

VIENNISTÄ JA KANSAINVÄLISESTÄ MATKAILUSTA KASVUA SUOMELLE

MARRASKUU 2026

KAUPPAKAMARIEN VIENTISELVITYS

KESKUS-KAUPPAKAMARI
ETELÄ-KARJALAN KAUPPAKAMARI
ETELÄ-POHJANMAAN KAUPPAKAMARI
ETELÄ-SAVON KAUPPAKAMARI
HELSINGIN SEUDUN KAUPPAKAMARI
HÄMEEN KAUPPAKAMARI
KESKI-SUOMEN KAUPPAKAMARI
KUOPION ALUEEN KAUPPAKAMARI
KYMENLAAKSON KAUPPAKAMARI
LAPIN KAUPPAKAMARI
LÄNSI-UUDENMAAN KAUPPAKAMARI
OULUN KAUPPAKAMARI
POHJANMAAN KAUPPAKAMARI
POHJOIS-KARJALAN KAUPPAKAMARI
RAUMAN KAUPPAKAMARI
RIIHIMÄEN-HYVINKÄÄN KAUPPAKAMARI
SATAKUNNAN KAUPPAKAMARI
TAMPEREEN KAUPPAKAMARI
TURUN KAUPPAKAMARI

Suomen talous nousuun viennin ja kansainvälisen matkailun avulla

SELVITYKSEN TAUSTA

Suomen tulevaisuuden menestys rakentuu kyvyllemme luoda enemmän tuloja maailmalta. Pienen kotimarkkinan maana emme voi nojata pelkästään sisäiseen kysyntään, vaan hyvinvointimme, työllisyytemme ja julkisen taloutemme kestävyys edellyttävät viennin ja kansainvälisen matkailun määrätietoista kasvua. Samaan aikaan kun keskustelemme velasta ja säästöistä, tarvitsemme rohkean kasvutarinan siitä, miten Suomi voi ansaita enemmän.

Kun kasvatamme vientiä ja houkuttelemme enemmän kansainvälisiä vierailijoita, vahvistamme taloutta, lisäämme työllisyyttä ja turvaamme hyvinvoinnin tuleville sukupolville. Maailmalla on tilaa suomalaiselle osaamiselle. Nyt on aika ottaa siitä suurempi osuus.

KASVUA VIENTIALOISTA

Vienti ei ole vain teollisuuden asia. Myös kansainvälinen matkailu tuo Suomeen ulkomaisia tuloja, vahvistaa yritysten liiketoimintaa ja luo työpaikkoja kaikkialle maahan. Yhdessä vienti ja kansainvälinen matkailu muodostavat kasvun moottorin, joka hyödyttää yrityksiä, alueita ja kansalaisia laajasti.

Suomella on tähän erinomaiset lähtökohdat. Korkea osaaminen, luotettavuus, turvallisuus, puhdas luonto ja vahva innovointikyky ovat kilpailuetuja, joille on kasvavaa kysyntää maailmanmarkkinoilla. Menestys ei kuitenkaan synny itsestään. Tarvitsemme uusia innovaatioita, kansainvälistymistä tukevaa toimintaympäristöä sekä yhteisen tahtotilan, jossa yritykset, päättäjät, media ja kansalaiset tunnistavat kasvun merkityksen.

HANKKEESTA

Hankkeen tavoitteena on nostaa viennin ja kansainvälisen matkailun kasvun edellytykset kansallisen keskustelun ytimeen sekä tunnistaa konkreettiset toimet, joilla Suomi voi vahvistaa kilpailukykyään seuraavalla vaalikaudella.

Selvityksen on toteuttanut Destia Oy, joka on osa kansainvälistä Colas-konsernia. Selvityksen ovat tilanneet Suomen kauppakamarit.

Selvityksessä on kuultu Suomessa toimivien keskeisten vienti- ja matkailutoimijoiden näkemyksiä sekä koottu tilastoaineistojen avulla selkeä valtakunnallinen ja alueellinen kokonaiskuva viennistä ja kansainvälisestä Suomeen suuntautuvasta matkailusta.

Suomen tavoiteltava 10 miljardin euron vuotuista lisävientiä vuoteen 2030 mennessä

MIKSI?

1. **Jokainen viety miljardi synnyttää 600–700 miljoonaa euroa kotimaista arvonlisää, josta merkittävä osa palautuu veroina ja maksuina.**
   10 miljardia euroa lisää vientiä tuo noin 3 miljardia euroa lisää julkiseen talouteen.
2. **Suomi on jäänyt vientikilpailussa verrokkimaidensa jalkoihin.**
   Viennin arvo asukasta kohden on Suomessa noin 19 600 euroa vuodessa, kun Virossa vastaava luku on jo 21 800 euroa, Ruotsissa 27 300 euroa ja Tanskassa yli 40 000 euroa.
3. **Markkinassa on kasvun varaa.**
   Maailman tuontimarkkina on yli satakertainen Suomen vientiin nähden. Kasvu ei vaadi markkinan kasvua, vaan Suomen osuuden kasvattamista.
4. **Tavoite on realistinen.**
   10 miljardia on noin kymmenesosa nykyisestä viennistä. Se ei ole utopia vaan saavutettavissa, kun se asetetaan kansalliseksi tavoitteeksi ja sitä mitataan.

KESKEISET KEINOT

Tukea tuotekehityksestä kaupallistamiseen

Julkista tukea on kohdennettava tuotekehityksen lisäksi skaalaukseen ja myyntiin. Suomessa tapahtuvaa korkean jalostusarvon tuotantoa on vauhditettava investointikannustimella. Viennin arvo kasvaa, kun yksittäisten tuotteiden rinnalla myydään järjestelmiä ja palveluita.

Vientirahoitus myös pk-yritysten ulottuville

Vientirahoituksen riskit tulisi jakaa tasaisemmin yritysten ja rahoituslaitosten kesken. Finnveran takausprovisiot on saatava kohtuulliselle tasolle. Ennakkomaksutakaukset ja kohdemarkkinarahoitus on ulotettava myös pk-yrityksiin sekä rahoituksen ja tukien hakua yksinkertaistettava ja nopeutettava.

Lisää kansainvälistä myyntiosaamista ja osaajia

Suomessa kehitetään huipputuotteita, mutta kansainvälisessä myynnissä jäämme kilpailijoista jälkeen. Kansainvälisen teollisen myynnin koulutus on tuotava korkeakouluihin. Maahanmuuttoviraston työ- ja erityisosaajaluville on asetettava sitova enimmäiskäsittelyaika.

Toimivat liikenneyhteydet viennin tueksi

Yhteyksiä vienti- ja tuontisatamiin sekä lentoasemille on vahvistettava. Lentoasemaverkkoa, sen palveluja ja liityntäyhteyksiä on kehitettävä viennin ja matkailun tarpeisiin. Tie- ja rataverkon korjausvelan kasvu on pysäytettävä riittävällä rahoituksella.

KAUPPAKAMARI

Selvityksen rakenne

1

Kokonaiskuva Suomen viennistä ja kansainvälisestä matkailusta

- Miltä Suomen tavara- ja palveluviennin sekä kansainvälisen matkailun tilanne näyttää?
- Millainen merkitys näillä on Suomen taloudelle ja menestykselle?

2

Katsaus kilpailijamaiden vientiin ja matkailuun

- Miten Suomi suoriutuu suhteessa kilpailijamaihin eri viennin mittareilla?
- Miten viennin ja kansainvälisen matkailun edistämistä tehdään kilpailijamaissa?

3

Suomen viennin ja kansainvälisen matkailun kasvattaminen

- Mitä mieltä ovat Suomen viennin kärkiyritykset ja matkailutoimijat?
- Millainen viennin tavoite Suomen on asetettava?
- Mitä konkreettisia toimia Suomessa tarvitaan viennin ja matkailun edistämiseksi?

4

Suomen kauppakamari-alueiden vienti ja kansainvälinen matkailu

- Millaiselta näyttää vienti ja kansainvälinen matkailu kauppakamarialueittain?
- Mitä potentiaalia tunnistetaan ja millaisia toimia tarvitaan sen realisoimiseksi?

LUKU 1

Kokonaiskuva Suomen viennistä ja kansainvälisestä matkailusta

Viennistä ja ulkomaisilta matkailijoilta n. 110 mrd. € tuloja vuodessa Suomeen

72 mrd. €

Suomen tavaravienti

38 mrd. €

Suomen palveluvienti

...josta matkailuvientiä

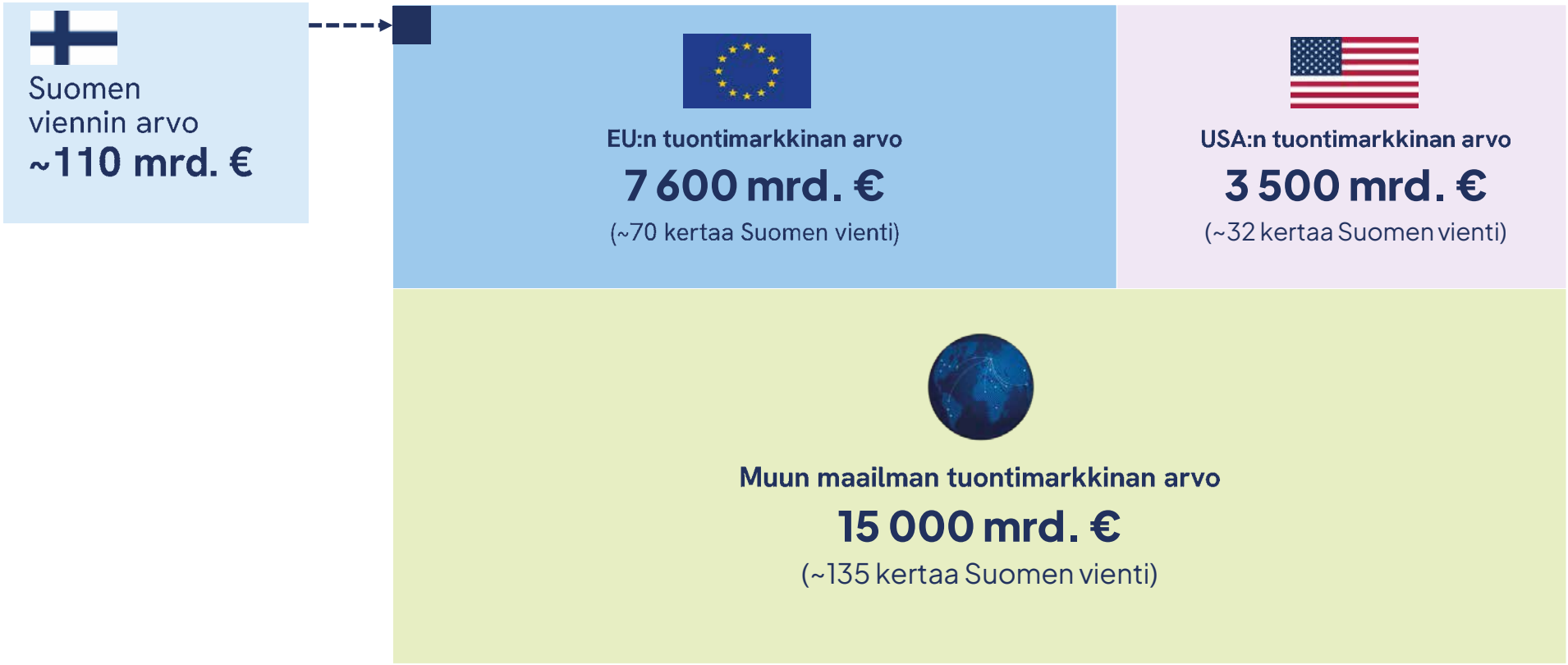
5 mrd. €

Matkailuvienti eli ulkomainen matkailukysyntä kuvaa kansainvälisten matkailijoiden matkailupalveluiden ja -tuotteiden ostamiseen käyttämää rahamäärää.

KAUPPAKAMARI

Lähteet: Tulli, Tilastokeskus

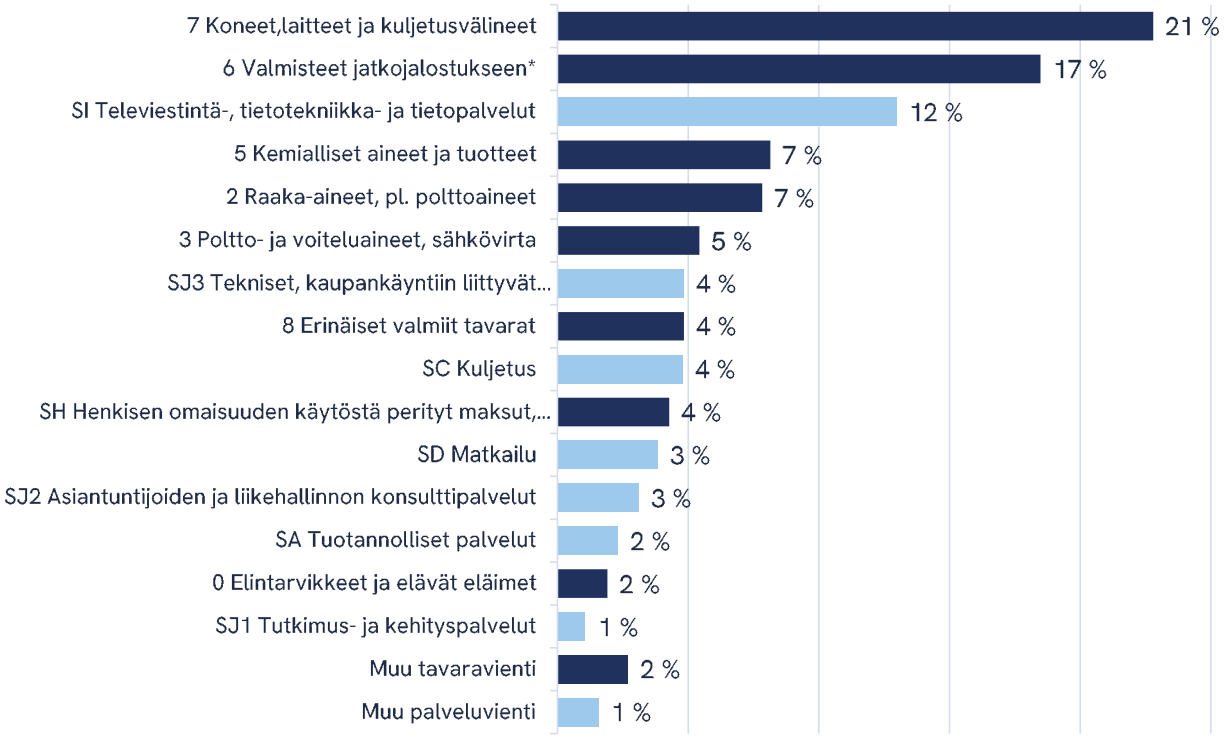
Suomi voi aina upottaa tuotteensa ja palvelunsa massiivisille maailmanmarkkinoille – Suomen osuutta on kasvatettava



Lähde: World Bank 2025

Mistä Suomen vienti muodostuu?

Suomen tavara- ja palveluvienti 2024 ja eri vientimuotojen osuus kokonaisviennistä



Puolet koko Suomen viennistä liittyy erilaisten koneiden ja laitteiden valmistukseen, jatkojalostettavien valmisteiden, kuten paperin ja teräksen valmistukseen, sekä tietotekniikka- ja viestintäpalveluihin.

Suomen tavaravienti
72 mrd. €

Suomen palveluvienti
38 mrd. €

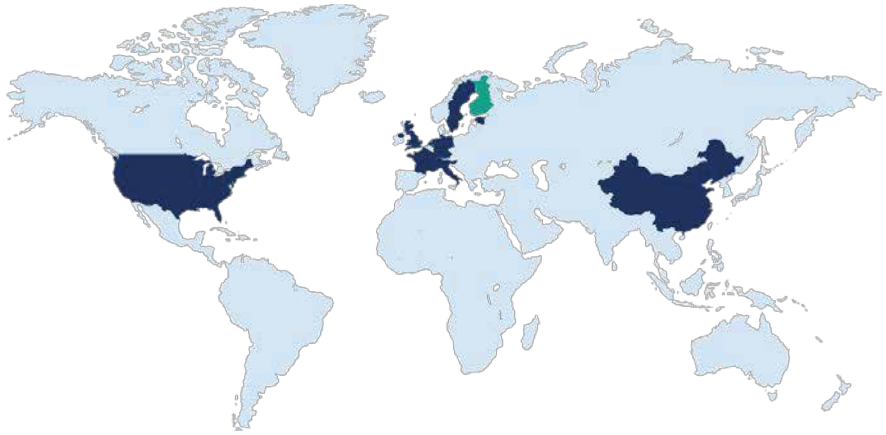
KAUPPAKAMARI

* = virallisesti "Valmistetut tavarat valmistusaineen mukaan".
Tiedot: Tulli (tavarat) & Tilastokeskus (palvelut), 2026

Mihin maihin Suomen vienti kohdistuu?

