

# LÄÄNE MAAKONNA TURISMI ARENGUKAVA 2012-2016



EUROPEAN UNION  
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND  
**INVESTING IN YOUR FUTURE**



CENTRAL BALTIC  
INTERREG IV A  
PROGRAMME  
2007-2013

**QUADRUPLE**  
HELIX CENTRAL BALTIC

SISSEJUHATUS .....	4
<b>I Läänemaa turismivaldkonna analüüs .....</b>	<b>5</b>
1.1 Turismitrendid .....	5
1.1.1 Euroopa Turismitrendid .....	5
1.1.2 Eesti turismitrendid .....	5
1.2 Läänemaa turismiressursside ülevaade .....	5
1.3 Turismiinfo Läänemaal.....	7
1.3.1 Läänemaa Turismiinfovõrgustik „Läänemaa väravad“ – visioon aastakse 2020 .....	7
1.3.2 Maakonna turismiinfo jagamise kohad.....	8
1.4 Läänemaa ruumiline kättesaadavus.....	9
1.5 Turismiteenuste kvaliteet .....	10
1.6 Läänemaa kui sihtkoha külastatavuse analüüs .....	11
1.6.1 Sise- ja väliskülastajad Lääne-Eestis, sh Lääne-, Saare- ja Hiiumaal 2008-2010 (Positiumi uuring) .....	11
1.6.2 Majutatud Läänemaal Statistikaameti andmebaasi põhjal .....	13
1.6.3 Haapsalu Turismiinfo keskuse külastatavus .....	14
1.7 Turismikorraldus Läänemaal.....	14
1.7.1 Turismiarendajad Läänemaal .....	14
1.7.2 MTÜ Läänemaa Turismi ja teiste turismiarendajate senised tegevused .....	15
1.8 Hetkeolukorra analüüs (SWOT) .....	16
<b>II. Läänemaa turismistrateegia 2012-2016 .....</b>	<b>18</b>
2.1 Visioon.....	18
2.2 Pakutavad turismitooted .....	18
2.2.1 Kultuuri- ja ajaloo pärandi toode .....	18



2.2.2 Looduspuhkuse toode .....	23
2.2.3 Tervise- ja lõõgastuspuhkuse toode .....	20
2.2.4 Aktiivse puhkuse toode.....	18
2.2.5 Sündmuste toode .....	24
2.3 Turism Läänemaa omavalitsuste arenguplaanides .....	25
2.4 Kliendisegmendid .....	37
2.5 Tootepõhised strateegilised eesmärgid.....	37
2.5.1 Strateegilised põhimõtted .....	37
2.5.2 Eesmärgid .....	38
2.6 Konkurentsianalüüs .....	51
2.6.1 Konkurendid siseturul.....	51
2.6.2 Konkurendid välisturul .....	52
2.7 Läänemaa turismistrateegia haakumine piirkonna teiste ning riiklike arengustrateegiatega.....	53
2.8 Riskianalüüs .....	56
2.9 Sotsiaalmajanduslik analüüs.....	59
<b>III. Läänemaa turismi tegevuskava 2012-2016.....</b>	<b>60</b>
3.1 Koostöövõrgustik .....	60
2.8 Tegevuskava .....	63
<b>III. Lisad.....</b>	<b>60</b>



## Sissejuhatus

---

Käesoleva arengukava eesmärgiks on analüüsida eelnevate aastate turismi arendussuundi ning anda arengusuuniseid uueks planeerimisperioodiks. Läänemaa turismi arengukava on üles ehitatud tootepõhisele lähenemisele, mida üldjoontes toetab ka riiklik turismituleerimine.

Arengukava koostamise protsessis osalesid ekspertidena:

Anneli Haabu (Läänemaa Turism MTÜ), Janika Savi (Läänemaa Turism MTÜ), Kristine Põldver (Roosta Puhkeküla), Kristi Erkmann (Lääne Maavalitsus), Jaak Sünt (Lauri-Antsu Turismitalu), Eero Talvistu (Epp Maria Galerii), Merle Mäesalu (Lääne Maavalitsus), Ülla Paras (SA Haapsalu Piiskopilinnus), Aire Toffer (Eesti SPA Liit), Urmas Pau (Vormsi Vallavalitsus), Andres Huul (Läänemaa Arenduskeskus), Anne Andrejev (Haapsalu Linnavalitsus), Maire Uusen (Haapsalu Linnavalitsus), Elle Altmets (Haapsalu Linnavalitsus), Margus Saar (Roosta Puhkeküla), Aivi Telvik (MTÜ Lääne-Eesti Turism), Nele Sõber (MTÜ Terra Maritima), Gülnar Murumägi (Haapsalu Kultuurikeskus), Marika Mann (Estonian Nature Tours), Ülle Lass (Lääne Maavalitsus), Marju Pajumets (RMK Lääne-Eesti piirkond), Indrek Otti (Swedest Hotel Group AS), Rein Vahtrik (Roosta Puhkeküla), Sofia Händel (Norrtälje Municipality), Anders Olander (Norrtälje Municipality), Maret Sukles (HealAS), Lena Norman (JIVE-KONSULT), Tõnis Padu (Haapsalu Linnavalitsus), Piret Hallik-Sass (OÜ Helpir/Turundustugi), Marget Vatku (Haapsalu Kuursaal), Krista Veisson (Vormsi Vallavalitsus, Jaak Kabel (Krog14).

Arengukava koostamise põhiliseks töömeetodiks olid arutelud seminarides. Kokku toimus 6 2-päevast seminari, kus analüüsiti senini teostatud turismiarendustegevusi, viidi läbi ajurünnakuid turismitoodete uuele tasandile viimiseks, seati eesmärgid ning koostati tegevuskava. Arengukava koostamist toetati programmist Central Baltic Interreg IVA Quadruple Helix ning protsessi konsulteeris Ragne Kasesalu (Advisio OÜ).



## I Läänemaa turismivaldkonna analüüs

---

### 1.1 Turismitrendid

#### 1.1.1 Euroopa turismitrendid

EAS poolt koostatud turismiuuringute kohaselt on viimase viie aasta jooksul jätkunud vanemaealiste turistide reisimise kasv. Vanemaealised eelistavad SPA- ja tervisturismi ning kultuuriturismi (linnapuhkused, sündmuste külastamine). Samuti kasvab reisimine noorte (18-35) seas. Peamine eesmärk on aktiivne puhkus, liikumine. Samuti on kasvamas looduses puhkajate osakaal.

Turistid, kellel on palju aega veedavad pikki puhkuseid. Inimesed, kel on vähe aega, kuid palju raha külastavad rohkem üritusi. Soovitakse saada lühema aja jooksul samaväärne elamus ning ollakse valmis kulutama rohkem. Otsitakse uusi kogemusi, sügavamaid elamusi ning kõrgemat kvaliteeti. Nišitoodete ja kombineeritud toodete osatähtsus kasvab.

