituda vastutustundlikult, teha kestlikke ja keskkonnahoidlikke valikuid ning panustada kohalikku kogukonda.

- Visit Tallinna kanalite ja Tallinn Card City Guide'i haldamine ja reklaamimine
- Tallinn Card'i edasiarendamine kultuurihuviliste Tallinna linnakülaliste seas hästi tuntud ja lihtsalt kättesaadavaks nutikaks tooteks, mida kasutatakse aktiivselt linna mugavaks avastamiseks ning muuseumide ja vaatamisväärsuste külastamiseks. Kasutamine pakub meeldivat külastuselamust, mis loob Tallinna korduvkülastusi ning edasisoovitusi.
- Turismiinfo jagamiseks on toimiv võrgustik
- Turismiinfokeskuses turismiinfoteenuste pakkumine

- Turismiinfo jagamisel keskendutakse erinevate linna piirkondade tutvustamisele ja vanalinna külastuskoormuse hajutamisele.
- Ärituristidele vabatahtlike tegevuste ja legacy projektide pakkumise väljatöötamine lähtuvalt linna prioriteetidest.
- Linnakülaliste teadlikkuse tõstmine vastutustundlikust linnakülastusest (keskkonnahoidlikkus, öörahu väärtustamine jmt).