Tavara- ja palveluviennin top 10 maat (2025)

Sija	Maa	Tavarat (mrd. €)	Palvelut (mrd. €)	Yhteensä (mrd. €)
1	Yhdysvallat	9,59	6,02	**15,61**
2	Ruotsi	9,53	5,23	**14,75**
3	Saksa	5,71	3,25	**8,96**
4	Alankomaat	6,77	1,48	**8,25**
5	Kiina	4,22	1,46	**5,68**
6	Yhdistynyt kuningaskunta	3,18	1,71	**4,88**
7	Ranska	2,88	1,08	**3,96**
8	Italia	3,04	0,67	**3,70**
9	Sveitsi	0,88	2,34	**3,22**
10	Viro	2,22	0,94	**3,16**

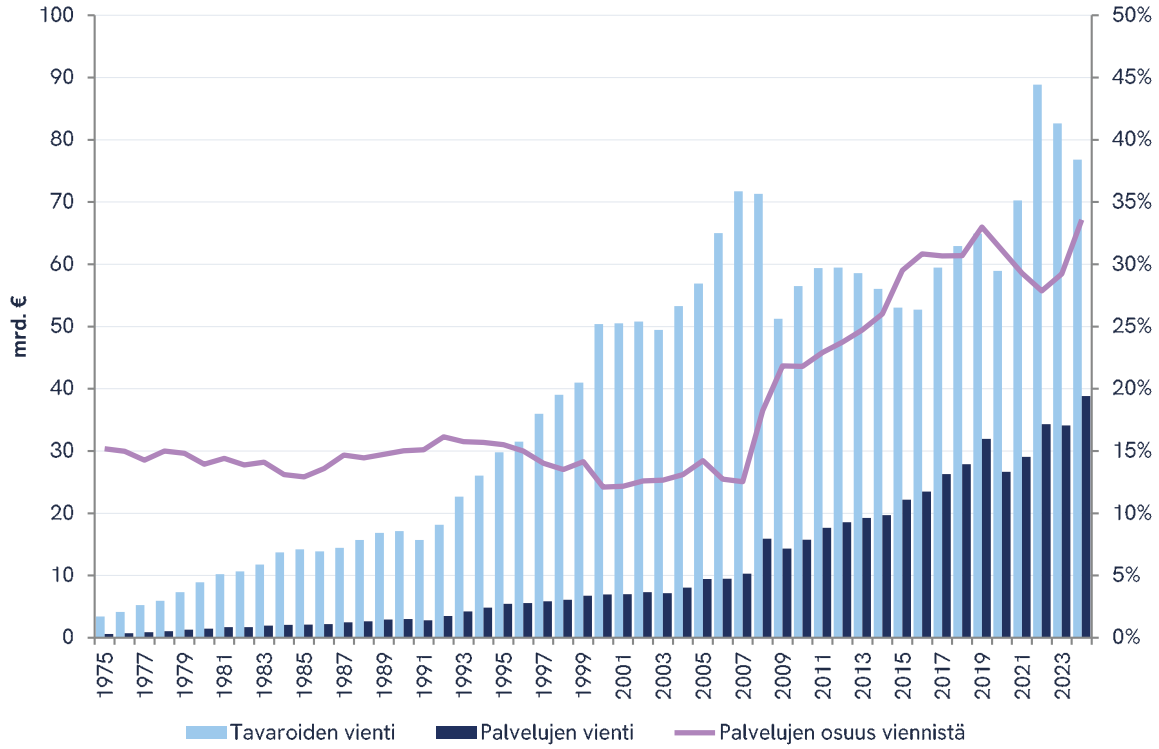


Sekä tavara- että palveluviennissä Suomen suurimmat kohdemarkkinat ovat **Yhdysvallat, Ruotsi ja Saksa.**

Lähde: Tilastokeskus, Tavaroiden ja palveluiden ulkomaankauppa

Suomen viennin kehitys

Suomen tavara- ja palveluvienti 1975–2024



Tavaravienti on melko vakiintunutta, mutta palveluviennin määrä ja osuus viennistä on kasvanut.

Palveluviennin osuudet kokonaisviennistä v. 2024 (arvio)

Suomella	~34 %
Ruotsilla	~38 %
Tanskalla	~47 %
Virolla	~39 %

KAUPPAKAMARI

Tiedot: Tilastokeskus, kansantalouden vuositilinpito

Miljardi euroa vientiä generoi 600–700 miljoonaa euroa* kotimaista arvonlisää

276 mrd. €
Suomen bruttokansantuote vuonna 2024
Lähde: Tilastokeskus

Bruttokansantuote (BKT) on keskeisin mittari maan taloudellisen toiminnan laajuudelle, kuvaten vuoden aikana tuotettujen lopputuotteiden ja palveluiden kokonaisarvoa. Yksi BKT:n komponentti on vienti.

110 mrd. €
Suomen tavara- ja palveluvienti vuonna 2024 eli n. 40 % BKT:sta
Lähde: Tilastokeskus

Suomen viennistä 72 mrd. euroa tulee tavaraviennistä ja 38 mrd. euroa palveluviennistä.

68 mrd. €
Suomen viennin kotimainen arvonlisä
Lähde: Tilastokeskus

Suomen viennin taloudellinen merkitys syntyy ennen kaikkea sen kotimaisesta arvonlisästä, joka vuonna 2023 oli noin 68 miljardia euroa eli lähes kolmannes koko talouden arvonlisästä.

27 mrd. €
Julkiseen talouteen

Suomessa keskimäärin noin 40 % kotimaisesta arvonlisästä kanavoituu suoraan julkiseen talouteen veroina ja sosiaaliturvamaksuina.

41 mrd. €
Yrityksille ja kotitalouksille

60 % viennin kotimaisesta arvonlisästä jää yrityksiin. Tämä raha käytetään palkkoihin ja investointeihin. Raha menee siis kiertoon ja tästä kulutuksesta maksetaan mm. arvonlisäveroja, jotka lisäävät julkisen talouden tuloja.

KAUPPAKAMARI

*Karkea arvio perustuen nykyiseen viennin rakenteeseen

Suomen ulkomaisen matkailun kysynnällä valtava kasvupotentiaali

Suomen matkailun ulkomainen kysyntä
~5 mrd. €

EU:n matkailun ulkomainen kysyntä
~680 mrd. €
(~136 kertaa Suomen matkailukysyntä)

USA:n matkailun ulkomainen kysyntä
180 mrd. €
(~36 kertaa Suomen matkailukysyntä)

Muun maailman matkailun ulkomainen kysyntä
740 mrd. €
(~148 kertaa Suomen matkailukysyntä)

Lähteet: UN Tourism 2025

Suomen ulkomainen matkailukysyntä pähkinänkuoressa

Kolme suurinta matkailijaryhmää Suomessa

1. **68 %** eurooppalaiset

2. **15 %** aasialaiset

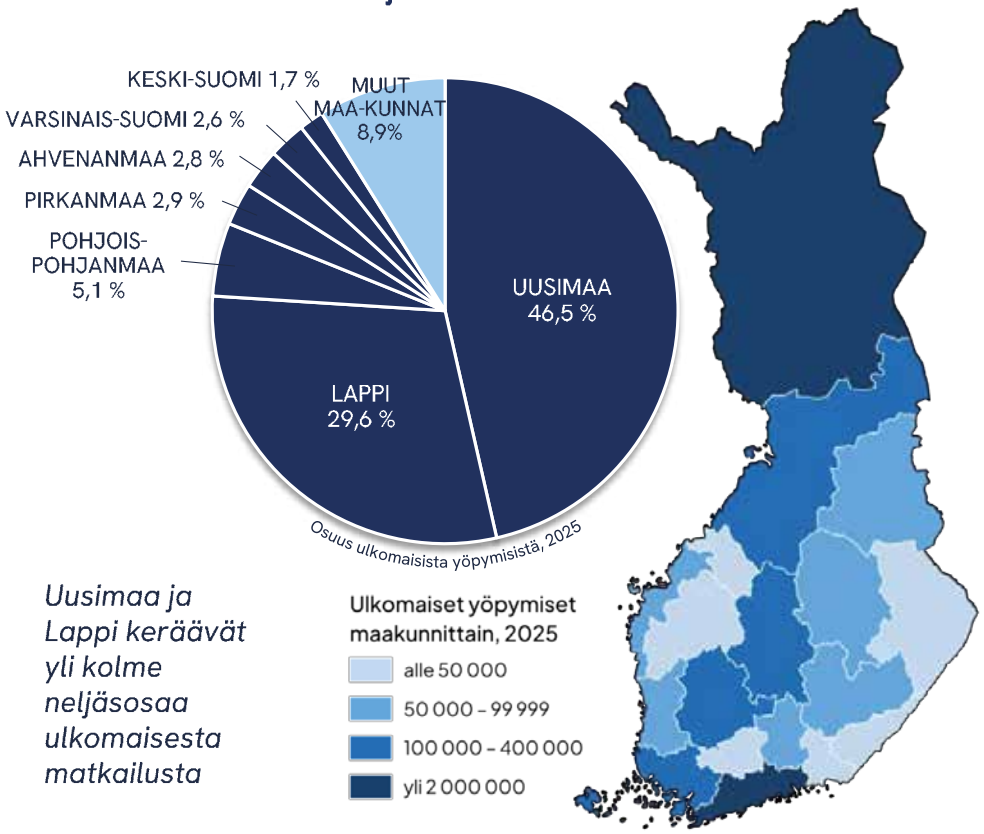
3. **9 %** amerikkalaiset

Mistä ulkomaiset matkailijat saapuvat Suomeen?



Ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset Suomessa asuinmantereittain		
Maanosa	**2024**	**2025**
Ulkomaiset yhteensä	**6 368 600**	**7 188 300**
Eurooppa	4 410 500	4 892 100
Aasia	859 600	1 106 100
Afrikka	33 800	42 700
Amerikka	589 500	676 200
Oseania	127 300	175 200

Mihin ulkomaiset matkailijat menevät Suomessa?



Uusimaa ja Lappi keräävät yli kolme neljäsosaa ulkomaisesta matkailusta

KAUPPAKAMARI

Lähde: Rudolf-tilastotietokanta

Suomeen kohdistuvan matkailun edistämisen strateginen merkitys

PANOS	TUOTOS	VÄLITÖN VAIKUTUS →	VÄLILLINEN VAIKUTUS →	PITKÄN AIKAVÄLIN VAIKUTUS
Suomen matkailupalveluja kehitetään	Ulkomaisten matkailijoiden määrä kasvaa	Matkailuyritysten liikevaihto kasvaa	Investointeja tehdään matkailu-, liikenne- ja palveluinfraan	Alueiden elinvoima ja väestön pitovoima vahvistuu
Suomen saavutettavuutta parannetaan	Ulkomaisten yöpyjien määrä kasvaa	Työpaikkoja syntyy matkailu- ja palvelualoille	Verotulojen kasvu valtiolle ja kunnille	Suomen kansainvälinen tunnettuus ja vetovoima kasvaa
Suomen matkailupalveluja käydään markkinoimassa maailmalla	Suomen matkailutulot kasvavat	Yritysten kannattavuus ja investointikyky vahvistuu	Julkisten ja yksityisten palvelujen säilyminen ja vahvistuminen	Kansallinen kilpailukyky ja talous vahvistuu

Suomeen kohdistuvan matkailun taloudellinen vaikutusketju

Ulkomainen matkailija tuo Suomeen rahaa. Tämä raha kiertää yritysten, työntekijöiden, alihankkijoiden ja julkisen sektorin kautta koko kansantalouteen, kasvattaa työllisyyttä, verotuloja ja alueiden elinvoimaa sekä vahvistaa Suomen taloutta samalla tavoin kuin tavara- ja palveluvienti.

KANSAINVÄLINEN MATKAILIJA SAAPUU SUOMEEN

→

Matkailija käyttää rahaa Suomessa
- Majoitus
- Ravintolat ja kahvilat
- Liikennepalvelut
- Ostokset
- Aktiviteetit ja tapahtumat

→

Matkailuyritysten liikevaihto kasvaa
- Hotellit
- Ravintolat
- Matkanjärjestäjät
- Ohjelmapalvelut
- Kauppa

→

Työpaikkoja syntyy ja säilyy
- Matkailuala
- Kauppa
- Liikenne
- Rakentaminen
- Palvelualat

↓

Kysyntä leviää alihankintaketjuihin
- Elintarvikkeet
- Siivouspalvelut
- Kiinteistöhuolto
- Energia
- IT-palvelut
- Markkinointi

←

Alueiden elinvoima vahvistuu
- Investoinnit lisääntyvät
- Palvelut säilyvät
- Yritystoiminta kasvaa

←

Verotulot kasvavat
- Arvonlisävero
- Tuloverot
- Yhteisövero

←

Suomen talous vahvistuu
- Lisää vientituloja ulkomailta
- Parempi työllisyys
- Kestävämpi julkinen talous

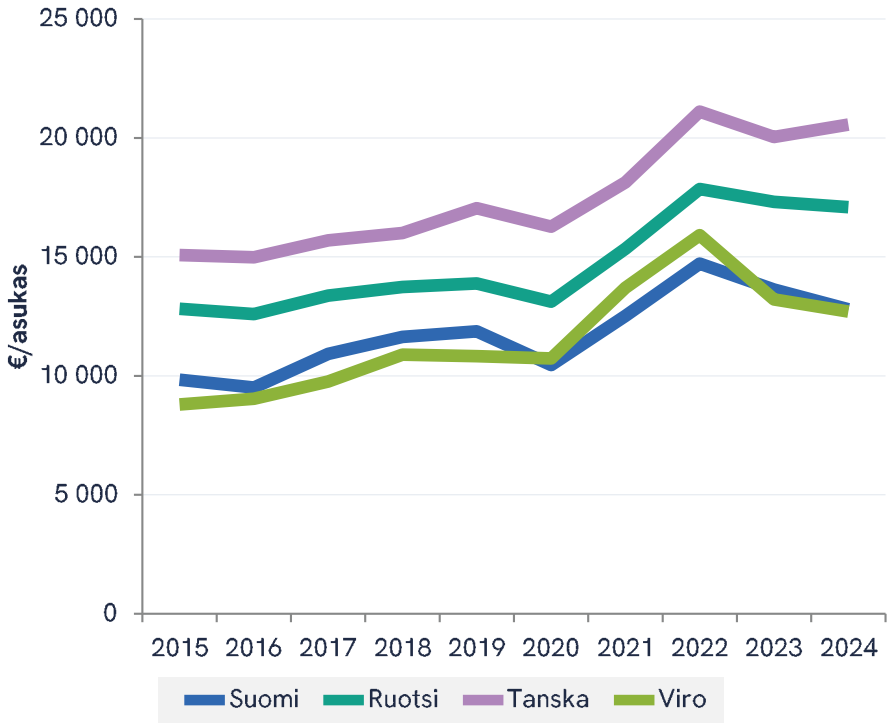
KAUPPAKAMARI

LUKU 2

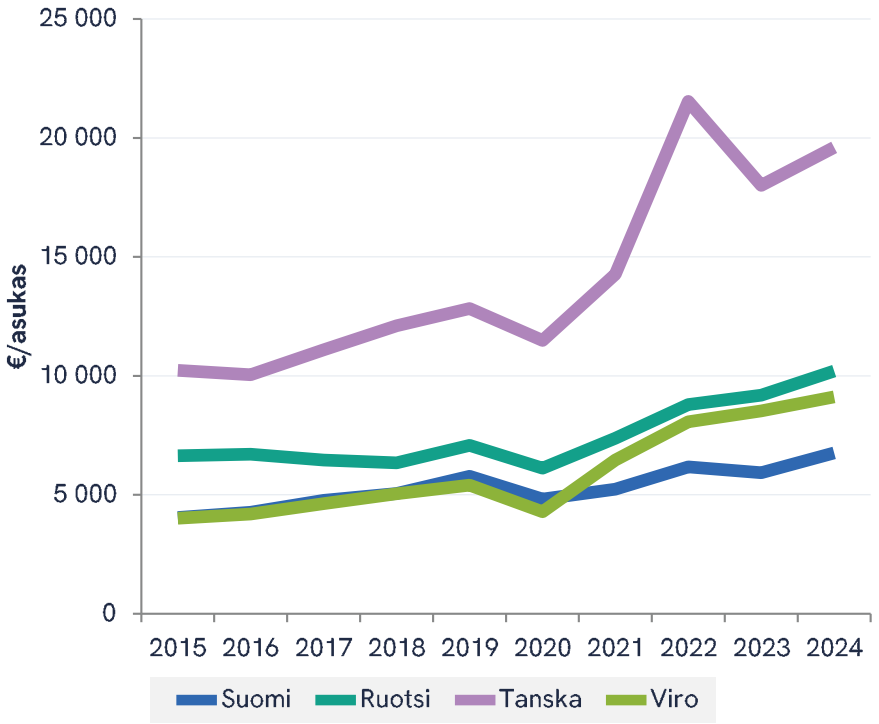
Katsaus kilpailijamaiden vientiin ja matkailuun