Allikas: Eesti ja maailma turism, I poolaasta 2011 (EAS)

#### 1.1.2 Eesti Turismitrendid

2011.aasta turismiuuringute põhjal reisimise kasv Eestisse on aeglustumas. Ilmastikumuutuste tõttu pikeneb kiirlaevade navigeerimishooaeg ning seetõttu kasvab Eestit külastavate soomlaste arv. Schengeni viisaruumiga ühinemise tõttu kasvab Vene ja Hiina turistide arv.

Uute hotellide avamine soodustab konverentsiturismi kasvu. Siiani probleemiks olnud mahutavus ei ole enam probleem. Samuti kasvab vanemate inimeste reisimine. Inimeste tervis on parem ning võimalused reisimiseks suurenevad.

Üleüldiseks trendiks on puhkuse kestuse vähenemine. Rohkem korraldatakse lühikesi reise, minipuhkuseid ja pikki nädalalõppe (neljapäevast pühapäevani). Tendents on aktiivse ja sisukama puhkuse suunas.

Allikas: Eesti ja maailma turism, I poolaasta 2011 (EAS)

### 1.2 Läänemaa turismiressursside ülevaade

Lääne maakond asub Lääne-Eestis, kuhu kuuluvad veel Pärnu-, Hiiu- ja Saare maakond. Läänemaa paikneb Lääne-Eesti madalikul Väinamere ääres ning on mandril asuvaist maakondadest kõige läänepoolsem. Läänemaa pindala on 2 383 km<sup>2</sup>. Maakonna moodustavad 12 kohalikku omavalitsust: Haapsalu linn, Ridala, Vormsi, Noarootsi, Nõva, Oru, Taebla, Risti, Martna, Kullamaa, Lihula ja Hanila vald. Läänemaa peamiseks turismiväärtuseks loetakse kultuuri, loodust ja ajaloolisi paikasid, samuti terviseturismi (SPA-d), seda eriti Haapsalus.



Läänemaal puudub oma turismiportaal ja infot turismi kohta on võimalik saada riiklikul tasandil andmetega tutvudes ([www.visitestonia.com](http://www.visitestonia.com), [www.puhkaeestis.ee](http://www.puhkaeestis.ee)). Turismiinfo on leitav kolmes keeles Läänemaa Turism MTÜ kodulehelt <http://www.westest.ee/> ja <http://avasta.laanemaa.ee/> (eesti-, saksa- ja inglise keeles). Läänemaa virtuaaltuur on saadaval eesti-, vene- ja inglise keeles. Turismiinfot jagavad (sh lingivad Läänemaa Turismi hallatavaid veebilehti) vähesel määral ka omavalitsuste kodulehed ning peamiselt eesti keeles (nt [www.haapsalu.ee](http://www.haapsalu.ee)). 2009-2010 kasvas kiiresti ka sotsiaalmeedia osakaal nii turismiinfo jagamisel, kui ka kohaliku teabe edastamisel omavalitsuste hulgas. Läänemaa Turismi hallatavad lehed on keskkondades Twitter ning Facebook.

Üldjoontes on Läänemaa teadlikult loobunud olemasolevate väikeste veebikeskkondade edasiarendusest, kuna uus visitestonia.com veebikeskkond pakub välituristile piisavalt sihtkoha informatsiooni. Edasised arengud lähtuvad just sellest lehest, et vähendada maakondliku turismiinfo killustatust ning leida haakuv lahendus Eesti turismiga tervikuna.

Turismiobjektid jaotuvad (2011 juuni andmed) [www.puhkaeestis.ee](http://www.puhkaeestis.ee) andmebaasist lähtuvalt järgnevalt: vaatamisväärsusi Eestis 1434 (sisaldab ka Tallinna linna), neist Lääne-Eestis 357 ja Läänemaal 96. Läänemaa objektid jagunevad: ajaloolised vaatamisväärsused nagu kirikud, linnused jne (11), looduslikud vaatamisväärsused (10), muuseumid ja ekskursioonid jne. Haapsalus asub 96-st objektist kokku 44 (sisaldab 14 muuseumi, galeriid ja töötuba; 2 monumenti, 3 SPAd-veekest, 3 kirikut, 3 arhitektuurimälestist, lisaks veel looduslikud vaatamisväärsused, ekskursioonid.

Toitlustusasutusi on Eestis 727, millest Läänemaal 44, millest Haapsalus 32. Konverentsiteenuse pakkujaid on Eestis 260, nendest Läänemaal 11, sellest Haapsalus 7.

Puhkaeestis.ee andmebaasi põhjal (2011 juuni andmed) on Läänemaal 73 aktiivse puhkuse võimalust, mis jagunevad erinevate teemade vahel nagu näiteks golf (4), jalgratas (5), kalandus (3), matkamine (18), loodusvaatlus (15), rannad (3), ratsutamine (2), taliharrastus (2), seikluspargid (5) jne.

Läänemaal on 2 RMK puhkeala – Nõva ja Matsalu, kus on loodud võimalused veeta puhkust looduses, rajatud on lõkkekohad, ala varustatud prügikastide ja kuivkäimlatega. RMK andmetel on maakonnas 15 matka- ja õpperada.

Giid.laanemaa.ee andmetel (2011) on atesteeritud giide Haapsalus 12, kes suudavad teha ekskursioone eesti, vene, soome, inglise, saksa ja rootsi keeles. Lõuna- Läänemaal ja Matsalus on 3 atesteeritud giidi, kes korraldavad ekskursioone eesti ja soome keeles. Vormsi saarel on 2 atesteeritud giidi, kes korraldavad ekskursioone eesti keeles.

Puhkaeestis.ee andmetel (juuni 2011) on Läänemaal 73 majutuskohta: 5 hotelli (millest kahel on 3\*), 12 külalistemaja, 8 hostelit, 23 puhkemaja, 11 kodumajutust, 3 külaliskorterit, 11 puhkeküla.



## 1.3 Turismiinfo Läänemaal

Läänemaa turismiinfovõrgustik on maakonna turundusele ja turismiteenuste müügile suunatud infosüsteem, mille tegevuse eesmärgiks on maakonna (ka Lääne-Eesti regiooni) kui reisisihi atraktiivsuse tõstmine ja tuntuse suurendamine läbi efektiivse turismiinfo kogumise ja jagamise. Turismiinfosüsteem pakub infot turismiasjalistele turismisektori olukorra ja suundumuste kohta, olles sisendiks turismitoodete parendamisel ja välja töötamisel.