Suomen vienti on jäänyt kilpailijamaista jälkeen

Tavaravienti per asukas



Palveluvienti per asukas

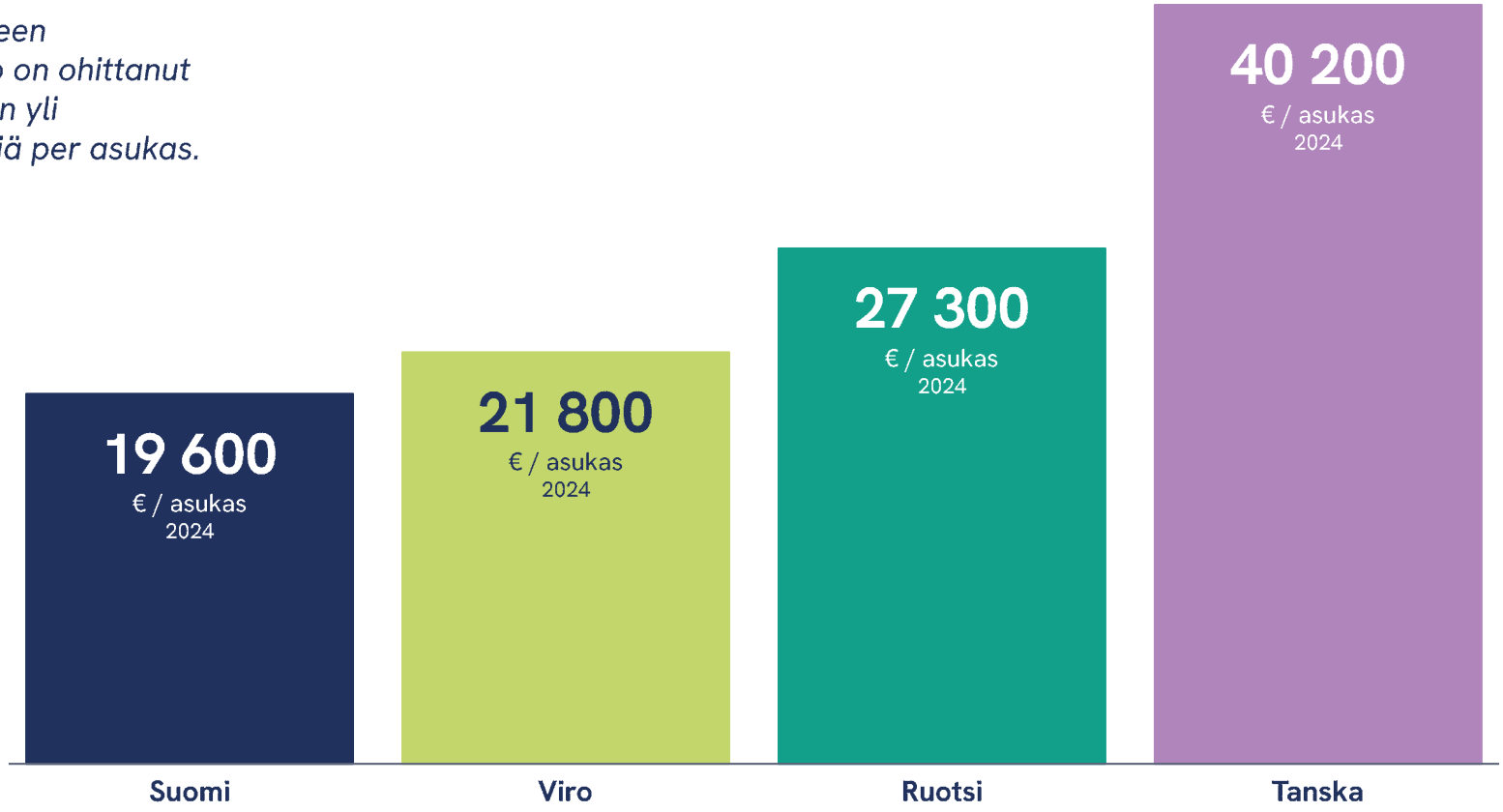


KAUPPAKAMARI

Lähde: Eurostat

Viennin tilannekuva per asukas

Suomi jää selvästi jälkeen kilpailijamaistaan. Viro on ohittanut Suomen ja Tanskalla on yli kaksinkertaisesti vientiä per asukas.



Lähde: Eurostat

Suomi vs. kilpailijat

Maa	Vienti / BKT 2024	Vienti / asukas 2024	PK-yritysten osuus tavaraviennistä	PK-yritysten osuus palveluviennistä
Suomi	**40 %**	**19 600 €**	**22 %**	**37 %**
Ruotsi	52 %	27 300 €	28 %	41 %
Tanska	61 %	40 200 €	35 %	39 %
Viro	75 %	21 800 €	68 %	55 %

Lähde: Eurostat ja maakohtaiset tilastokeskukset

Viennin edistämisen organisointimallit

Suomi
verkosto-ohjattu ekosysteemi

Business Finlandin ulkomaanverkosto integroitiin ulkoministeriöön ja edustustoverkkoon 1.1.2026, mikä siirtää Suomen mallia kohti Tanskan ulkoministeriövetoista rakennetta. Muutos koskee vain ulkomaanverkostoa: Business Finlandin Suomessa tarjoamat vienti- ja kansainvälistymispalvelut (neuvonta, rahoitus ja ohjelmat) jäävät TEM:n ja Business Finlandin vastuulle, ja viennin rahoitus (Finnvera, Tesi, Business Finland) säilyy erillisenä.

- Laaja asiantuntija- ja palveluverkosto
- Monipuoliset kansainvälistymisen ja rahoituksen instrumentit
- Joustava yhteistyö valtion, alueiden ja elinkeinoelämän välillä

- Asiakaspolku voi näyttäytyä pirstaleisena
- Vastuut jakautuvat usealle organisaatiolle
- Yhteisen strategisen ohjauksen toteuttaminen on vaativaa

Ruotsi
Verkosto + päätoimija

Business Sweden toimii viennin edistämisen näkyvänä veturina ja pääasiallisena asiointikanavana. Omistajina ja ohjaajina ovat sekä Ruotsin valtio että elinkeinoelämä. Muita toimijoita, kuten EKN, SEK ja Almi, tukevat vientiä rahoituksen ja riskienhallinnan keinoin.

- Selkeä päätoimija (Business Sweden)
- Vahva yrityslähtöinen toimintakulttuuri
- Julkisen ja yksityisen sektorin yhteinen omistajuus vahvistaa sitoutumista

- Toimijakenttä ei ole täysin yhden luukun malli
- Koordinointitarpeita useiden instrumenttien välillä
- Roolijako ei aina näy yrityksille täysin läpinäkyvästi

Tanska
Ulkoministeriömalli

Vienninedistämisen ydin sijaitsee ulkoministeriössä (Ministry of Foreign Affairs). The Trade Council toimii vientipalveluiden operatiivisena toteuttajana osana ministeriötä. Rahoitus ja viennin riskienhallinta on keskitetty EIFOon (Export and Investment Fund of Denmark); investointien houkuttelusta vastaa Invest in Denmark.

- Viennin edistäminen vahvasti integroitu ulkoasiainhallintoon
- Ulkomaanverkoston tehokas hyödyntäminen
- Vienti kytkeytyy tiiviisti talousdiplomatiaan

- Hallintolähtöisyyden riski asiakaslähtöisyyden kustannuksella
- Ministeriömalli voi heikentää ketteryyttä
- Yrityspalveluiden ja rahoituksen yhteensovittaminen vaatii koordinaatiota

Viro
Keskitetty virastomalli

Vienti-, investointi- ja yrityspalveluita on koottu yhden pääorganisaation, Enterprise and Innovation Foundationin (EIS), alle. Yritykset asioivat pääosin Trade with Estonian kautta. Investointien houkuttelusta vastaa Invest in Estonia, joka toimii osana samaa

- Selkeä yhden luukun palvelumalli
- Yhtenäinen johtaminen, brändi ja asiakasrajapinta
- Tehokas resurssien käyttö pienessä hallinnossa

- Riippuvuus yhdestä organisaatiosta
- Vähemmän erikoistuneita palveluja kuin suuremmissa maissa
- Mallin siirrettävyys suurempiin maihin on rajallinen

Mitä oppia naapureilta viennin kasvattamiseksi?

Ruotsilta oppeja

- Uuteen Team Finland -johtoryhmään saatiin elinkeinoelämä mukaan (Keskuskauppakamari, EK, Suomen Yrittäjät). Seuraava askel olisi tehdä ohjauksesta aidosti yrityslähtöistä, ei vain edustuksellista.
- Elinkeinoelämän olisi vaikutettava viennin edistämisen prioriteetteihin ja kohdemarkkinavalintoihin, ei vain hallintorakenteisiin.
- Yhteinen, mitattava tavoiteasetanta olisi vietävä käytäntöön koko verkostossa.

Tanskalta oppeja

- Suurlähetystöjen kaupallinen rooli vahvistui 2026, kun Business Finlandin ulkomaanverkosto ja edustustot yhdistettiin. On tärkeää, ettei asiakaslähtöisyys kärsi ministeriövetoisuudesta.
- Markkinoiden avaamista olisi johdettava aktiivisesti valtiotasolta ja kytkettävä tiiviisti talousdiplomatiaan.
- Ministerit, suurlähettiläät ja yritykset on saatava toimimaan yhtenäisenä tiiminä vientihankkeissa.

Virolta oppeja

- Rahoitus on yhä hajallaan (Finnvera, Tesi, Business Finland), ja yritys joutuu edelleen tunnistamaan oikean toimijan itse.
- Asiakkaalle on rakennettava yksi palvelupolku ja yksi vastuutaho, vaikka organisaatiot pysyisivät erillisinä.
- Palvelujen ja rahoituksen yksinkertaistaminen olisi vuoden 2026 uudistuksen jälkeen tärkeä seuraava askel.

KAUPPAKAMARI

SEURAAVIA KEHITYSKOHTEITA

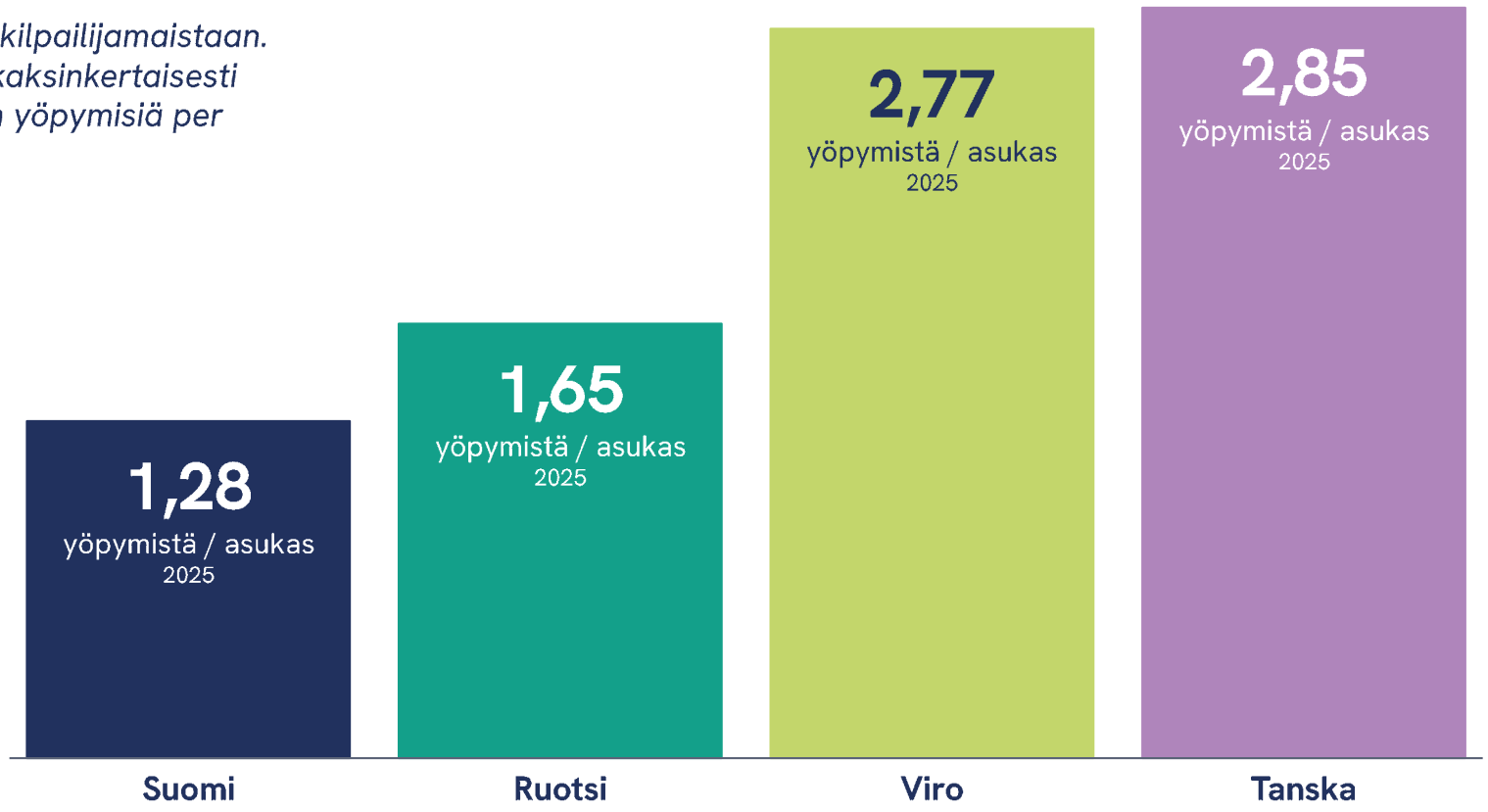
Vuoden 2026 Team Finland -uudistus toteutti jo osan opeista, kun vienninedistämisen ulkomaanverkosto koottiin ulkoministeriön alle ja elinkeinoelämä nostettiin mukaan verkoston johtoryhmään. Suomi otti siis rakenteellisen askeleen Tanskan suuntaan.

Seuraavaksi fokuksen tulisi olla

- *asiakaslähtöisyyden turvaamisessa ministeriömallissa (Tanskan mallin riski),*
- *palvelupolun ja rahoituksen yksinkertaistamisessa (Viro)*
- *sekä aidosti yrityslähtöisessä ohjauksessa (Ruotsi).*

Ulkomaiset yöpymiset per asukas

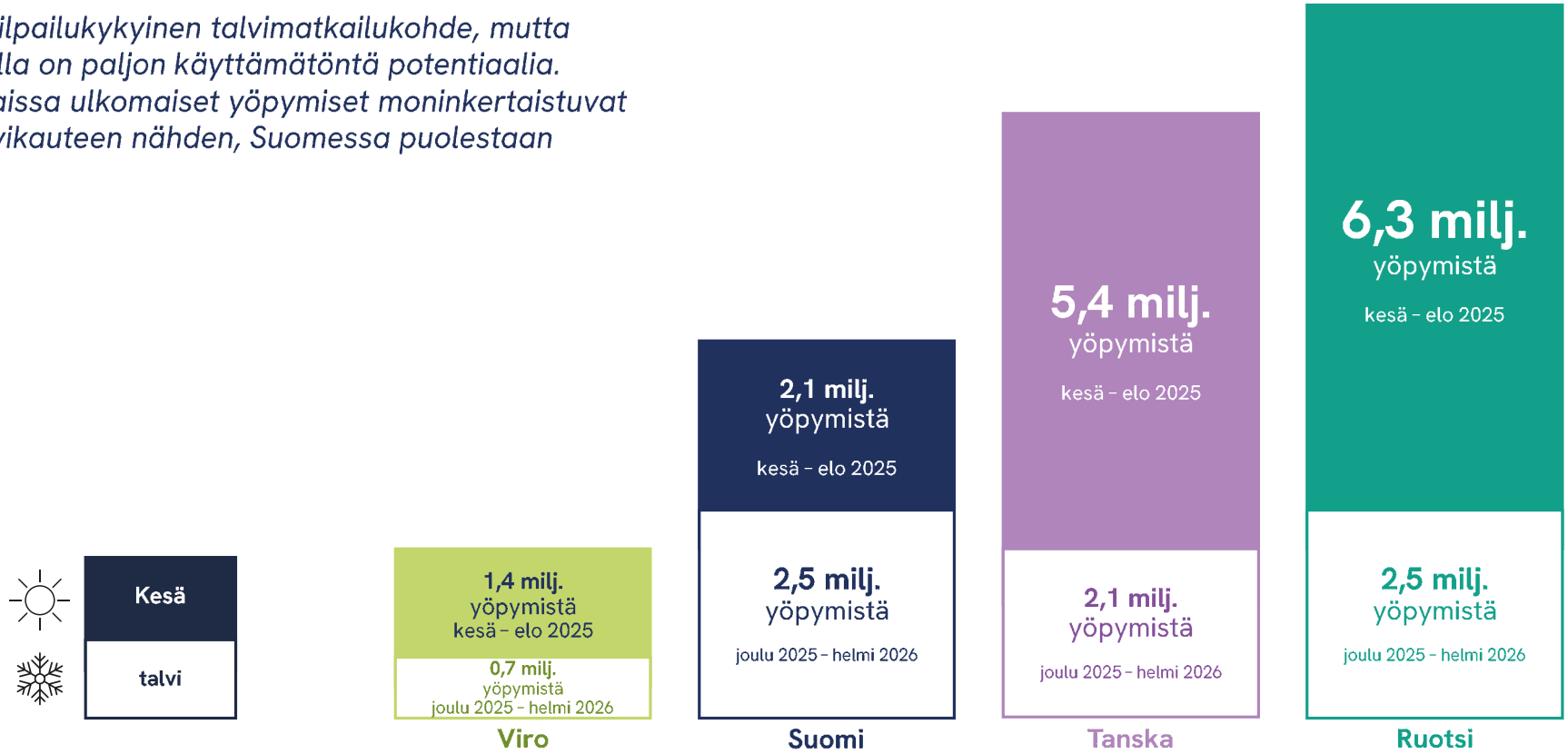
Suomi jää selvästi jälkeen kilpailijamaistaan. Tanskalla ja Virolla on yli kaksinkertaisesti ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä per asukas.



Lähde: Eurostat; Rudolf-tilastotietokanta / Statistics Sweden, Statistics Denmark; Statistics Estonia

Ulkomaiset yöpymiset sesongin mukaan

Suomi on kilpailukykyinen talvimatkailukohde, mutta kesäkaudella on paljon käyttämätöntä potentiaalia. Kilpailijamaissa ulkomaiset yöpymiset moninkertaistuvat kesällä talvikauteen nähden, Suomessa puolestaan vähenevät.



KAUPPAKAMARI

Lähde: Rudolf-tilastotietokanta / Statistics Finland, Statistics Sweden, Statistics Denmark, Statistics Estonia

Kansainvälisen matkailun edistämisen organisointimallit

Suomi

Visit Finland osana Business Finlandia. Matkailun kansainvälinen markkinointi, maakuvatyö, tiedontuotanto ja kansainvälisten verkostojen rakentaminen on yhdistetty osaksi laajempaa viennin, investointien ja yritysten kansainvälistymisen kokonaisuutta.

- Vahvat yhteydet vientiin, investointeihin ja maakuvatyöhön.
- Synergiaedut yritysten kansainvälistämisen kanssa.
- Matkailu osa laajempaa elinvoiman ja kasvun kokonaisuutta.

- Matkailu ei ole organisaation ainoa tehtävä.
- Matkailun näkyvyys voi jäädä muiden tavoitteiden rinnalle.
- Resurssien kohdentaminen riippuu koko organisaation painotuksista.

Ruotsi

Visit Sweden on valtion omistama yhtiö, jonka kansallinen tehtävä on markkinoida Ruotsia matkailukohteena.

- Selkeä kansallinen brändivastuu.
- Matkailuun erikoistunut organisaatio.
- Pitkäjänteinen kansainvälinen markkinointityö

- Kehittäminen ja markkinointi ovat osin eri toimijoilla, mikä edellyttää koordinointia.
- Alueiden ja kansallisen tason tavoitteiden yhteensovittaminen vaatii jatkuvaa yhteistyötä.

Tanska

Visit Denmark on kansallinen matkailuorganisaatio, jonka tehtävänä on kehittää ja markkinoida Tanskaa kansainvälisenä matkailukohteena.

- Hyvin tunnistettu kansallinen matkailutoimija.
- Vahva data-, analyysi- ja markkinointirooli.
- Selkeä työnjako kansallisen ja alueellisen tason välillä.

- Alueellisten matkailu-organisaatioiden ja kansallisen toimijan yhteensovittaminen vaatii jatkuvaa johtamista.
- Usean toimijan malli voi lisätä koordinointitarvetta.

Viro

Visit Estonia toimii osana Enterprise Estoniaa (EIS), joka vastaa myös yritysten kansainvälistymisestä, innovaatioista ja investointien edistämisestä.

- Keskitetty rakenne tukee strategista ohjausta.
- Tiivis yhteys yritys- ja investointipalveluihin.
- Mahdollisuus hyödyntää yhteisiä data- ja markkinointiresursseja.

- Riippuvuus yhdestä organisaatiosta.
- Vähemmän erikoistuneita palveluita kuin suurimmissa matkailumaissa.
- Mallin siirrettävyys suurempiin maihin on rajallinen.

Mitä oppia naapureilta kv-matkailun kasvattamiseksi?

Ruotsilta oppeja

- Suomen kansainvälistä matkailubrändiä voisi terävöittää nykyisestä.
- Kansallisten matkailun kärkituotteiden ja -teemojen määrää voisi vähentää ja fokusta lisätä.
- Visit Finlandin strategista roolia koko matkailuekosysteemin yhteisenä suunnannäyttäjänä voisi vahvistaa.

Tanskalta oppeja

- Lentoyhteyksien ja saavutettavuuden kehittäminen voisi olla nykyistä vahvempi osa matkailupolitiikkaa.
- Helsingin ja muiden kaupunkien roolia kansainvälisinä vetureina voisi vahvistaa.
- Matkailun, liikennejärjestelmän ja tapahtumien yhteistä kehittämistä voisi tehdä nykyistä tiiviimmin.

Virolta oppeja

- Markkinoinnissa ja kohdevalinnoissa voitaisiin hyödyntää dataa nykyistä ketterämmin.
- Kansallisen, alueellisen ja yritystason roolit voisivat olla matkailuyrityksille vielä selkeämmät.
- Uusien markkinoiden ja toimintamallien kokeiluja voitaisiin tehdä nopeammin ja pienemmällä kynnyksellä.

SEURAAVIA KEHITYSKOHTEITA

Suomi tarvitsee Ruotsin vahvempaa kansallista brändijohtamista, Tanskan parempaa saavutettavuutta ja kaupunkimatkailun kehittämistä sekä Viron datalähtöisempää ja ketterämpää toimintatapaa.

LUKU 3

Suomen viennin ja kansainvälisen matkailun kasvattaminen

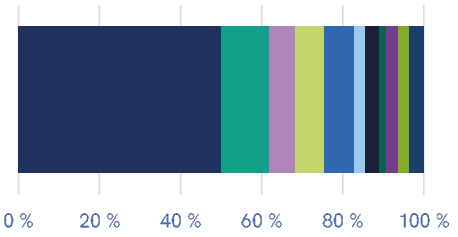
Suomen viennin kärkiyritysten näkemyksiä viennin kasvattamiseksi

(n=127) 1/3

Kyselyyn vastasi n. 130 suomalaista pk-vientiyritystä ja muutama suuri vientiyritys eri puolilta Suomelta

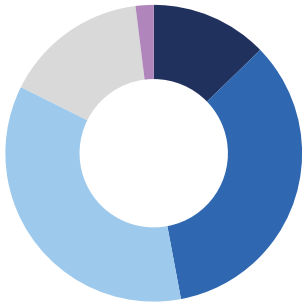
- Vastaajien yhteenlaskettu vienti on yli 16 mrd. €
- Viennin osuus vastaajien liikevaihdosta on n. 75 %
- Keskimäärin viennistä 88 % tavaravientiä, 12 % palveluvientiä

Vastaajien toimialajakauma



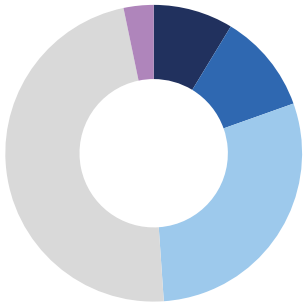
- Teknologia- ja metalliteollisuus
- Kemian-, muovi- ja materiaaliteollisuus
- Elintarvike- ja juomateollisuus
- Kone-, laite- ja sähköteollisuus
- Metsä-, puu- ja pakkausteollisuus
- ICT, ohjelmisto- ja digitaaliset palvelut
- Asiantuntija-, suunnittelu- ja yrityspalvelut
- Rakentaminen ja rakennustuoteteollisuus
- Terveys-, hyvinvointi- ja lääketeollisuus
- Energia-, ympäristö- ja cleantech-ala
- Muut

Tavaraviennin kehitysnäkymä 2030



- Vienti kasvaa merkittävästi (yli 50 % nykyisestä)
- Vienti kasvaa kohtalaisesti (+20–50 % nykyisestä)
- Vienti kasvaa vähän (+5–20 % nykyisestä)
- Vienti pysyy nykytasolla
- Vienti heikkenee

Palveluviennin kehitysnäkymä 2030



- Vienti kasvaa merkittävästi (yli 50 % nykyisestä)
- Vienti kasvaa kohtalaisesti (+20–50 % nykyisestä)
- Vienti kasvaa vähän (+5–20 % nykyisestä)
- Vienti pysyy nykytasolla
- Vienti heikkenee

Suomen viennin kärkiyritysten näkemyksiä viennin kasvattamiseksi

(n=127) 2/3

Tunnistetut viennin menestystekijät

Laadukas tuote ja tuotevalikoima

Hyvä ja kilpailukykyinen tuote, laatu, toimitusvarmuus, brändi ja referenssit.

Osaava, sitoutunut henkilöstö

Ammattitaitoinen ja motivoitunut väki, oikeat rekrytoinnit ja oppilaitosyhteistyö; kytkeytyy usein tuotekehitys- ja erikoistumisosaamiseen

Kansainvälistyminen ja aktiivinen myyntityö

Messut, markkinointi, oikeat kumppanit ja jälleenmyyntiverkosto kohdemaissa, tuettuna pitkäjänteisyydellä ja omalla sinnikkyydellä

TUOTE

→ Yritysten oma innovointi

IHMISET

→ Työvoimakysymykset

KOHTAAMISET

→ Saavutettavuus

Suomen viennin kärkiyritysten näkemyksiä viennin kasvattamiseksi

(n=127) 3/3

Millä toimilla Suomen vientiä tulisi edistää?

1. Kustannuskilpailukyky kuntoon. Verotus, työvoima-, energia- ja logistiikkakustannukset on saatava kilpailijamaiden tasolle. Pohjoinen ja monin tavoin kallis maa ei pärjää ilman kustannusetua Saksaan ja Ranskaan nähden.

2. Osaava työvoima ja keveämpi sääntely. Koulutus, korkeakoulutuksen taso ja työperäinen maahanmuutto (nopeat Migri-prosessit) turvaamaan tekijät. Byrokratian ja EU-sääntelyn karsinta poistamaan esteet.

3. Viennin edistäminen ja rahoitus pk-yrityksille. Finnveran takaukset järkevälle hintatasolle ja vakuuskäytännöt kuntoon. Team/Business Finland -palvelut, messut ja suurlähetystöjen tuki markkinoillepääsyyn. Painotus on nimenomaan pk-kentässä, jolle nykyjärjestelmää pidetään liian raskaana.

Millaisia keinoja näette edustamanne toimialan sekä laajemmin Suomen viennin jalostusarvon kasvattamiseksi?

1. Tuotteista ratkaisuihin
Jalostusarvo nousee kun viedään järjestelmiä ja palveluja, ei pelkkiä laitteita: ohjelmisto, data, konnektiivisuus, ennakoiva huolto ja elinkaaripalvelut tuotteen päälle.

2. T&K&I painopiste kaupallistamiseen
Panostukset tuotekehitykseen, automaatioon ja uusiin teknologioihin, mutta tuki pitäisi siirtää pelkästä T&K:sta skaalautumis- ja kaupallistamisvaiheeseen.

3. Erikoistuminen ja korkean osaamisen kärjet
Kilpaillaan laadulla, luotettavuudella ja edelläkävijyydellä, ei hinnalla; siirtymä standardituotteista räätälöityihin erikoistuotteisiin, joissa korkeampi hinta hyväksytään. Kannustimet (verovähennykset, investointituet) tukemaan tätä valintaa.

Vapaa sana Suomen viennin kasvattamisesta

1. Vienti on elinehto, joka on priorisoitava kaikessa tekemisessä
Vienti nähdään ainoana kestävänä tapana kasvattaa hyvinvointia ja hoitaa velkaa. Vaatimus: politiikan mentävä "vienti edellä" ennen sisäistä kiistelyä verorahojen jaosta.

2. Ennakoitava toimintaympäristö ja fokus
Pelikenttä ei saa heilua vaalituloksen mukaan; Suomea pitäisi "johtaa kuin yritystä" ja uskaltaa tehdä valintoja ja poisvalintoja. Alueiden keskinäinen kilpailu nähtiin kansallista etua syövänä.

3. Myyntiosaaminen ja kasvurahoitus
Itsekriittinen näkemys: teknologiaa osataan, myyntiä, jälleenmyyntiverkostoja ja ansaintamalleja ei. Rinnalla huoli siitä, että pk-yritykset myydään liian varhain ulkomaille. Tarvitaan vientiin fokusoitunutta riskipääomaa.

Matkailutoimijoiden näkemyksiä ulkomaisen matkailutulon kasvattamiseksi

Kasvava matkailumarkkina on Suomen tilaisuus

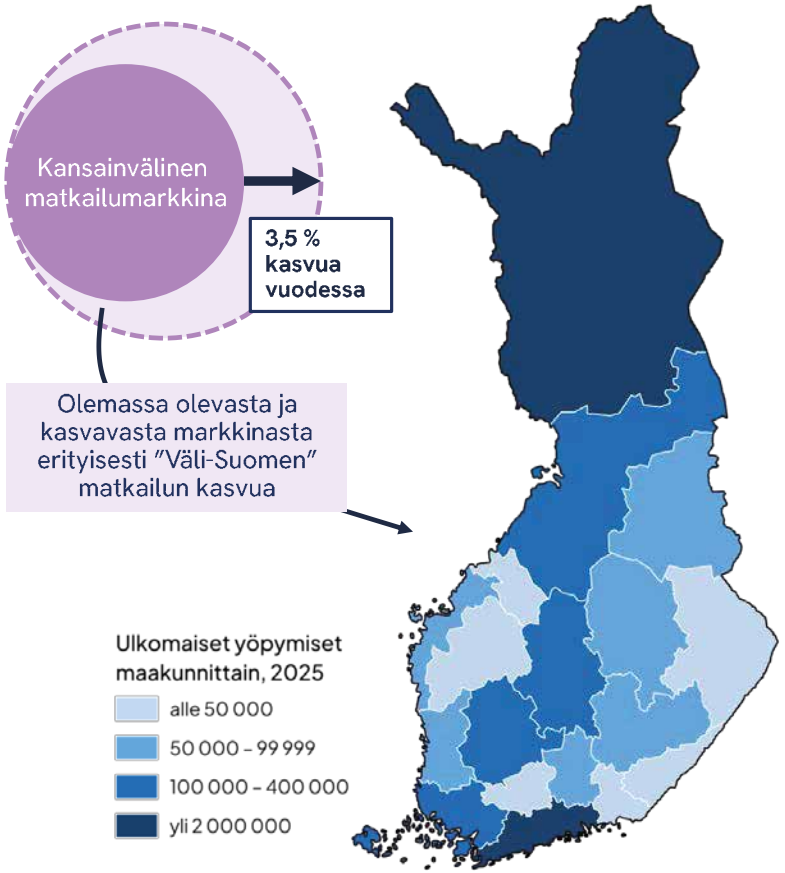
Kansainvälinen matkailu kasvaa ennusteiden mukaan 3,5 prosenttia vuodessa vuoteen 2035 asti, eli nopeammin kuin maailmantalous keskimäärin. Suomella on kasvun kaappaamiseksi hyvät lähtökohdat. Meillä on laaja pinta-ala, monimuotoinen ja puhdas luonto, selkeät vuodenajat ja hiljaisuutta, jolle on kysyntää. Suuri osa matkailutuotteesta on jo olemassa, ja laadukkaita palveluja ja tapahtumia löytyy eri puolilta maata. Kasvun rahallinen arvo tulee ulkomailta, sillä ulkomainen matkailija käyttää rahaa enemmän kuin kotimaassa matkaileva suomalainen.

Tunnettuus ratkaisee, ja se vaatii yhtenäisen brändin

Suomea ei tunneta maailmalla kovin laajasti. Maasta ei välity vahvaa ja selkeää kuvaa, koska alueiden ja toimijoiden markkinointi on hajanaista ja yhteistyö jää vähäiseksi. Tunnettuuden kasvattaminen on matkailun menestyksen ensimmäinen askel. Se syntyy pitkäjänteisellä maakuvatyöllä, positiivisilla viesteillä ja matkanjärjestäjien yhteistyöllä, joka helpottaa markkinoille pääsyä. Toimijoiden voimavarat kannattaa koota yhteisen päämäärän taakse. Liikkeelle lähdetään Suomen tason kokonaisuudesta ja edetään siitä alueiden omaleimaisuuteen, ei toisin päin. Kun kokonaisvolyymi kasvaa, jaettavaa riittää enemmän kaikille.

Markkinoinnin resurssit eivät vastaa matkailun merkitystä

Matkailun tärkeyttä ei ole riittävästi sisäistetty, ja se näkyy toimien riittämättömyytenä. Työ- ja elinkeinoministeriö on matkailun osalta aliresursoitu, ja Visit Finlandin markkinointiraha on liian pieni. Rahoitus pitäisi nostaa 20 miljoonaan euroon.



Matkailutoimijoiden näkemyksiä ulkomaisen matkailutulon kasvattamiseksi

Saavutettavuus on matkailun tärkein edellytys

Kiinnostavakaan ja tunnettu kohde ei riitä, jos sinne on vaikea päästä. Silloin matkailija valitsee jonkin muun maan. Suomea ei ole saavutettu vielä siinä vaiheessa, kun kone laskeutuu Helsinki-Vantaalle tai laiva saapuu Turkuun, vaan myös maan sisäisen matkustamisen on oltava sujuvaa. Suorat lentoyhteydet ratkaisevat usean alueen saavutettavuuden, ja Uudenmaan ja Lapin suosio selittyy osittain juuri niillä. Lentoasemaverkosto on välttämätöntä infraa. Jos lentoasemaa ei ole, alueen matkailupotentiaali menetetään.

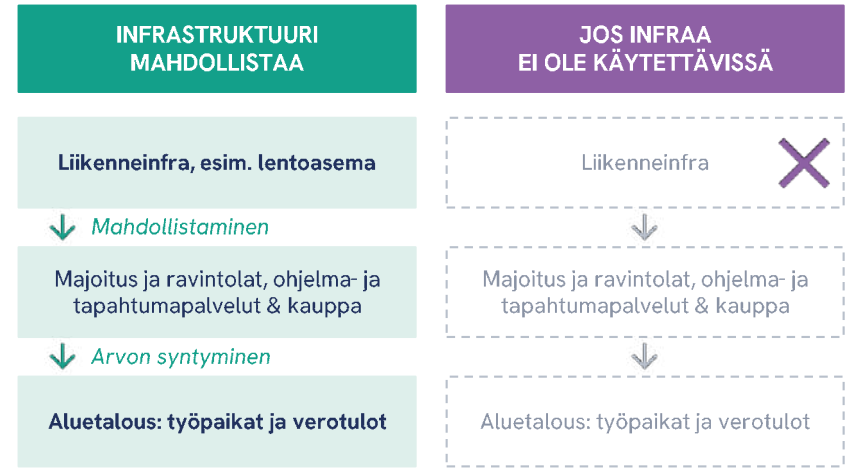
Ympärivuotisuus on suurin yksittäinen kasvuvara

Kesämatkailussa Suomi jää selvästi muista Pohjoismaista, vaikka talvi ja Lappi tunnetaan hyvin. Matkailukauden pidentäminen on siksi keskeistä. Nyt Suomi menee kiinni elokuussa, joka on Euroopan suosituin matkailukuukausi. Kesälomien ajoituksen siirto toisi Suomen samaan rytmiin muun Euroopan kanssa.