### 1.3.1 Läänemaa Turismiinfovõrgustik „Läänemaa väravad”

Läänemaa ühtse turismiinfovõrgustiku moodustavad kõik maakonna turismiinfopunktid ja –keskused. „Läänemaa väravate” märksõna all mõistetakse maakonnas paiknevat turismiinfosüsteemi osa, mis hõlmab endas informatsiooni jagamise kohti maakonda sisenevatel teedel (sh veeteedel ja sadamates). Läänemaa olulisim infovärav asub Haapsalus (TIK). Läänemaa väravad on arendamisjärgus.

#### Maaväravad - on kohad, kust külastaja siseneb maakonda läbi maantee:

- Haapsalu (LT Haapsalu TIK)
- Kuijõe
- Risti (Lääne Värav)
- Koluvere ristmik (Silla-Teenuse teerist)
- Lihula (Vatla-Karuse teerist)
- Pivarootsi
- Paatsalu
- Nõva

#### Mereväravad - on kohad, kust külastaja siseneb maakonda läbi veeteede:

- Virtsu sadam
- Rohuküla sadam
- Sviby sadam
- Dirhami sadam

Arengukava koostamise hetkel on sobilikesse Läänemaale sisenemise kohtadesse paigutatud RMK poolt suured maakonna infokaardid.





Joonis 1. Väravad Läänemaal (märgitud punasega)

### 1.3.2 Maakonna turismiinfo jagamise kohad

MTÜ Läänemaa Turism Haapsalu Turismiinfokeskus (Haapsalu TIK) Haapsalus jagab infot kogu maakonna kohta (sh on võimalik leida olemasolevat infot iga valla kohta).

**Haapsalu TIK-s on kättesaadav info, mis hõlmab vähemalt järgmisi valdkondi:**

- kohalikud kaardid ja teatmikud;
- maakonna infotrükised;
- huviväärsused;
- transport;
- sport ja aktiivne puhkus;
- majutus;
- meelelahutusvõimalused ja üritused;
- toitlustusettevõtted.

2009.aastal kolis Haapsalu Turismiinfokeskus vanalinna, mille ruumid on renoveeritud 2011.aastal. Uue koha eeliseks on asumine Haapsalu linna pinnal ning lähedus linna põhiliste turismiobjektidega.

Infopunkt (TIP) asus kuni 2010.aastani Lihula mõisas, Lihulas. Punkt vastas turismiinfo jagamise nõuetele (sinine „I“) ning oli omavalitsuse hallatav. Infopunkti ruumides asub reiskorraldaja (Kumari Reisid OÜ). 2011 on Lihula TIPi jätkamine Lihula valla otsustamisel. Matsalu Rahvuspargi muuseumis Penijõel (Lihula vald) on võimalik saada kogu vajalik informatsioon seal toimuvast ja pakutavast.

Läänemaa turismiinfo jagamine toimub ka sadamates (nt Sviby, Vormsis), kuid ei ole siiani toimunud ühistel alustel organiseerituna ning tihti põhinenud omavalitsuse või eraettevõtja algatusel. Turismiinfopunktid on suvel ka Nõval ja Pürksis, infot annab ka RMK Teabekeskus Perakülas ja Penijõel Lihulas.

Läänemaa turismiinfotrükised on kättesaadavad kõikidele Läänemaa Turismi liikmetele (sh vallamajad), kes edastavad neid kolmandatele osapooltele jagamiseks (ettevõtjad, kauplused jne).

## 1.4 Läänemaa ruumiline kättesaadavus

Sihtkoha atraktiivsusel on otsene seos geograafilise asukohaga. Atraktiivsemad on sihtkohad, mis asuvad elukohale lähemal ning millega on parem ühendus.

### Lennujaamad

Tallinna lennujaam asub 100 km kaugusel regioonikeskusest Haapsalust, sealt on rahvusvahelised ühendused paljude sihtkohtadega. Haapsallu saabuvad Tallinna Lennujaama kaudu kaugemalt tulevad turistid.

Pärnu lennujaamas toimuvad lennud suveperioodil. Reisijatele müüakse SPA-pakette Pärnu sanatooriumidesse, toimuvad tšarterlennud Soomest ja Rootsist. Osta saab ka liinipileteid. Üksikud Pärnu kaudu saabuvad inimesed suunduvad Läänemaale. Pärnust toimuvad siselennud Kihnu ja Ruhnu.

Hiiumaal asub Kärdla lennujaam, kust toimuvad siselennud. Lennujaam on varulennuväljaks suurematele lennujaamadele. Läänemaa turismi Kärdla lennujaam ei mõjuta.

Kuressaare lennujaam ei oma erilist tähtsust Läänemaa turismile. Pigem vähendab lennujaama olemasolu mingil määral Läänemaalt läbisõitvaid turiste.

Kokkuvõttes lähipiirkonna lennujaamad, va Tallinna lennujaam, Läänemaa turismi ei mõjuta.



## **Sadamad**

Lähim rahvusvaheline reisi- ja kaubasadam on 100 km kaugusel asuv Tallinna Sadam. Tallinna sadamal on ühendus Soome (Helsingi) ja Rootsiga (Stockholm), ka Saksamaa (Rostock) ja Venemaaga (Peterburi). Läbi Tallinna Sadama liigub suur osa turiste Eestisse ning see omakorda pakub turismiettevõtjatele ja reisikorraldajatele võimaluse külastajate toomiseks Läänemaale.

Maakondliku tähtsusega sadamad on: Rohuküla – ühendus Hiiumaa ja Vormsiga, Virtsu – ühendus Muhu saarega (ja Saaremaaga), Sviby – Vormsil. Sadamaid kasutavad nii Eesti kuid ka välituristid. Paljud sadamate kasutajad on transiit turistid, kes veedavad Läänemaal vähe aega.

Sadamate kaudu on Läänemaal hea ühendus Saaremaa, Hiiumaa, Muhu ja Vormsiga. Nende saarte elanikel on seetõttu mugav külastada Läänemaad.

Dirhami, Haapsalu, Nõva sadamad on kohaliku tähtsusega väikesadamad, mis tegutsevad peamiselt jahi- ja kalasadamatena. Väikesadamate paiknemine maakonnas loob eelduse rahvusvaheliste sadamate arendamiseks ning ka sadamate kaudu saabuvatele turistidele teenuste pakkumiseks.

## **Maismaaühendused**

Maakonnakeskusel Haapsalul on igapäevaselt bussiühendus Tallinna ja Pärnuga, kuid ülejäänud lähipiirkonna keskustega on ühendus pigem vähene.

Raudteed Läänemaal ei ole. Raudtee taastamine looks parema võimaluse ühenduseks Tallinnaga ning soodustaks Haapsalu ja Läänemaa külastamist. Eestlastele on olulisimaks liikumisvahendiks buss ning isiklik sõiduauto.