Toimintaympäristön on oltava kilpailukykyinen

Hotelliala käy kovaa kansainvälistä kilpailua, mutta Suomen arvonlisäverot ovat monia maita korkeammat. Lapissa korkeat polttoaineen hinnat supistavat toimintaa, ja kotimaan matkailussa henkilöautoilun kustannukset vaikuttavat matkailijamääriin.

Liikenneinfra on matkailun ja muiden elinkeinojen alusta. Jos alusta viedään pois, se sulkee ovia kehittämiseltä. Pelkkä infran kapea taloustarkastelu ei tavoita sitä arvoa, jonka matkailijat tuovat alueelle käyttämiensä palvelujen kautta. Suomen reunasijainti kärjistää haastetta: EU-päätökset nostavat lentämisen kustannuksia suhteessa enemmän. Tanskaan ja Ruotsiin taas pääsee junalla ja autolla suoraan Keski-Euroopasta. Venäjän ylilentokielto vei Suomelta aseman Aasian ja Euroopan välisten lentojen solmupisteenä, ja Itä-Suomi on kärsinyt venäläismatkailijoiden poisjäännistä.



Palveluvienti on kasvussa – miten sitä voitaisiin tilastoida maakunnallisesti?

Miksi palveluvientiä ei tilastoida nyt maakunnallisesti?

- Palveluiden tuotantopaikkaa on usein vaikea määrittää, koska palvelut tuotetaan digitaalisesti tai usean toimipaikan yhteistyönä.
- Yritysten kirjanpito ei yleensä sisällä tietoa siitä, missä maakunnassa vientipalvelu on tuotettu.
- Maakunnallinen tilastointi vaatisi paljon mallinnusta, mikä heikentäisi tietojen tarkkuutta.

Missä maissa ja miten alueellista tilastointia tehdään?

- Isossa-Britanniassa julkaistaan alueellisia palveluvientitilastoja hyödyntämällä yrityskyselyitä ja tilastollisia malleja.
- Kanadassa palveluvientiä arvioidaan provinssitasolla osana alueellisia taloustilejä.
- Australiassa ja Espanjassa tuotetaan osavaltiokohtaisia tai alueellisia arvioita erityisesti matkailu-, koulutus- ja yrityspalveluviennistä.

Mitä Suomi voisi oppia muilta mailta ja miten palveluvientiä voisi alkaa tilastoida maakunnallisesti?

- Palveluvientiä voitaisiin jakaa maakunnille yritysten toimipaikkatietojen, henkilöstömäärän, palkkasumman tai liikevaihdon perusteella.
- Aluksi voitaisiin julkaista mallipohjaisia arvioita tärkeimmistä palvelualoista, kuten ICT-, konsultointi- ja matkailupalveluista.
- Britannian mallin mukainen alueellinen palveluvientitilasto antaisi maakunnille parempaa tietoa elinkeinopolitiikan ja viennin edistämisen tueksi.

Viennin kasvattaminen on keskeinen keino julkisen talouden vahvistamiseksi

1 miljardin euron lisäys viennissä... → ...kasvattaa Suomen taloutta tyypillisesti **600–700 miljoonalla eurolla,...** → ...josta julkiseen talouteen noin **250 miljoonaa** verotuloina ja sosiaaliturvamaksuina

+ kerrannaisvaikutukset mm. arvonlisäverojen kasvun kautta

Karkeita laskelmia viennin kasvun vaikutuksista, jos elinkeinorakenne pysyy samankaltaisena:

Lisävienti	Kotimainen arvonlisä	Julkinen talous
+5 mrd. €	+3,5 mrd. €	**+1,4 mrd. €**
+10 mrd. €	+7,0 mrd. €	**+2,8 mrd. €**
+20 mrd. €	+14,0 mrd. €	**+5,6 mrd. €**
+100 mrd. €	+70 mrd. €	**+28 mrd. €**

Entä jos Suomen vienti olisi Tanskan tasolla?

2024 tiedot	Tanska	Suomi
Väestö	**5,99 milj. as.**	**5,64 milj. as.**
Pinta-ala	**43 000 km^2**	**338 500 km^2**
BKT	**392 mrd. €**	**276 mrd. €**
Vienti	**241 mrd.€**	**110 mrd. €**
Vienti per asukas	**40 200 €/as.**	**19 600 €/as.**

Tanskan menestystekijöitä

- Selkeä erikoistuminen korkean arvonlisän aloille
- Tunnistettu, että Tanska on pieni kotimarkkina. Vienti on ainoa kasvun keino.
- Globaalit yritykset pienestä kotimarkkinasta huolimatta
- Joustavat työmarkkinat ja vahva sosiaaliturva
- Panostus T&K:hon ja yrityslähtöisyyteen
- Viennin edistäminen ja markkinoiden laajentaminen ovat valtion kärkitavoitteita
- Maineeltaan luotettava, kestävä ja laadukas

Suomen vienti yli tuplaantuisi
110 mrd. € → **241 mrd. €**

→

Jos viennin rakenne säilyisi ennallaan, viennin sisältämä kotimainen arvonlisä kasvaisi likimain samassa suhteessa eli
68 mrd. € → **169 mrd. €**

→

Suomen julkinen talous vahvistuisi
n. 30 mrd. €

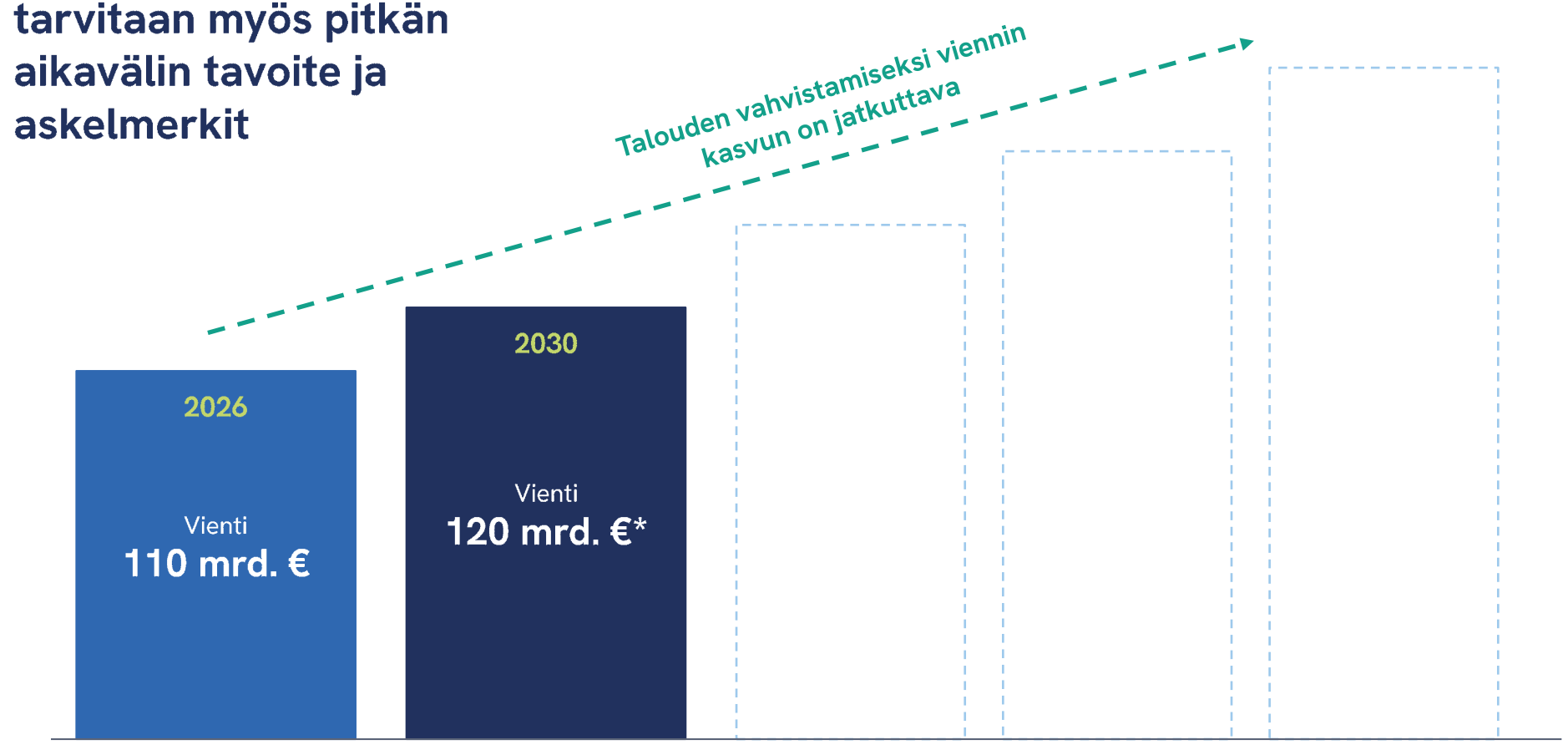
Suomen vuosittaiselle viennille ja ulkomaiselle matkailutulolle on asetettava tavoite



Tavoitteen asettaminen ohjaa kaikkea tekemistä

10 miljardin euron kasvutavoite on realistinen. Vuonna 2030 Suomen vienti olisi 120 mrd. € vuoden 2026 hintatasossa.

Viennin kasvattamiseen tarvitaan myös pitkän aikavälin tavoite ja askelmerkit



*vuoden 2026 hintatasossa

KAUPPAKAMARI

Millä tavoitteeseen päästään?

Viennin kasvattamisen kärkitoimet

Tukea tuotekehityksestä kaupallistamiseen

Julkista tukea on kohdennettava tuotekehityksen lisäksi skaalaukseen ja myyntiin. Suomessa tapahtuvaa korkean jalostusarvon tuotantoa on vauhditettava investointikannustimella. Viennin arvo kasvaa, kun yksittäisten tuotteiden rinnalla myydään järjestelmiä ja palveluita.

Vientirahoitus myös pk-yritysten ulottuville

Vientirahoituksen riskit tulisi jakaa tasaisemmin yritysten ja rahoituslaitosten kesken. Finnveran takausprovisiot on saatava kohtuulliselle tasolle. Ennakkomaksutakaukset ja kohdemarkkinarahoitus on ulotettava myös pk-yrityksiin sekä rahoituksen ja tukien hakua yksinkertaistettava ja nopeutettava.

Lisää kansainvälistä myyntiosaamista ja osaajia

Suomessa kehitetään huipputuotteita, mutta kansainvälisessä myynnissä jäämme kilpailijoista jälkeen. Kansainvälisen teollisen myynnin koulutus on tuotava korkeakouluihin. Maahanmuuttoviraston työ- ja erityisosaajaluville on asetettava sitova enimmäiskäsittelyaika.

Toimivat liikenneyhteydet viennin tueksi

Yhteyksiä vienti- ja tuontisatamiin sekä lentoasemille on vahvistettava. Lentoasemaverkkoa, sen palveluja ja liityntäyhteyksiä on kehitettävä viennin ja matkailun tarpeisiin. Tie- ja rataverkon korjausvelan kasvu on pysäytettävä riittävällä rahoituksella.

LUKU 4

Suomen kauppakamarialueiden vienti ja kansainvälinen matkailu

Tietokorteista

Aluejaosta:

- Tietokorteilla esitetyt tiedot perustuvat maakuntajakoon, sillä pääosa esitetyistä tiedoista on saatavilla vain maakunnan tarkkuudella. Tietokortit on otsikoitu kauppakamarien mukaisesti.
- Jos kauppakamarin toiminta-alue kattaa kaksi maakuntaa, tietokortille on laskettu yhteen molempien maakuntien tunnusluvut.

Tavaraviennistä:

- Luvut perustuvat Tullin Tavaroiden ulkomaankauppa maakunnittain – aineistoon.
- Tilastokuvauksen mukaan ”Tilasto kuvaa valtion rajan ylittävää tavarakauppaa sen mukaan, mihin maakuntaan yritys on kohdentanut viennin Intrastat-ilmoituksen tai tulli-ilmoituksen”. Ilmoituskäytännössä on suuria eroja yritysten välillä, ja vaikka Tulli pyrkii korjaamaan tietoja, osa viennistä kohdentuu kuitenkin yrityksen pääkonttorin sijaintiin tuotantolaitoksen sijasta.
- Tästä syystä raportin laatijat arvioivat, että Uudenmaan vientiluvut ovat todellisia suuremmat ja useiden muiden maakuntien vientiluvut todellista pienemmät.

Palveluviennistä:

- Palveluviennistä ei ole saatavilla maakuntakohtaista tietoa, eikä sitä ole siksi raportoitu tietokorteilla.

Matkailusta:

- Luvut perustuvat Visit Finlandin aineistoihin *Alueellisen matkailutilinpidon avainluvut* ja *Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain.* Matkailutuloa koskevat tuoreimmat luvut olivat lokakuun 2026 lopussa vuodelta 2024, joten myös yöpymismäärissä käytettiin 2024 lukuja, vaikka myös tuoreempia olisi ollut saatavilla.

Bruttokansantuotteesta:

- BKT-luvut ovat vuodelta 2023, lähteenä Tilastokeskuksen Bruttokansantuote asukasta kohden alueittain, vuosittain -aineisto. Nämä olivat lokakuun 2026 lopussa tuoreimmat vahvistetut luvut.
- BKT-vertailuissa on käytetty vuoden 2023 vienti- ja matkailutulotietoja, joita ei ole muutoin esitetty korteilla.

Muuta:

- Inflaatiota ei ole huomioitu eri vuosien välisissä vertailuissa.
- Mahdolliset poikkeamat tähän kirjatusta on esitetty tietokorttien oikeassa alakulmassa.

VIENTIPROFIILI

Etelä-Karjalan kauppakamari

1,7 mrd. €	+35 %	39 %	34 M€	-89 %	0,7 %	44 200
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

4,7 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
2 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Metsäteollisuus
- Kemianteollisuus
- Konepaja- ja metalliteollisuus

Matkailun kärjet
- Saimaa, Saimaan kanava
- Luontomatkailu
- Kesämatkailu (mm. Imatrankoski)

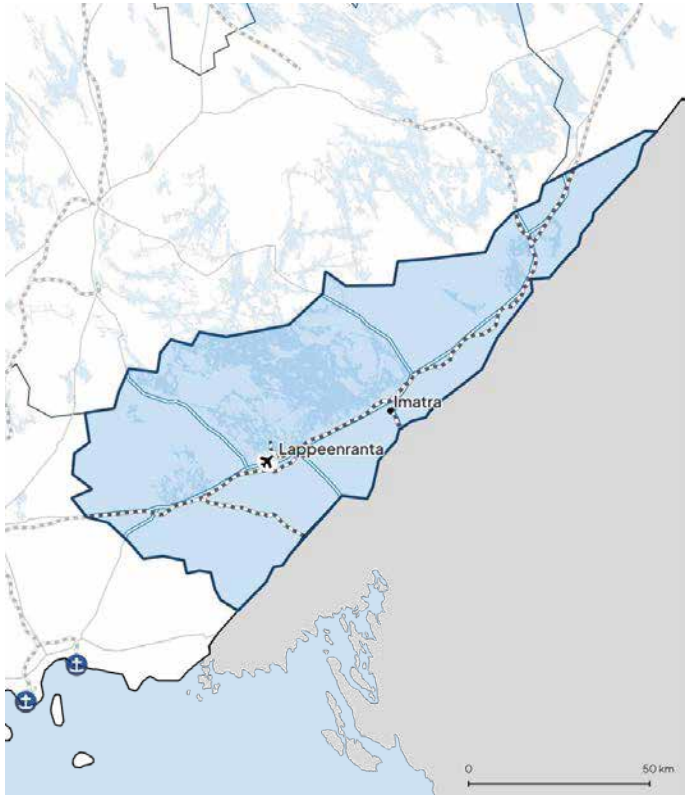
Viennin menestystekijät
- Runsaat metsävarat ja edullinen energia teollisuudelle
- LUT-yliopiston tekninen tutkimus ja osaajavirta
- Teolliset integraatit

Matkailun menestystekijät
- Saimaan vesistö luonnonvetovoimana
- Aiemman rajakaupan rakentama palveluinfra
- LUT:n opiskelija- ja tapahtumavirta

Viennin kehityspotentiaali
- Biotuotteet
- Vetytalous (LUT Green)
- Akkukemikaalit ja kiertotalous

Matkailun kehityspotentiaali
- Saimaan kv-tunnettuus (gastronomia, hyvinvointi)
- Venäjä-matkailun romahduksen korvaaminen länsimarkkinoilla.