Paljud turistid läbivad Läänemaad muude reise käigus ning jätkavad teekonda saartele. Liiklemiseks kasutatakse ühistransporti. Praegu on hea bussiühendus vaid Tallinnaga, Pärnu ning Tartu inimeste seisukohalt on ühendus halb. Lääne-Eesti piirkonna turismi seisukohalt on oluline luua uusi ühendusi Lääne-Eesti maakondade vahel (Pärnu-Haapsalu bussiliinid). Tänu bussiühendusele Tallinnaga on ühendus Tallinna lennujaama ning Tallinna sadamaga hea.

## **1.5 Turismiteenuste kvaliteet**

Läänemaa Turismiinfokeskuse suvekülastajate küsitluse põhjal on alljärgnevalt välja toodud mõningane tagasiside külastajatelt teenuste kättesaadavuse kohta.

Toitlustusasutuste kvaliteeti hindavad külastajad keskmiseks. Probleemiks välituristide teenindamisel on töötajate keeleoskus ja hooajal aeglane teeninduskiirus ning jõudlus. Paljud asutused on vaid hooajaliselt avatud. Hooajast väljaspool kliente kõikidesse kohtadesse ei jätku ning kohad on seetõttu suletud.

Majutuse hinna ja kvaliteedi suhet peetakse heaks. Info kättesaadavust Läänemaa kohta hindavad turistid heaks.

Probleeme on ühissõidukite ja ühistranspordiga. Hea ühendus on olemas Tallinnaga, kuid Virtsu, Dirhami ja Pärnuga on ühendusvõimalusi vähe. Paljud väliskülastajad kasutavad liikumiseks ühistransporti. Siseturistid kasutavad liikumiseks rohkem isiklikku



transpordivahendit. Linnaliinitranspordiliinid on harvad ning marsruudid ei ole atraktiivsed turistidele.

Ajaveetmisvõimalusi Haapsalu piirkonnas hindavad välismaalased võrreldes muude võimalustega kehvemaks. Turismiinfokeskuse kolimise tõttu ei ole veel asukoht kõigile teada, vaja on viitasisid. Infotahvlid väravate ning turismiobjektide juures on head, kuna info on kättesaadav kohe objekti juures.

Haapsalu linnas puudub internetikohvik. Seljakotituristid ei kannu reisimisel kaasas sülearvutit ning võimalusel eelistaksid kasutada internetikohviku teenuseid. Samas on olemas laialdane wifi kasutamise võimalus ja avalik internetipunkt Läänemaa Keskraamatukogus. Turismiinfokeskuses on Internetiteenuste pakkumise võimalus. Koha peal on 1 arvuti ning seda saab kasutada päevasel ajal.

## 1.6 Läänemaa kui sihtkoha külastatavuse analüüs

### 1.6.1 Sise- ja väliskülastajad Lääne-Eestis, sh Lääne-, Saare- ja Hiiumaal 2008-2010 (Positiumi uuring)

EAS Turismiarenduskeskuse andmetel oli (2009) Lääne maakond külastatavuse alusel 6-7 sihtkohaks.

Läänemaa külastajate osatähtsus moodustab 14% kogu Lääne-Eesti väliskülastustest. Sisekülastustest Lääne-Eestis moodustab Läänemaa 33% kogu Lääne-Eestis.

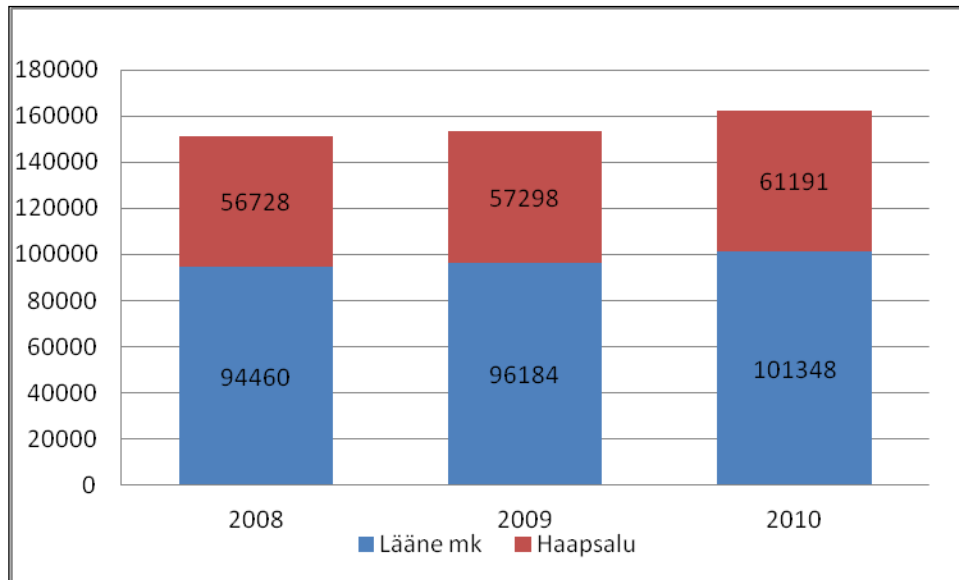
#### Väliskülastused

Aastal 2010 tehti Läänemaale 162 000 väliskülastust. Kõikidest väliskülastustest tehakse suvekuudel 50%. Väliskülastuste arv Läänemaal on kasvanud. 37% inimestest külastab Haapsalu linna, 63% maakonda. Enamus on ühepäevased külastused. Korduvkülastusi on välisturistide seas vähe.

Mitmepäevaste külastuste kestus oli 2010.aasta seisuga keskmiselt 1,9 päeva. 2008.aastal oli see 2,0 päeva, 2009.aastal 1,8 päeva. Suvised külastused on lühemad võrreldes hooajavälise külastustega.

Enim väliskülastajaid on enamuses Soome päritolu (60%). Teistest riikidest rohkem on veel Läti, Rootsi, Saksa ja Vene turiste. Soome ja Rootsi turistide hulk on kasvamas, samas Läti ja Leedu päritolu külastajate hulk väheneb. Enamus külastusi on koondunud suvekuudele, septembrist maini on külastajaid vähem. Saksa ja Rootsi külastajate muustrist tuleb esile sesoonsus - rohkem külastatakse Läänemaad maist septembrini. Vene turistid külastavad Läänemaad ka jaanuaris. Haapsalu linnas moodustavad soomlased 74% kogu külastajatest.