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- LUT-yritysyhteistyö, vetylaaksojen kehittäminen, logistiikkakäytävien kehitys kohti HaminaKotkaa ja Vuosaarta.
- Saimaa-brändin vahvistaminen
- Lappeenrannan lentoyhteyksien houkuttelu ja Karjalan radan sujuvoittaminen

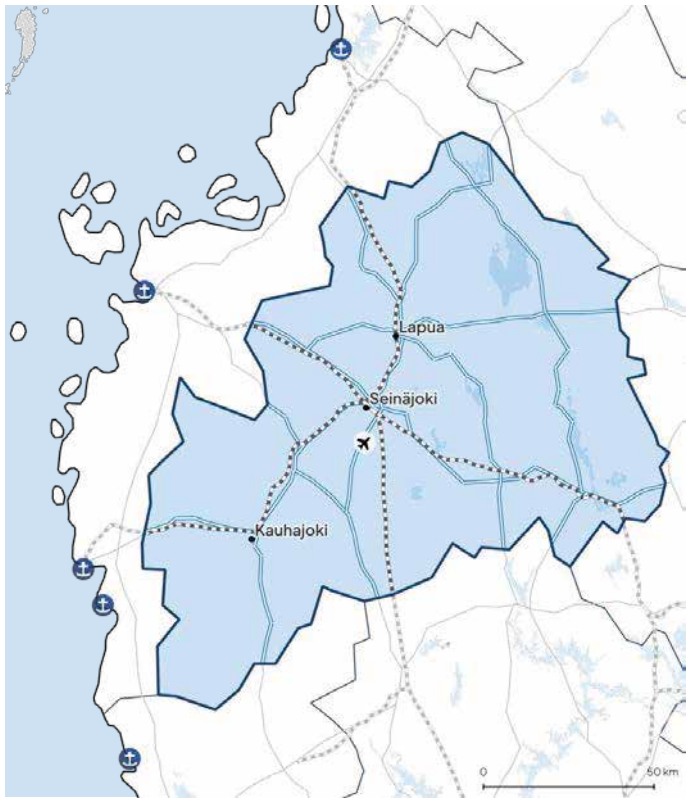


VIENTIPROFIILI

Etelä-Pohjanmaan kauppakamari

0,8 mrd. €	+48 %	11 %	25 M€	+47 %	0,3 %	34 100
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

7,6 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
3 % Suomen BKT:sta



Viennin kärjet
- Elintarviketeollisuus
- Kone- ja metalliteollisuus
- Puutuoteteollisuus

Matkailun kärjet
- Perhematkailu (huvipuisto Powerpark)
- Ostosmatkailu (Tuuri ja Ideapark)
- Kesätapahtumat (Provinssi, Tangomarkkinat)
- Luontomatkailu (Lappajärven ja Lauhavuoren geoparkit)

Viennin menestystekijät
- Suuren mittakaavan elintarviketuotanto ja jalostus
- Tiheä pk-yritysten ja alihankinnan verkosto
- Poikkeuksellinen yrittäjyys- ja omistajayrityskulttuuri

Matkailun menestystekijät
- Keskeinen sijainti
- Valtakunnallisesti tunnetut tapahtumat

Viennin kehityspotentiaali
- Teknologiateollisuuden uusien tuotteiden kehittäminen
- Vientiin soveltuvien pitkään säilyvien elintarvikkeiden kehittäminen
- Agroteknologian vienti

Matkailun kehityspotentiaali
- Tapahtumien ympärivuotisuus
- Kansainväliset asiakkaat
- Aallon maailmanperintökohdematkailu

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Teknologiateollisuuden TKI uusien vientituotteiden kehittämiseksi
- Elintarviketeollisuuden verkostot, agroteknologian vientirenkaat
- Pääradan palvelutason parantaminen saavutettavuuden parantamiseksi
- Yhteiset matkailumarkkinoinnin toimet naapurimaihin

VIENTIPROFIILI

Etelä-Savon kauppakamari

0,6 mrd.€	+43 %	10 %	38 M€	-57 %	0,8 %	84 300
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

5 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
2 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Metsäteollisuus
- Teknologia ja metalliteollisuus
- Elintarvike (marjat, kalanjalostus)

Matkailun kärjet
- Saimaa ja mökkeily
- Savonlinnan Oopperajuhlat
- Kesämatkailu (mm. Punkaharju)

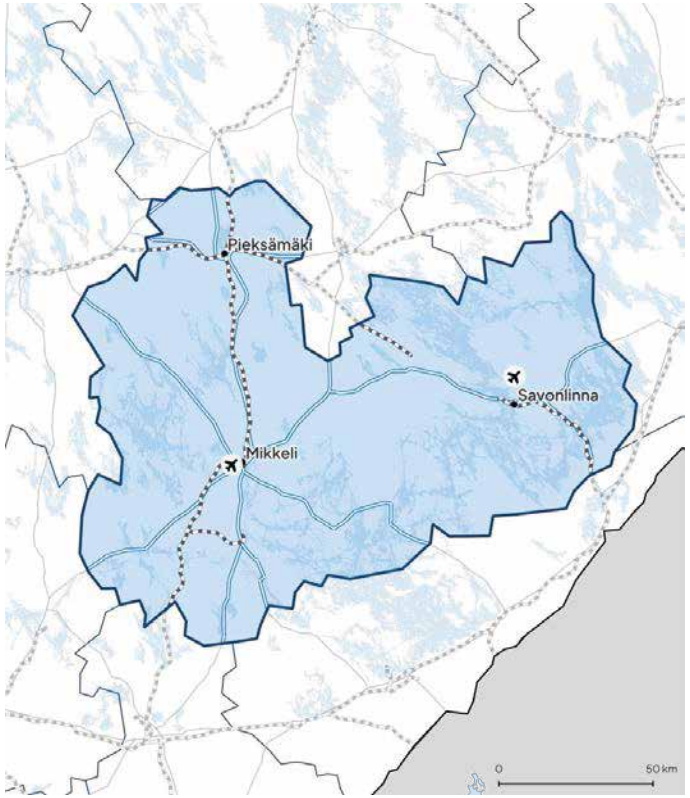
Viennin menestystekijät
- Runsaat metsävarat ja vesistöt raaka-aineena
- Puunjalostuksen pitkä perinne
- Edullinen maa ja energia

Matkailun menestystekijät
- Saimaan laaja vesistö ja puhtaan luonnon imago
- Palveluinfraa vapaa-ajan asutuksen myötä
- Kulttuurihistorialliset kohteet

Viennin kehityspotentiaali
- Puurakentaminen
- Biotalous
- Puutuotteiden jalostus

Matkailun kehityspotentiaali
- Kv-järvimatkailu
- Kulttuurimatkailu (ooppera)
- Hyvinvointi- ja mökkimatkailu

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Saimaa-yhteistyö
- Puutuotealan verkostot
- Oopperajuhlien kv-markkinointi, Saimaa-brändi
- Lentoyhteyksien kehittäminen ja Savon radan palvelutason parantaminen

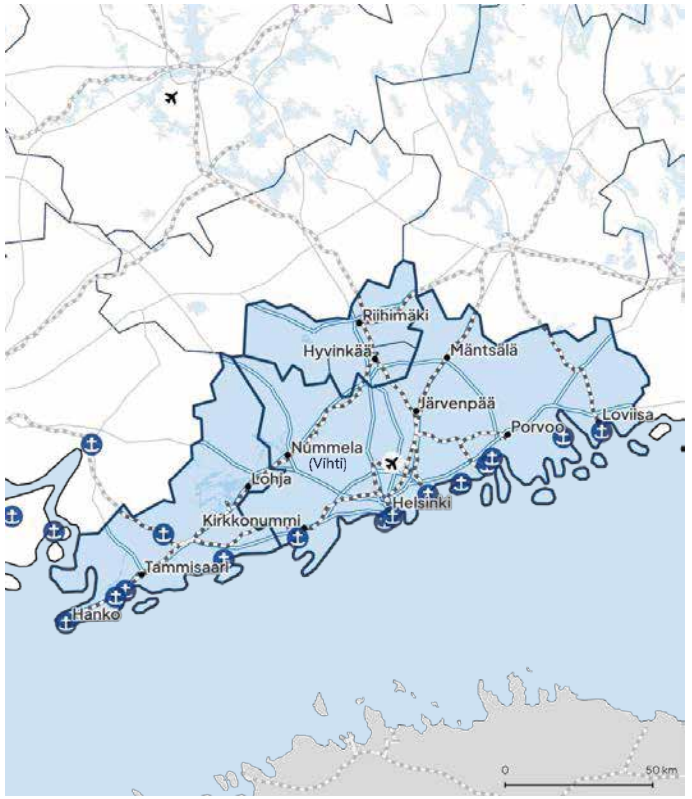


VIENTIPROFIILI

Helsingin seudun, Länsi-Uudenmaan ja Riihimäki-Hyvinkään kauppakamarit

24,7 mrd.€	+46 %	24 %	2 820 M€	+27 %	2,6 %	3 340 100
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

108,4 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
40 % Suomen BKT:sta



Viennin kärjet
- ICT ja ohjelmistopalvelut (mm. peliala)
- Kemikaalit ja lääkkeet
- Liike-elämän palvelut
- Koneet, laitteet, elektroniikka

Matkailun kärjet
- Pääkaupunkiseutu
- Arkkitehtuuri ja ruukkikylät
- Kaupunkiluonto, kesämatkailu
- Kongressi- ja risteilymatkailu

Viennin menestystekijät
- Pääkonttorien ja pääoman keskittymä
- Helsinki-Vantaan lentoasema ja monipuoliset satamat
- Osaamisen keskittymä ja korkeakoulupooli
- Rahoitus- ja startup-ekosysteemi

Matkailun menestystekijät
- Kansainväliset lento- ja laivayhteydet
- Pääkaupungin hallinto-, kongressi- ja tapahtumainfra
- Kriittinen massa majoitus- ja palvelukapasiteettia

Viennin kehityspotentiaali
- ICT/AI ja peliala
- Terveysteknologia
- Cleantech

Matkailun kehityspotentiaali
- Design- ja kulttuurimatkailu
- Kv-kongressit
- Suurtapahtumat

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Kv-osaajien houkuttelu
- Slush
- Helsinki-brändi
- Kongressiedustus
- Tapahtumahankinta
- Saavutettavuuden parantaminen edistämällä Tallinnan tunnelia

Hämeen ja Riihimäki-Hyvinkään kauppakamarit

3,9 mrd. €	+31 %	27 %	63 M€	-26 %	0,5 %	65 500
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

7,6 mrd.€ maakuntien BKT (2023)
3 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Puolustus-, turvallisuus- ja kaksikäyttöratkaisut
- Puu- ja rakennusteollisuus
- Teollisuuden koneet ja laitteet
- Elintarvike- ja pakkausteollisuus

Matkailun kärjet
- Kulttuuri ja historia
- Liikunta, urheilu ja luonto (Salpausselän alue ja kansallispuistot)
- Tapahtumat ja kokoukset

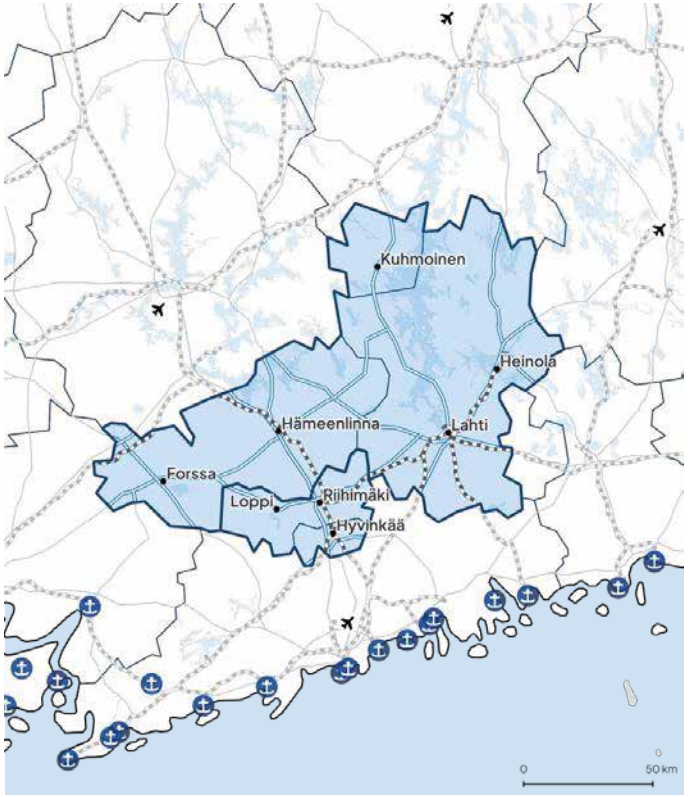
Viennin menestystekijät
- Keskeinen sijainti ja logistinen saavutettavuus
- Vahva ja laaja teollinen pohja
- Skaalautuvan teollisuuden kapasiteetti ja potentiaali
- Kasvavat ammatilliset oppilaitokset ja korkeakoulut

Matkailun menestystekijät
- Kansainvälisen matkailun vahva kasvupotentiaali
- Lakeland Finland – portti Järvi-Suomeen
- Hyvä saavutettavuus pääkaupunkiseudulta ja lentoasemalta

Viennin kehityspotentiaali
- Puolustus-, turvallisuus- ja kaksikäyttöratkaisujen viennin vauhdittaminen
- Puhdas siirtymä, kiertotalous ja sähköistyminen
- Teollinen uudistuminen, automaatio ja data
- Pk-yritysten vienti

Matkailun kehityspotentiaali
- Kansainvälisen matkailun osuuden kasvattaminen
- Ympärivuotisten, ostettavien matkailutuotteiden kehittäminen
- Kärkiteemojen tuotteistaminen ja kaupallistaminen: kulttuuri ja historia; liikunta, urheilu ja luonto; tapahtumat ja kokoukset

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Yritysvetoinen TKI, kansainvälinen myynti ja kaupallistaminen.
- Osaamistason nosto sekä kansainvälisten osaajien kiinnittäminen alueen yrityksiin.
- Talousalueesta kansainvälisen matkailun eteläinen kasvumoottori.
- Saavutettavuuden ja infran kokonaisuus: raideyhteydet, tieliikenne, energiakapasiteetti ja sujuvat luvat.



KAUPPAKAMARI

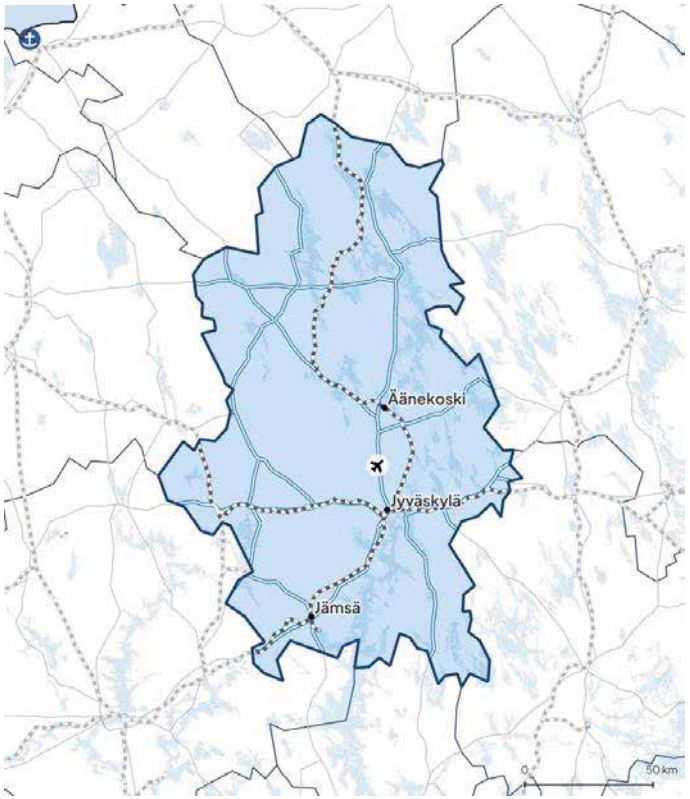
Tunnusluvut koskevat vain Kanta-Hämettä ja Päijät-Hämettä (yhteenlaskettuna), vaikka kauppakamarialueiden rajat poikkeavat maakuntarajoista Hyvinkään, Iitin ja Kuhmoisten kohdalla.

VIENTIPROFIILI

Keski-Suomen kauppakamari

2,2 mrd. €	+5 %	25 %	54 M€	-27 %	0,6 %	122 200
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

11 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
4 % Suomen BKT:sta



Viennin kärjet
- Metsäteollisuus (mm. sahatuotteet, sellu, paperi)
- Metalli- ja konepajateollisuus
- Energiateknologia
- ICT

Matkailun kärjet
- Jyväskylä (Alvar Aallon arkkitehtuuri)
- Kulttuuri- ja urheilutapahtumat (mm. rallit)
- Himos
- Järviluonto (Päijänne)

Viennin menestystekijät
- Metsävarat ja keskeinen sijainti biotalouden integraateille;
- Jyväskylän yliopiston ja amk:n osaajapohja
- Paperikone- ja konepajaperinne

Matkailun menestystekijät
- Suurtapahtumien pitkä perinne ja järjestäjäverkosto
- Monipuolinen järvi- ja metsäluonto
- Opiskelijakaupungin elävyys

Viennin kehityspotentiaali
- Puolustusteollisuus (Patria, Savotta, Nammo, Senop ym.)
- Biotuotteet ja uusiutuvat
- Koneteknologia ja
- Automaatio
- Vetyratkaisut (mm. Toyotan tuotekehitysyksikkö)

Matkailun kehityspotentiaali
- Rallimatkailu
- Luonto- ja hyvinvointimatkailu

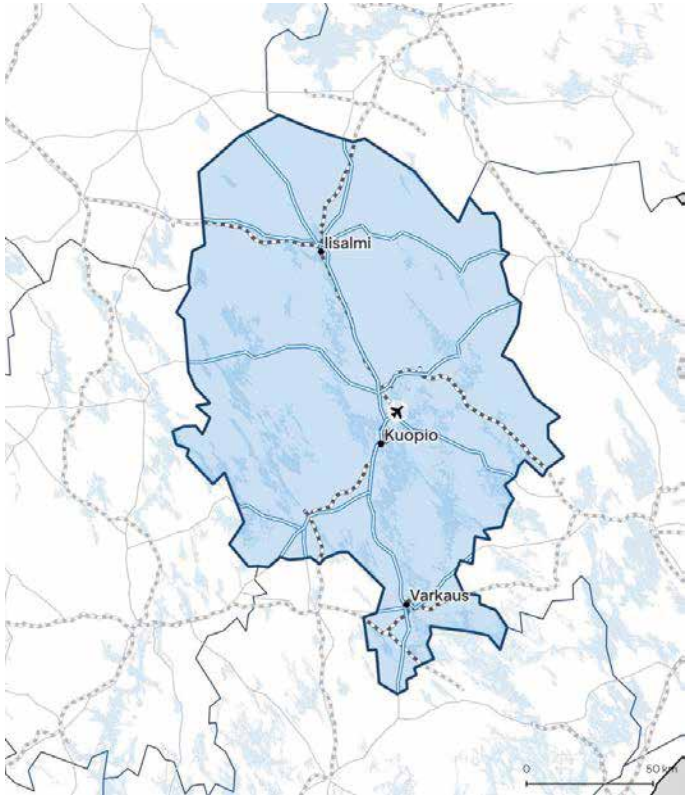
Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Biotalousklusteri (Metsä/JYU), konepajaverkostot
- Rallin kv-näkyvyys
- Luontomatkailun tuotteistus
- Lentoyhteyksien houkuttelu Jyväskylän lentoasemalle ja Jyväskylä-Tampere-radan palvelutasoa parantamalla.

VIENTIPROFIILI

Kuopion alueen kauppakamari

1,8 mrd. €	+58 %	19 %	44 M€	-30 %	0,5 %	73 100
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

10,3 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
4 % Suomen BKT:sta



Viennin kärjet
- Metsä- ja sahateollisuus
- Kone-, metalli- ja energiateknologia, liikkuvat koneet
- Mineraalitalous
- Lääke- ja terveysteknologia
- Elintarvikkeet

Matkailun kärjet
- Tahkon matkailukeskus, Kuopio (Puijon torni, tori, ruoka) sekä teollisuusperintö- ja kulttuuriperintömatkailu
- Luonto ja vesistöt (kansallispuistot), kulttuuri ja urheilu, pitkäperinteinen ja vahva palvelukulttuuri

Viennin menestystekijät
- Monipuolinen elinkeinorakenne ja vahvat vientituotteet
- Ankkuriyritykset, vahva ja monipuolinen osaamispohja ja osaamiskeskittymät
- Tasapainoinen kantaverkko ja laajat raaka-ainevarannot

Matkailun menestystekijät
- Järviluonto ja investoinnit Tahkon matkailukeskittymään ja infraan
- Kuopion vetovoima, luonto-, kulttuuri-, ruokakulttuuribrändi , urheilu- ja teollisuusperintömatkailu, saavutettavuus (lentokenttä, rautatie)

Viennin kehityspotentiaali
- Biotalouden korkean jalostusasteen ratkaisut
- Puolustusteollisuus ja kaksoiskäyttöratkaisut
- Mineraalitalous, kestävä kaivosteollisuus
- Lääke- ja terveysteknologia-ala
- Liikkuvien koneiden arvoketju
- Elintarvikkeiden jalostus
- TKI-toiminta

Matkailun kehityspotentiaali
- Ohjelmapalvelutarjonnan kehittäminen
- Kongressi- ja suurtapahtumatuotannot
- Kansainvälinen matkailu
- Viipymän pidentäminen

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Biotalous ja puolustusteollisuus
- Saavutettavuuden parantaminen: lentoyhteyksien houkuttelu, Savon radan palvelutason parantaminen, TEN-T ydinverkko
- Alueellisen matkailutarjooman tuotteistaminen ja kv-myynti
- Majoitus- ja tapahtumainfrainvestoinnit ja markkinointi
- Elinkeinoelämän, tutkimuslaitosten ja oppilaitosten yhteistyön sekä uusi liiketoiminta

VIENTIPROFIILI

Kymenlaakson kauppakamari

2,2 mrd. €	-54 %	29 %	29 M€	-58 %	0,4 %	37 900
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

6,8 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
2 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Metsäteollisuus (sellu, paperi, kartonki)
- Satamalogistiikka
- Kemianteollisuus

Matkailun kärjet
- Kotka
- Luontomatkailu (Repoveden kansallispuisto)
- Verlan tehdasmuseo (Unesco)

Viennin menestystekijät
- Syväsatama ja meriväylät (HaminaKotka) sekä rautatieyhteydet; metsävarat ja jokien vesivoima; transitologistiikan historiallinen asema

Matkailun menestystekijät
- Merellinen sijainti ja saaristo; teollisuusperinnön muuntaminen kohteiksi
- läheisyys pääkaupunkiseutuun

Viennin kehityspotentiaali
- Satamalogistiikka, biotuotteet; itäliikenteen uudelleensuuntaus

Matkailun kehityspotentiaali
- Meri- ja luontomatkailu, Unesco-kohteet.

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Satama- ja logistiikkakehitys, Venäjä-riippuvuuden korvaaminen
- Luonto- ja saaristomatkailun tuotteistus
- Raideyhteyksien kehittäminen ja liikelentojen houkuttelu

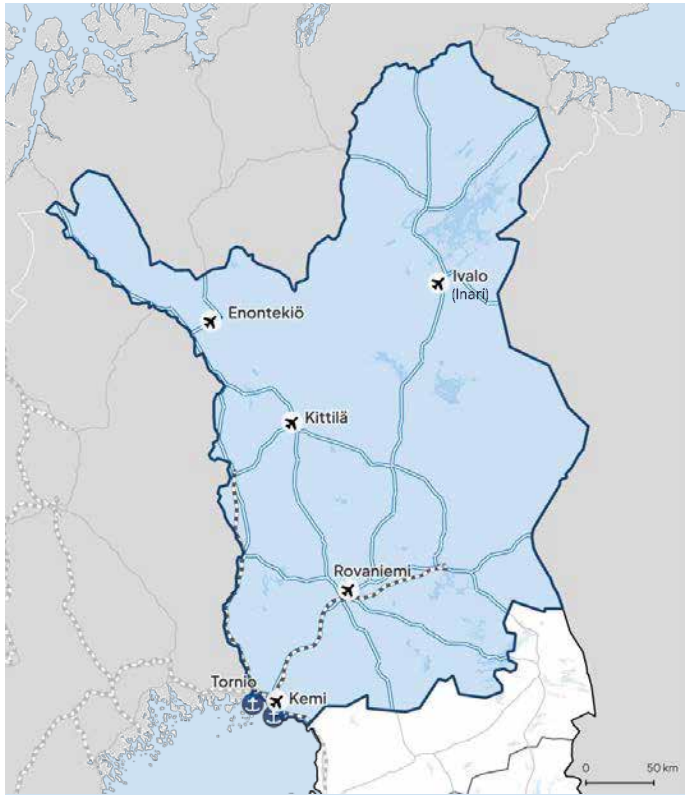


VIENTIPROFIILI

Lapin kauppakamari

3,8 mrd. €	-1 %	59 %	753 M€	+99 %	9,4 %	2 126 200
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

7,9 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
3 % Suomen BKT:sta



Viennin kärjet
- Metallinjalostus ja ruostumattoman teräksen tuotanto
- Metsäteollisuus (sellu, kartonki ja sahatavara)
- Kaivosteollisuus (metallimalmit ja teollisuusmineraalit)

Matkailun kärjet
- Revontulimatkailu
- Joulupukki ja Napapiiri
- Monipuoliset arktiset talviaktiviteetit (huskysafarit, poroajelut, laskettelu ja moottorikelkkailu)
- Ympärivuotinen luonto- ja aktiviteettimatkailu

Viennin menestystekijät
- Merkittävät mineraali- ja metsävarat
- Vahva metallinjalostuksen, metsäteollisuuden ja kaivostoiminnan osaaminen sekä teolliset keskittymät, teollisen kiertotalouden osaaminen ja yritysverkostot, Kemin ja Tornion satamat

Matkailun menestystekijät
- Ainutlaatuiset arktiset luonnonolot (lumi, revontulet, kaamos ja yötön yö)
- Vahva kansainvälinen joulu- ja talvimatkailubrändi
- Pitkäjänteinen matkailun kehittämis- ja markkinointityö
- Suorat kansainväliset reittilentoyhteydet ja viisi lentoasemaa.

Viennin kehityspotentiaali
- Vihreä siirtymä (puhdas energia, vetytalous ja uudet teolliset investoinnit)
- Kaivannaiset ml. kriittiset mineraalit
- Teollinen kiertotalous ja biotalous
- Pohjois-Ruotsin mahdollisuudet teollisuuden alihankintayrityksille

Matkailun kehityspotentiaali
- Ympärivuotisuuden vahvistaminen
- Kasvava kansainvälinen kysyntä ja uusien markkinoiden mahdollisuudet
- Kestävään matkailuun panostaminen

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Kaivos- ja teollisuusinvestointien edistäminen
- Tie-, rata- ja satamayhteyksien sekä rajat ylittävän logistiikan kehittäminen
- Yritysten kansainvälistymisen vahvistaminen
- Lumettoman ajan matkailun kehittäminen ja kansainvälisten lentoyhteyksien parantaminen
- Matkailun kestävyyden varmistaminen

VIENTIPROFIILI

Oulun kauppakamari

2,9 mrd. €	+85 %	13 %	185 M€	+9 %	0,8 %	366 100
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

17,7 mrd.€ maakuntien BKT (2023)
6 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- ICT ja teknologiateollisuus (langattomat teknologiat, 6G)
- Terästeollisuus
- Metsäteollisuus

Matkailun kärjet
- Ruka-Kuusamo, Syöte, Kalajoki, Vuokatti
- Luontomatkailu, kuusi kansallispuistoa
- Oulun kaupunki kokous- ja kulttuurikohteena (Euroopan kulttuuripääkaupunki 2026)

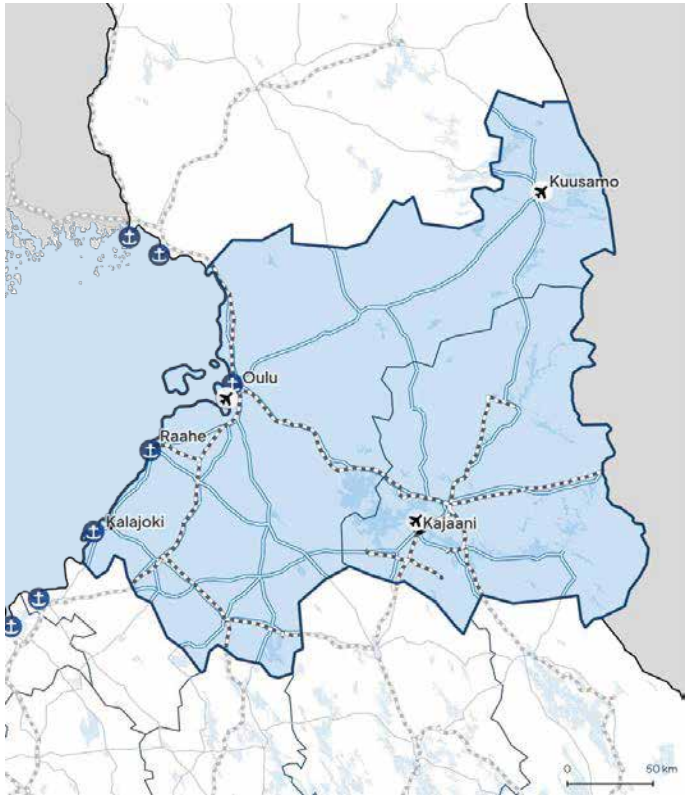
Viennin menestystekijät
- Yliopiston ja tutkimuksen (langaton/6G) synnyttämä osaajakeskittymä ja Nokia-klusteri
- Malmi, metsä- energia- ja teräsraaka-ainepohja
- Oulun, Raahen ja Kalajoen satamat
- Pohjois-Pohjanmaa on selkeästi Suomen suurin tuulivoiman tuotantomaakunta

Matkailun menestystekijät
- Pitkäjänteinen kulttuuri- ja tapahtumatyö
- Ruka-Kuusamon, Syötteen ja Vuokatin investoinnit, pohjoinen luonto ja vapaa-aika sekä lentoasemat

Viennin kehityspotentiaali
- 6G ja langaton teknologia
- Vihreä teräs (SSAB:n fossiilivapaa tuotanto)
- Terveysteknologia
- Metsäteollisuuden suurinvestoinnit
- Teknologiseen osaamiseen perustuva puolustus ja kaksikäyttöteollisuus
- Datakeskukset ja digitaalinen ja vihreä siirtymä
- Pyhäjoen valmis ydinvoimakaava

Matkailun kehityspotentiaali
- Oulu2026-vipuvaikutus, talvimatkailu & luontomatkailu, matkailun ympärivuotisuus
- Hailuodon kiinteä yhteys

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Erilaiset teknologia-ekosysteemit
- Vihreän teräksen investoinnit
- Datakeskusinvestointeihin liittyvä ekosysteemityö
- Talvimatkailun kv-markkinointi
- Lentoyhteyksien houkuttelu Kajaanin, Oulun ja Kuusamon lentoasemille. Pääradan ja itäisten ratayhteyksien palvelutason parantaminen sekä euroraiteen kehitys Ruotsista Kemiin ja Kemistä Ouluun



Oulun kauppakamarin alue kattaa Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun.

VIENTIPROFIILI

Pohjanmaan kauppakamari

6,7 mrd. €	+39 %	61 %	62 M€	+29 %	0,6 %	88 700
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

8,7 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
3 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Energiateknologia (Vaasan energiaklusteri)
- Kemianteollisuus (Kokkola)
- Elintarviketeollisuus
- Veneteollisuus

Matkailun kärjet
- Vaasa
- Merenkurkku ja saaristo (UNESCO -maailmanperintökohde
- Rannikkomatkailu

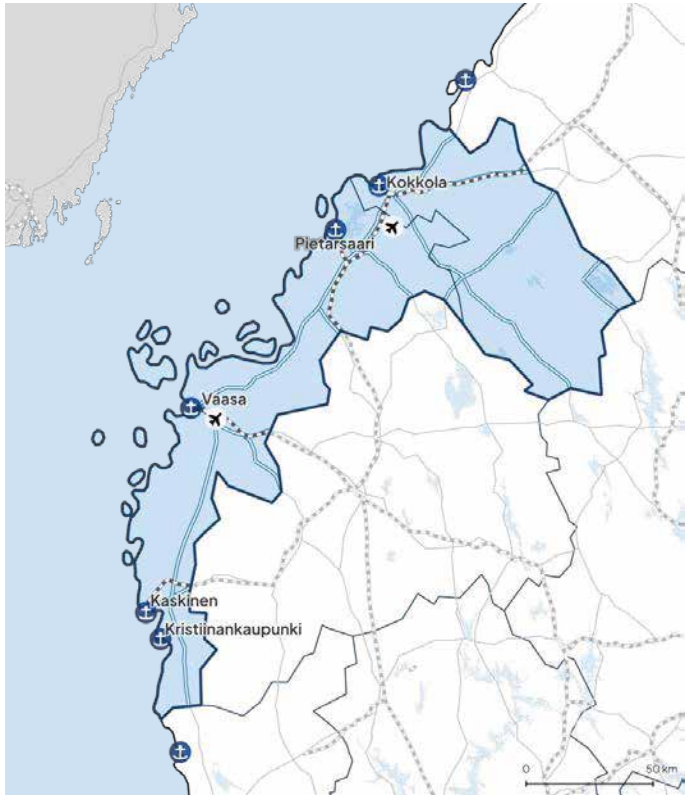
Viennin menestystekijät
- Energiateknologian klusterin kasautuminen (ankkuriyritykset + alihankintaverkosto)
- Kaksikielisyys ja tiiviit Ruotsi-yhteydet
- Korkea t&k-panostus ja insinööriosaaminen

Matkailun menestystekijät
- Merenkurkun geologinen erityisyys (Unesco) luonnonvetovoimana
- Rannikon ruotsinkielinen kulttuuriperintö
- Laivayhteys Uumajaan

Viennin kehityspotentiaali
- EU:n kriittisten raaka-aineiden status CRMA
- Puhdas siirtymä, energia ja sähköistys
- Akkumateriaalit ja -teknologiat

Matkailun kehityspotentiaali
- Merenkurkun kv-luontomatkailu

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- EnergyVaasa/GigaVaasa-investoinnit
- Klusteriviennin tuki
- Merenkurkku-brändi
- Kestävä saaristomatkailu
- Lentoyhteyksien houkuttelu Vaasan ja Kokkola-Pietarsaaren lentoasemille ja vyöhykkeen satamien kehittäminen.



Pohjanmaan kauppakamarin alue kattaa Pohjanmaan ja Keski-Pohjanmaan.