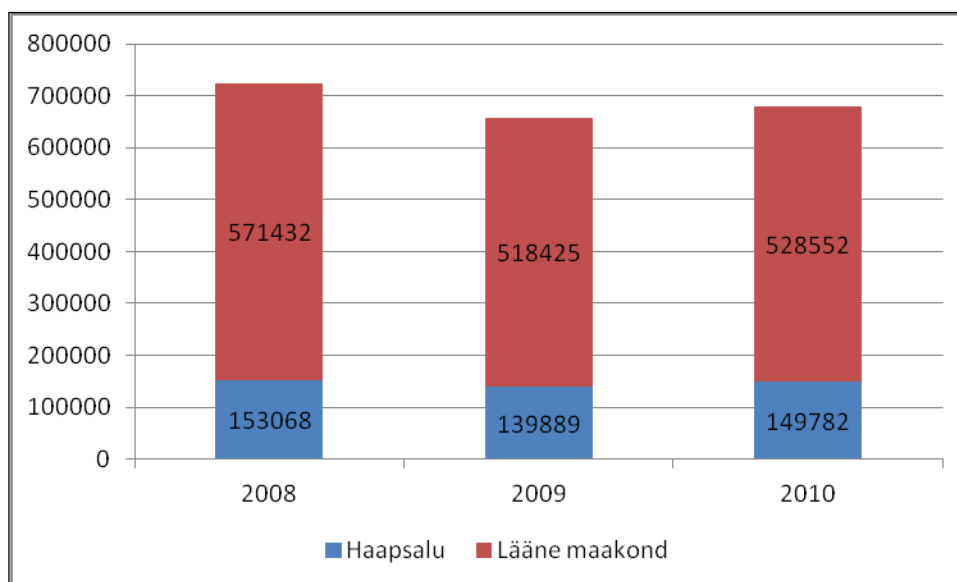
Joonis 2. Läänemaa väliskülastuste arvu võrdlus (allikas: Sise- ja väliskülastajad Lääne-Eestis, sh Lääne-, Saare- ja Hiiumaal 2008-2010)

### Sisekülastused

Aastal 2010 tehti Läänemaale 678 334 sisekülastust. Aastal 2008 külastajate arv kasvas, pärast seda langes ning 2010 külastajate arv taas tõusis. 2009.aastal toimus külastuste vähenemine majanduslanguse tõttu.

22% siseturistidest külastab Haapsalu, 78% maakonda. 66% külastustest on maakonna ühepäevakülastused. Mobiiliandmetel on korduvkülastuste arv suur, kuid korduvkülastajate hulka loetakse ka transiituristid, kes suunduvad läbi Läänemaa saartele ning läbivad maakonda mitu korda.

Keskmine külastuse kestus oli 2010. aastal 1,3 päeva maakonnas, 1,4 päeva Haapsalu linnas. 58% külastajatest tuleb Harjumaalt. Tartu, Saare ja Pärnumaa külastajaid on 7-8%. Hiiumaa ja Saaremaa reisijate osatähtsuse kasv 2010.aastal. Kaugematest maakondadest tulijate osatähtsus on kahanenud, samas naabermaakondade elanikud külastavad Läänemaad rohkem. Külastajate seas on palju transiituriste, kes suunduvad edasi Hiiu- ja Saaremaale.



Joonis 3. Läänemaa sisekülastuste arvu võrdlus (allikas: Sise- ja väliskülastajad Lääne-Eestis, sh Lääne-, Saare- ja Hiiumaal 2008-2010)

### 1.6.2 Majutatud Läänemaal Statistikaameti andmebaasi põhjal

Statistikaameti andmebaasi andmetel oli 2010.aastal kogu Läänemaal 64 373 majutatut, neist 35 633 siseturistid ning 28 740 välituristid. Kui vaadelda majutatuid rahvuste järgi, siis 2010.aasta andmetel oli kõige rohkem neist eestlasi, soomlasi (22 274), rootslasi (1503), sakslasi (1320) ja juba oluliselt vähem, kuid siiski veel ülekaalus võrreldes kõigi teiste rahvustega (lätlased (832) ja venelased (543)).

Aastal 2007 oli Läänemaal kokku 70 610 majutatut. Pärast seda toimus mõningane langus, kuid alates 2010 on taas tõusutrend. Läbi aastate on välisriikide külastajatest olnud suurim osatähtsus Soomel ning soome külastajate arv on pidevalt kasvanud. Venemaalt pärit turistide arv on aastate jooksul püsinud. Läänemaal külastavate Rootsi turistide arv on pärast aastat 2005 kahanenud ca 2 korda. Saksa turistide arv on alates 2007 pidevalt kahanenud.

Tabel 1. Majutatud inimesed statistika andmebaasi põhjal 2002-2010

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Kokku</b>	34938	50382	54195	57711	56598	70610	60732	59531	64373
<b>Eesti</b>	17796	23140	23888	29830	31673	42423	34527	33727	35633
<b>Läti</b>	505	195	404	377	514	704	604	627	832
<b>Rootsi</b>	2475	2641	2911	3312	2681	2324	1896	1509	1503
<b>Saksamaa</b>	857	1405	2215	2238	1523	2469	2216	1561	1320
<b>Soome</b>	11266	20482	21945	18609	17655	19409	18516	19227	22274
<b>Venemaa</b>	510	505	256	554	507	575	568	511	543

Majutatute ööbimisi Läänemaal kokku oli 165 111, neist 63 245 olid siseturistide poolt veedetud ööd ja 101 866 välituristide veedetud ööd.

2010.aastal oli Läänemaal tubade täituvus kõige madalam jaanuaris (23%) ja kõige kõrgem juulis (52%) ning oktoobris (46%), aprillis ja mais (45%).

### 1.6.3 Haapsalu Turismiinfokeskuse külastatavus

2010.aastal külastas Haapsalu Turismiinfokeskust kokku 11301 turisti (infopäringuid oli kokku 15659), neist 3077 eestlased ja 8224 välismaalased, kellest omakorda 2804 olid soomlased, 1336 rootslased, 1398 sakslased ja 512 venelased.

Peamised külastuskuud on juuni, juuli, august sh. juulis oli rohkem külastajaid kui juunis ja augustis kokku. Talvekuud on väga väikese külastatavusega. Tegelikult on talvel Haapsalu külastatavus tunduvalt suurem, kuid peamiselt SPA-kliendi tõttu, kes tavaliselt infokeskusesse ei satu. Turismiinfokeskust külastavad peamiselt välismaalased, kuid Haapsalut külastavate siseturistide hulk on suurem kui välisturistide arv. Võib arvata, et suur osa linna ajaloo- ja kultuuriobjektide ning üritustega tutvuma tulnud välisturistidest külastab ka infokeskust.

## 1.7 Turismikorraldus Läänemaal

### 1.7.1 Turismiarendajad Läänemaal

MTÜ Läänemaa Turism eelkäijaks on MTÜ Haapsalu Turism. 07.12.2006 nimetati see ümber MTÜ Läänemaa Turismiks. See on ühendus, mis pakub oma liikmetele koostööd, arendust ja turundust Haapsalus ning Läänemaal. Ühingusse kuuluvad kõik Läänemaa omavalitsused. MTÜ Läänemaa Turism kuulub omakorda MTÜ Lääne-Eesti turism koosseisu. Kuulumine MTÜ Lääne-Eesti Turismi on kasuks ühisturunduskampaaniate hõlpsama ja odavama läbiviimise osas.

Läänemaa Turismi tegevuse eesmärgiks on koordineerida turismialast arendus- ja koostööd Läänemaal ning aidata kaasa Läänemaa kui suure turismipotentsiaaliga piirkonna tuntuse kasvule ja atraktiivsemaks muutmisele.

Läänemaa Turism tunnuslause on „Maa, mis ootab su samme“.

Läänemaa turismiarendajate põhilisteks rollideks on:

- regiooni turundus – turundatakse nii maakonna tooteid, teenuseid kui ka üritusi;
- toodete väljatootamine ja tootearendus, pakettide koostamine;
- ühisprojektide läbiviimine;
- teadlikkuse tõstmine;
- infosüsteemide korrastamine;
- turismialane õpe ja koolitus.

Lisaks Läänemaa Turismile aitavad turismi piirkonnas vedada järgmised organisatsioonid:

MTÜ Kodukant Läänemaa, Terra Maritima MTÜ, SA Lääne-Eesti Turism, Spa Liit, Marimetsa Sõprade Selts, Põhja-Läänemaa Turismi- ja Spordiobjektide Halduskeskus, kohalikud omavalitsused, väiksemad kohalikud MTÜ-d, Läänemaa Arenduskeskus, Maavalitsus, ettevõtjad.



Läänemaa turismiasjaliste rollid on täpsemalt kirjeldatud 2011.aastal valminud organisatsiooni strateegias. Strateegia on katusorganisatsiooni liikmete ühine kokkulepe ning organisatsiooni edasiste tegevuste aluseks.

Läänemaal ei ole registreeritud ühtegi reisiettevõtjat, küll aga leidub reisibüroosid: Haapsalus on Estravel ja Go Travel Haapsalu kontorid. Läänemaal asub loodusturismi korraldaja Estonian Nature Tours, leidub ka loodusmatkade korraldaja Lootuur. 2010.aastal alustanud reisikorraldaja Natura et Persona (tegevus väike).

Läänemaa ettevõtluse ja turismi arenguks on olnud mitmeid klastriloomise algatusi, kuid hetkel mõjutab neist Läänemaa turismi arengut vaid Spa Liidu klaster.

Turismiharidust saab Läänemaal omandada kahes koolis: Haapsalu Kutsehariduskeskuses loodusturismi korralduse erialal, mille õppeaeg on tsükliõppes kaks aastat, ning Tallinna Ülikooli Haapsalu Kolledžis (bakalaureuse ja magistriõpe), kus on vabaaja- ja rekreatsioonikorralduse õppekava.

## 1.7.2 MTÜ Läänemaa Turismi ja teiste turismiarendajate senised tegevused

Kuni aastani 2006 oli turundustegevus Haapsalu keskne. Turismi turundusega on tegelenud Haapsalu Turism MTÜ ning omavalitsused. Taotletud on mitmeid projektipõhiseid toetusi: 2009.-2011.aastal maaturismi arendamiseks; 2010 välisturgudele suunatud projekt „Haapsalu ja Läänemaa - kultuuripuhkuse sihtkoht 2010-2013“.

Turunduses kasutatakse traditsioonilisi suveniire ja märksõnu (nt Haapsalu sall, muda, rannarootslus). Maakonna turunduses kasutatakse erinevaid kanaleid: reklaam ajakirjanduses, televisioonis, internetis, mobiililahendustes, välireklaamid. Läänemaa „väravatesse“ on paigutatud infotahvlid. Luuakse turundusmaterjale: toodete- ja valdkonnapõhised trükised, CD-d, kaarte sisaldavad trükised, Läänemaa aastaraamatud, Läänemaa postkaardid. Lisaks eelnimetatud tegevustele on oluliseks turismiturunduse kanaliks turismimesid (Matka Soomes, Tourest Eestis, Göteborgi mess Rootsis, ITB mess Berliinis, Inwetex Venemaal, Balttour).

Turismiinfo on saadaval kõigis Eesti turismiinfokeskustes, saatkondades, välisministeeriumis, sõprusomavalitsustes, EASi välisesindustes, Läänemaa Turismi Haapsalu Turismiinfokeskuses, saartevahelistel parvlaevadel, kohalike ettevõtete juures, bensiinijaamades, sadamates. Korraldatakse turundusüritusi Eestis ja välismaal: FAM-reisid, reisibüroodele, ajakirjanikele, promo-üritused, kampaania „Kutsu sõbrad külla“, osaletakse messidel Eestis ja välisturgudel organisatsiooni Lääne-Eesti Turism MTÜ alt. Turismiasjalistele korraldatakse igal aastal tootearendus- ja turunduskoolitusi ning propageeritakse kvaliteediprogrammides osalemist. Tagasisidet klientidelt kogutakse regulaarselt: Haapsalu TIK korjab ja analüüsib turismistatistikat ning korraldab igal hooajal küsitluse külastajate seas. Koostööd tehakse ürituste korraldajatega, maakonna omavalitsustega turundustegevuste elluviimiseks, naabermaakondadega ühisturunduseks, Lääne-Eesti Turismi katusorganisatsiooniga välisturgudel turunduseks, turismifirmade ja turismiarendajatega.



Täpsem info on toodud lisas.

## 1.8 Hetkeolukorra analüüs (SWOT)

Antud peatükis on välja toodud Läänemaa kui turismisihtkoha tugevused ja nõrkused ning väliskeskkonnast tingitud võimalused ja ohud. SWOT-analüüs on sisendiks Läänemaa turismiarenduse eesmärkide ja tegevuste seadmiseks.

### Tugevused

- Mereäärne asukoht
- Pealinna lähedus (tunni aja sõidu kaugusel)
- Olemas Läänemaad muust Eestist eristavad turismimagnetid (meri, Matsalu Rahvuspark, eestirootsi kultuur, Osmussaar ning Vormsi, Nõva liivarannad; Haapsalu linn oma objektide ja vanalinnaga, tooted (eripära).
- Kaitstud rikkalik looduskeskkond (väärtuslik ja heas seisus), palju kauneid looduskohti. Linnuvaatlus (Euroopa üks parimaid vaatluskohti), Matsalu Rahvuspark.
- Hea maine ja kuvand kultuuri, loodusturismi ja ürituste korraldamise valdkonnas. Haapsalu linna tuntus hea mainega kuurort- ja terviselinnana.
- Tugev maakonnakeskus (Haapsalu piiskopilinnus ja Valge Daam, vanalinn, raudteejaam, Iloni Imedemaa, palju erinevaid sündmusi).
- Toimiv katusorganisatsioon Läänemaa Turism, kus kõik maakonna omavalitsused ja enamused turismiettevõtjaid on liikmed. Lisaks sellele aitab turismiarendusele kaasa ka Spa Liidu tegevus.
- Läänemaa kui turismisihtkoha turundustegevused on olnud järjepidevad ja süstemaatilised (seni baseerunud messidel, trükistel; lisandunud internetiturundus, sotsiaalvõrgustikud, kaardirakendused). Samuti on suuremate ettevõtete turundustegevus olnud järjepidev ja üpris edukas (SPA-d, linnuturism).