VIENTIPROFIILI

Pohjois-Karjalan kauppakamari

1,0 mrd. €*	+31 %	16 %	37 M€	-33 %	0,5 %	42 600
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

6,1 mrd. € maakunnan BKT (2023)
2 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Metsäteollisuus
- Teknologiateollisuus (Joensuu)
- Kiviteollisuus

Matkailun kärjet
- Koli ja Pielinen (Suomen kansallismaisema)
- Karjalainen kulttuuri
- Bomba/Nurmes
- Erämaaluonto (Ruunaa/Patvinsuo)

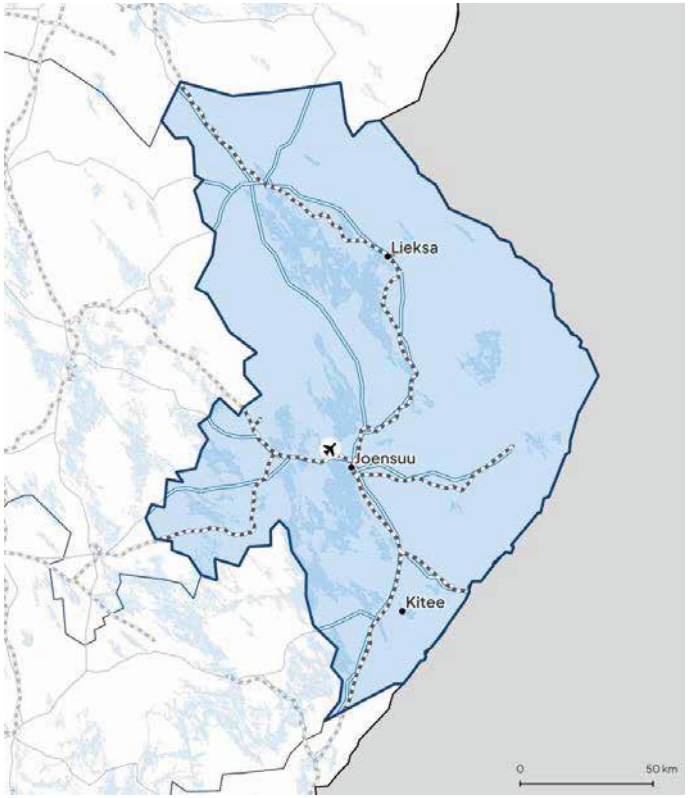
Viennin menestystekijät
- Metsävarat ja metsäbiotalouden tutkimuskeskittymä – Itä-Suomen yliopisto, Luonnonvarakeskus, European Forest Institute (EFI)
- Ankkuriyritysten osaamis- ja alihankintaperintö
- Kiviesiintymät

Matkailun menestystekijät
- Kolin kansallismaiseman symboliarvo
- Karjalaisen kulttuurin omaleimaisuus
- Laaja erämaaluonto ja kansallispuistot

Viennin kehityspotentiaali
- Metsäbiotalous
- Fotoniikka (Joensuu)
- Puurakentaminen

Matkailun kehityspotentiaali
- Kolin kv-tunnettuus
- Luonto- ja hyvinvointimatkailu

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Metsä- ja fotoniikkaklusterit
- EFI-yhteistyö
- Koli-brändi
- Luontomatkailun tuotteistus
- Lentoyhteyksien houkuttelu Joensuun lentoasemalle ja Karjalan radan palvelutason parantaminen



KAUPPAKAMARI

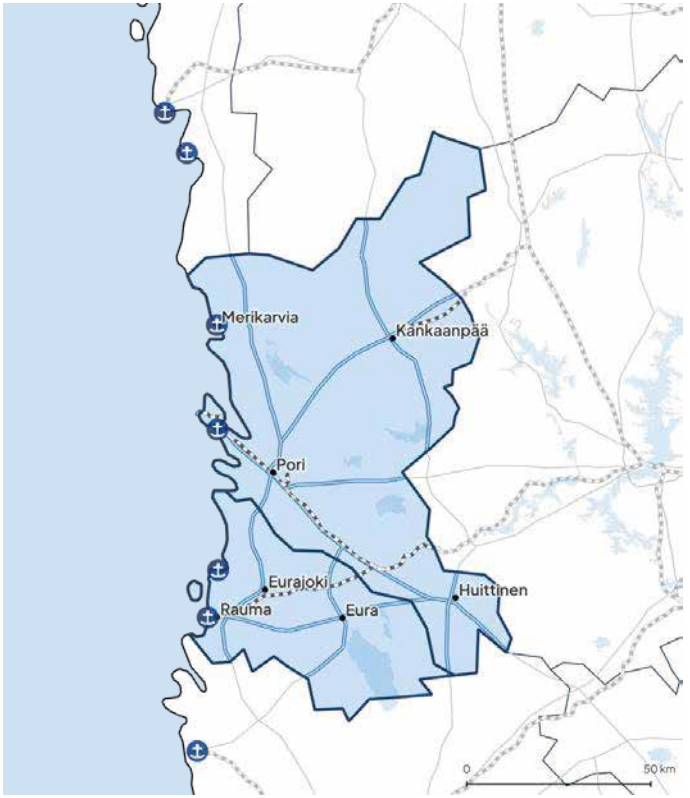
** Pohjois-Karjalan kauppakamarin jäsenkyselyn mukaan vienti vastanneissa kauppakamarin jäsenyrityksistä on yli 1,8 MRD €. Ero johtuu siitä, että merkittävä osa viennistä rekisteröityy pääkonttorin mukaan.*

VIENTIPROFIILI

Satakunnan ja Rauman kauppakamarit

6,5 mrd. €	+94 %	42 %	37 M€	+28 %	0,4 %	55 800
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

9,8 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
4 % Suomen BKT:sta



Viennin kärjet
- Metallit ja akkukemikaalit
- Energia- ja kemianteollisuus
- Teknologiateollisuus, robotiikka ja automaatio
- Meriteollisuus (mm. jäänmurtajat)
- Energiateollisuus
- Konepajat

Matkailun kärjet
- Yyteri ja Unesco-kohteet (mm. Vanha Rauma) sekä tapahtumat (mm. Pori Jazz)

Viennin menestystekijät
- Suurteollisuuspuistoihin kasautunut infra ja teollinen symbioosi
- Metallien jalostus ja akkukemian osaaminen
- Merkittävästi puhdasta energiaa
- Monipuolinen satamainfra

Matkailun menestystekijät
- Pitkä tapahtumaperinne ja järjestäjäverkosto
- Merellinen sijainti, saaristo ja hiekkarannat

Viennin kehityspotentiaali
- Akkukemikaalit ja kriittiset mineraalit
- Offshore-teollisuus
- Vetytuotteet (mm. e-polttoaineet)
- Elintarviketeollisuus
- Laivanrakennus (sotilas- ja erikoisalukset)
- Biotuotteet
- Puolustusteollisuus

Matkailun kehityspotentiaali
- Kärkikohteiden vahvistaminen ja ympärivuotisuuden lisääminen

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Uusia teollisia investointeja palveleva hankekehitys
- Lentokenttäympäristön profiilin kehittäminen
- Länsi-integraation vahvistaminen kansainvälisin yhteyksin
- Matkailumarkkinointi ja palveluntuottajien verkostoituminen

VIENTIPROFIILI

Tampereen kauppakamari

6,8 mrd. €	+63 %	36 %	130 M€	+7 %	0,6 %	211 600
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

24,5 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
9 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Koneet ja laitteet
- ICT, ohjelmistot, automaatio
- Kemianteollisuus
- Terveysteknologia

Matkailun kärjet
- Tampere
- Järvet ja maaseutumatkailu
- Saunapääkaupunki
- Särkänniemi
- Areenatapahtumat

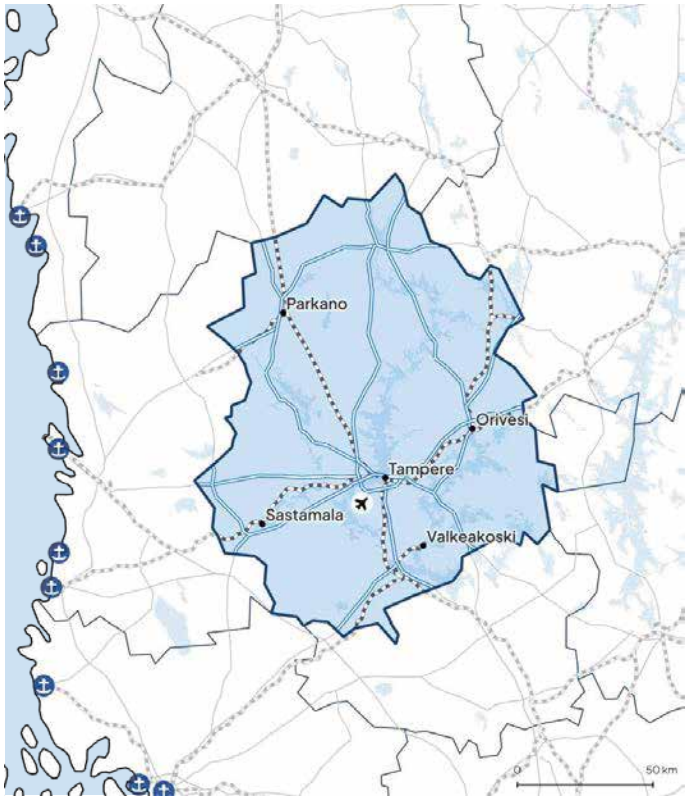
Viennin menestystekijät
- Teollistumisen historiallinen perintö ja konepajaosaamisen kasautuminen
- Tampereen yliopiston laaja osaajapooli
- Monipuolinen, riskiä hajauttava elinkeinorakenne

Matkailun menestystekijät
- Keskeinen sijainti ja yhteydet
- Areena- ja tapahtumainfran investoinnit
- Vahva kaupunkibrändi ja saunaperinne

Viennin kehityspotentiaali
- Puolustusteollisuus: merkittävää osaamista ja laajentumispotentiaalia
- Älykkäät koneet ja automaatio
- Lääketiede ja terveys (Kauppi-kampus)
- ICT

Matkailun kehityspotentiaali
- Areena- ja tapahtumamatkailu
- Kongressit
- Saunamatkailu

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Myynnin ja vientiosaamisen vahvistaminen koulutuslaitoksissa
- Investointien lupaprosessien ja kaavoituksen sujuvoittaminen
- Vientiekosysteemin yksinkertaistaminen ja Suomi-brändin vahvistaminen.
- Lentoyhteyksien houkuttelu erityisesti Keski-Eurooppaan Tampere-Pirkkalasta



KAUPPAKAMARI

Tunnusluvut koskevat koko Pirkanmaata, vaikka kauppakamarialueen rajat poikkeavat maakuntarajasta Kuhmoisten kohdalla.

VIENTIPROFIILI

Turun kauppakamari

7,7 mrd. €	+66 %	31 %	191 M€	+26%	0,7 %	186 300
Tavaravienti 2025	Tavaraviennin muutos-% 2015-2025	Tavaraviennin osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomainen matkailukysyntä 2024	KV-matkailun muutos-% 2014-2024	KV-matkailun osuus alueen BKT:sta (%)	Ulkomaiset yöpymiset 2025

22,2 mrd.€ maakunnan BKT (2023)
8 % Suomen BKT:sta

Viennin kärjet
- Meriklusteri, meriteollisuus
- Lääke- ja bioteollisuus
- Teknologiateollisuus

Matkailun kärjet
- Turku: historia, kulttuuri, tapahtumat
- Saaristo ja saaristomeri
- Naantali ja perhematkailu
- Ruoka- ja elämysmatkailu

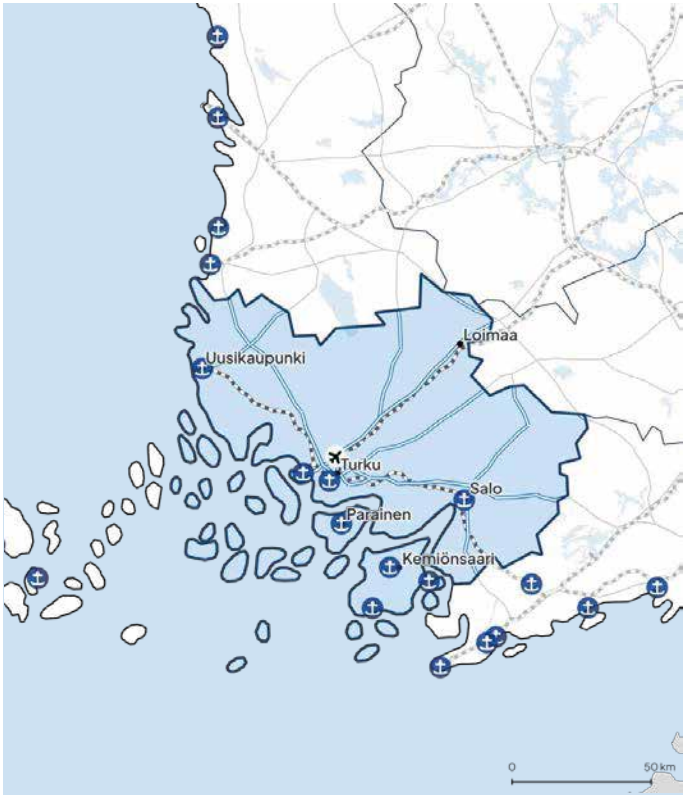
Viennin menestystekijät
- Meriteollisuuden vuosisatainen telakkaperinne ja alihankintaklusteri
- Yliopistojen bio- ja lääketutkimus
- Satamat ja läheisyys Ruotsin markkinaan

Matkailun menestystekijät
- Euroopan laajin saaristo luonnonvetovoimana
- Suomen vanhimman kaupungin kulttuurihistoria
- Hyvät yhteydet Tukholmaan
- Hyvä palvelutarjonta

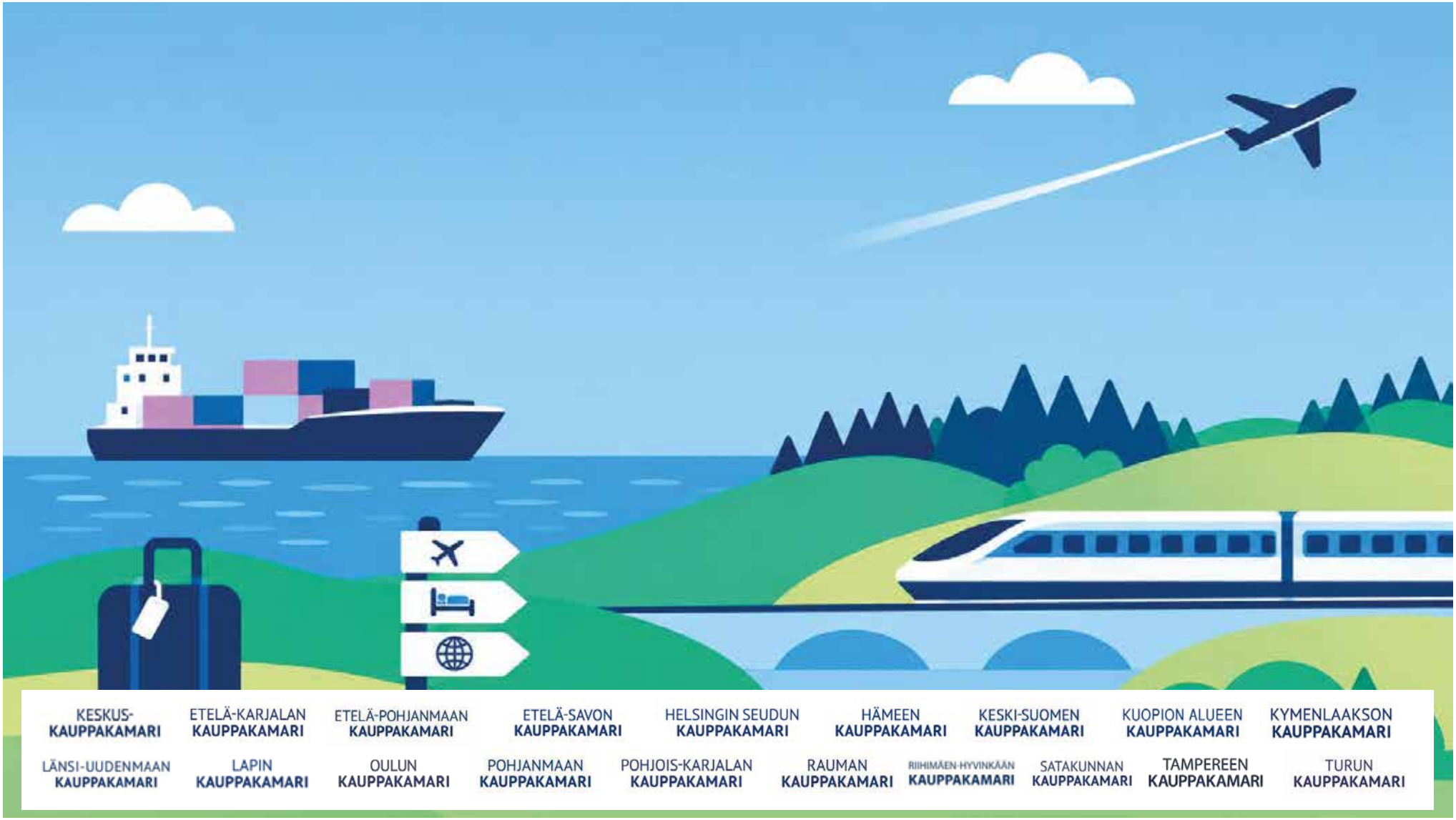
Viennin kehityspotentiaali
- Vahva meriteollisuuden osaaminen ja yritysverkosto
- Lääkekehitys ja terveysteknologiaosaaminen
- Puolustus- ja kaksikäyttöteollisuuden nopea kasvu

Matkailun kehityspotentiaali
- Saariston puhtaus ja viileä ilmasto
- Palvelutarjonnan lisääminen ja kehittäminen
- Länsiyhteyksien parantaminen

Keskeiset viennin ja matkailun edistämisen toimet
- Blue Industry Park, meriklusterin kehittäminen
- Life science klusteri: Terveyskampus Turku, Kansallinen lääkekehityskeskus, Turku Growth Hub, Women's Health Hub FInland
- Visit Turku Archipelago, saaristomatkailun kehittäminen ja lentoyhteyksien houkuttelu
- Satamien ja risteilijöiden palvelujen kehittäminen



KAUPPAKAMARI


KESKUS-
KAUPPAKAMARI
ETELÄ-KARJALAN
KAUPPAKAMARI
ETELÄ-POHJANMAAN
KAUPPAKAMARI
ETELÄ-SAVON
KAUPPAKAMARI
HELSINGIN SEUDUN
KAUPPAKAMARI
HÄMEEN
KAUPPAKAMARI
KESKI-SUOMEN
KAUPPAKAMARI
KUOPION ALUEEN
KAUPPAKAMARI
KYMENLAAKSON
KAUPPAKAMARI
LÄNSI-UUDENMAAN
KAUPPAKAMARI
LAPIN
KAUPPAKAMARI
OULUN
KAUPPAKAMARI
POHJANMAAN
KAUPPAKAMARI
POHJOIS-KARJALAN
KAUPPAKAMARI
RAUMAN
KAUPPAKAMARI
RIIHIMÄEN-HYVINKÄÄN
KAUPPAKAMARI
SATAKUNNAN
KAUPPAKAMARI
TAMPEREEN
KAUPPAKAMARI
TURUN
KAUPPAKAMARI