### Nõrkused:

- Majutus, toitlustus ja muud tugiteenused vajavad edasiarendamist ja rohkem omanäolisust (hetkel vähe majutusvõimalusi suurtele gruppidele, võimalused olemas Roostal ja Haapsalus)
- Madalhooaja sündmuste ja aktiivsete teenuste nappus
- Ebaühtlane teenuse- ja teeninduskvaliteet
- Võõrkeelsete giidide nappus (vähe giide ja võimalus giiditeenust pakkuda erinevates keeltes piiratud); probleemiks ka giidide pealekasvu vähesus
- Turismitoodete tootearendus ei toimu piisavalt tulemuslikult (seda nii maakonna- kui ettevõtte tasandil); ebaühtlane (vähene) koostöö tootearendamisel ja turundusel (eriti puudutab majutus- ja toitlustusettevõtteid). Suurtel ettevõtetel koostöö toimib. Arendustegevused on meetmepõhised (nt turundustegevused suunatud eelkõige välisurgudele, sest meetmed toetavad). Keeruline on maakonna unikaalsuse esiletoomine (unikaalse müügiargumendi loomine).
- Turundustegevused ei ole olnud piisavalt süsteemsed kõikidel turgudel, turundustegevustes ei ole kasutatud uusi turge ning tooteid (nt kultuuriturismi toode tervikuna; Lihula võimalused kultuuriturismi- ja ajalooturismi teenuste pakujana kasutamata). Suurte ettevõtete nõrk koostöö uutel sihtturgudel,



- lähipiirkonnas ja Tallinnas asuvate edasimüüjatega (turismifirmad, ürituste korraldajad).
- Puudulik transpordiühendus (bussiühendus, rongiühendus) muude keskustega (näiteks Pärnu, Kuressaare, Riia) peale Tallinna ja Kärkla ning rannikuala teede halb olukord.
  - Turuga seotud oskusteabe vähesus ning analüüsi nõrkus. Ametlik turismistatistika ei ole piisav olukorra põhjalikuks analüüsiks ning otsuste tegemiseks, kohalike uuringute puudumine.
  - Maakonna turisminfo on kättesaadav internetis, kuid infokanalid vajavad kaasajastamist (puhkaeestis.ee info suunamine, et võimalik ühildada riigiülese turismiinfoga, westest.ee arendamine)
  - Puudub maakonnaülene turisminfo võrgustik (sh ühtne viitade ja objektide infotahvlite korraldus). Viidasüsteemi projektipõhine arendamine ei ole jätkusuutlik.

#### **Võimalused:**

- Turismiturunduse toetusmeetmete jätkuv olemasolu
- Suur külastajate hulk piirkonnas seoses saartele reisijatega
- Mereäärne asukoht (võimalus pakkuda merega seonduvaid tooteid ning kasutada merd väravatena) ning pealinna lähedus
- Tõuseb nõudlus kohaliku eripära järele: kultuurist, ajaloost ja traditsioonist ning loodusest tuleneva piirkonna eripära rõhutamine (sh ka rahvusvahelisel tasandil).
- On olemas maakonna turismiettevõtjate koostöösoov
- Tervislike eluviiside harrastamise kasvav trend (võimalus tervise- ja lõõgastusturismi, loodusturismi ja aktiivse puhkuse toodete arendamiseks)
- Tehnoloogia areng (moodsad tehnilised lahendused võimaldavad maakonda paremini turundada – nt mobiilirakendused, veebitehnoloogiate areng)

#### **Ohud:**

- Loodusturismis on oluline kontrollida looduse nn taluvusvõimet, ehk palju ja kuidas saab seda toodet tarbida korraga. Keskkonnareostuse teke (eelkõige merelt lähtuv) ja sellest tulenevad piirangud turismi arenguks.
- Võimalikud poliitilised otsused, mis vähendavad Läänemaa konkurentsivõimet (nt. piirkondlikud eelistused, rõhuasetused üleriigilistes strateegiadokumentides, valdade ühine panus turismi arengusse väheneb).
- Eestisisese konkurentsi tihenemine.
- Majanduslangusest tingitud tarbimise vähenemine.
- Püsielanikkonna vastuseis turismihoogustumisega kaasnevatele muudatustele ja pakutavate toetavate teenuste ebaoperatiivsus (nt majutus ja toitlustamine ei suuda kiiresti reageerida külastaja soovidele).



## II. Läänemaa turismistrateegia 2012-2016

---

### 2.1 Visioon

**Aastal 2016 on Läänemaa Läänemere regioonis ja siseturul tuntud ning tunnustatud turismipiirkond, mille tulemusena ollakse küllastatavuselt 5 esimese Eesti sihtregiooni hulgas.**

Tuntud – info Läänemaast kui turismisihtkohast on jõudnud potentsiaalsete küllastajateni.

Tunnustatud – kvaliteedimärgistega hinnatud turismiressursid; Läänemaa küllastajad on korduvküllastajad ning viibivad Läänemaal kauem.

Läänemaa teevad tuntuks ja tunnustatuks järgmised turismiressursid:

- Meri ja merega seonduvad tegevused, arenev mereliiklus;
- Mitmekülgsed tegevused ja tooted, väljatöötatud tootepaketid ja turismimarsruudid;
- Kaunis, hoitud ja palju tegevusi pakkuv loodusressurss (Matsalu rahvuspark, Nõva rannad ja metsad, linnuvaatlus);
- Eestirootsi kultuur ja kohalik toit;
- Head võimalused terviseturismiks (kvaliteetsed SPA-d, sportimisvõimalused, terviserajad);
- Rahulik ja elitaarne puhkus kuurortlinnas (luksuslikud hotellid ja kaunis keskkond);
- Atraktiivsed sündmused ka madalhooajal (kultuuri- ja spordisündmused);
- Arenev loomemajandus (kunst ja sündmused);
- Huvitav maaelu – külamiljöo, rookatused, kiviaiad.

### 2.2 Pakutavad turismitooted

Läänemaal on aastate jooksul välja arendatud viis turismitoodet, mis on hetkel erinevates arengufaasides ning potentsiaali arendusteks on veel palju. Kõik tooted on omavahel kohati kattuvad ja turismipakettide moodustamisel kombineeritavad. Osad tootekomponendid on pigem Haapsalu linna kesksed, kuid eesmärgiks on toodete pakkumist parendada ka maakonnas.

#### 2.2.1 Kultuuri- ja ajaloopärandi toode

**Toote märksõnad:**

- Keiserlik kuurort (rahulik, romantiline, elitaarne, vene ajaloopärand)
- Valge Daam



- Eestirootsi kultuur ja külamiljöö
- Pereturism ja lapsesõbralikkus
- Pärandkultuur
- Muuseumid, linnused, mõisad, kirikud

### Toote kirjeldus:

Kultuuri- ja ajaloopärandi toode pakub turistidele emotsionaalseid elamusi läbi pärandi ja kultuuriloo (sh tegevused). Toote raames väärtustatakse paikkonna kultuuripärandit ja traditsioonilist elulaadi ning antakse kultuuriharidust.

Selle toote alla kuuluvad linnused (Haapsalu, Lihula, Koluvere, Virtsu vasallinnus, maalinnad nt Vatla), mõisad, muinaskalmed, kirikud ja kabelid, külamiljöö, eestirootsi kultuuripärand (piirkondadena näiteks Noarootsi, Vormsi), Haapsalu puitkeskkond (sh puitpits) ja ehituskunst tervikuna (rookatused ja kiviaiad), Haapsalu raudteejaam, muuseumid ja galeriid (Okas, Wikland, Kokamägi), Saueaugu teatritalu, lood ja legendid (keiserlik kuurort, Valge Daam), tuletornid, jaala ja muud meretraditsioonidega seotud objektid, kohalik käsitöö (Haapsalu sall vaatamisväärsuse ja suveniirina, Lihula lilltikand), Haapsalu promenaad jne. Perspektiivis militaarobjektide vaatlemine ja seal baseeruvad teenused (lähiajaloo esitlemine, Kiltsi lennuväli). Kultuuri- ja ajaloopärandi tuumiku moodustavad siiski maakonna arvukad muuseumid, linnused ja mõisad, mis vajavad oma kontseptsioonilt edasiarendust.

### Toote sihtgrupp:

Olulisimad kliendid on eestlased, lisaks ka soomlased, rootslased, venelased, sakslased, lätlased, aga ka hollandlased (oluline osa karavanituristidel).

### Hinnang toote toimimisele:

Toode on olnud kesksel kohal Läänemaa turismis ning on seda ka edaspidi, samas esineb valdkondasid, kus Läänemaa potentsiaal jäänud kasutamata (näiteks kirikud, mõisad – puudub ülevaade mõisatest, sest mitmed neist on eraomandis).

Kultuuri- ja ajalooturismi tutvustamisel (aga ka kõikide teiste toodete tutvustamisel) tuleb rohkem lähtuda sihtriikide ja sihtgruppide huvidest (kirjeldatud sihtgruppide juures). Näiteks huvituvad lätlased kalapüügist; soomlased SPA-dest; võimalusel saabutakse Eestisse ka oma paadiga; vanema generatsiooni rootslased on huvitatud rannarootsi kultuurist ja seotusest piirkonna ajalooaga; vene turist on huvitatud tsaarikultuurist, antud ajastu pärandist Läänemaal, poodlemisest ja pidutsemisest.

Üheks alakasutatud potentsiaaliks on loomemajanduse<sup>1</sup> teenused ja tooted Läänemaal. Loomemajanduse kombineerimine erinevatesse pakettidesse annab piirkonna teenustele uut jumet. Hetkel on loometegevus koondunud eelkõige Haapsallu.

<sup>1</sup> **Loomemajandus** on majanduses valdkond, mis põhineb individuaalsel ja kollektiivsel loovusel, oskustel ja andel ning mis on võimeline looma heaolu ja töökohti läbi intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise. Loomemajandus hõlmab näiteks arhitektuuri, audiovisuaalseid kunste, disaini, etenduskunste, meelelahutust, infotehnoloogiat, kirjastamist, ajakirjandust, kunsti, muuseumi, muusikat, reklaami, käsitööd, kultuuriturismi. Loomemajanduse määratlemisel on oluline tajuda kultuurivaldkondade seoseid teiste elu- ja majandusvaldkondadega ning seda, et kultuur pole ühiskonnas vaid saaja, vaid väga olulise andja rollis ning et kultuuriline loovus on eluliselt oluline teadmispõhise majanduse ülesehitamisel.



Üldjoontes on Põhja-Läänemaa kultuuritoote pakkumise seisukohast paremal positsioonil kui Lõuna-Läänemaa. Samas paikneb Lõuna-Läänemaal palju kirikuid ja mõisaid, Virtsu, Lihula linnuse varemed, mille olemasolu turismiressurssidena tuleks rohkem ära kasutada. Lõuna-Läänemaal 2011 praktiliselt puuduvad ööbimisvõimalused. Kultuuritooteid Lõuna-Läänemaal ei pakuta, sest pole pakkujaid. Probleeme on ligipääsetavusega objektidele ning info vähesusega. Koostatud on kirikute trükis, mis on üheks toetuseks kogu Läänemaa kultuuriturismi arendamisel.

Läänemaa oluliseks tugevuseks on meri ning sellele tuleb ka toetuda turismitoodete arendamisel. Siinjuures on oluline panus Rannarootsi muuseumil, aga ka puulaevaseltsil Vikan, kelle tegevusest võiks rohkem turiste teavitada. Planeeringujärgus on puulaevasadam.

Haapsalu linn on Läänemaa kontekstis omandanud hea kuvandi kui tsaariaja kuurortlinn, mis baseerub arhitektuursetel vaatamisväärsustel mälestistena ning lugudel-legendidel. Militaarobjektide näol (raketibaasid, vana lennuväli) võib tegemist olla vaatamisväärsustega tulevikuperspektiivis, kuid hetkel saab objekte kaasata turismimarsruutidesse ohutuse tõttu vaid lugude kaudu.

Tugevalt on väljakujunenud Valge Daami legend, kuid oluline on koondada ka teisi huvitavaid lugusid.

Toodet täiendavad veel kultuuriüritused, mis on täpsemalt kirjeldatud Sündmuste toote kontekstis.

## 2.2.2 Looduspuhkuse toode

### Toote märksõnad:

- Linnuvaatlus
- Loodusretked, matkamine
- Jahiturism ja kalapüük

### Läänemaa on linnuvaatluse ja loodusretkede pakkumisel Eesti tähtsaim sihtkoht

### Toote kirjeldus:

Loodusturismi eesmärgiks on tervisliku puhkuse pakkumine, lõõgastamine, töövõime taastamine, miljöövahetus, enese väljalülitamine, pinge mahavõtmine, uute kogemuste ja teadmiste hankimine ning keskkonnateadlikkuse tõstmine.

Tootesse kuuluvad teenused, mis võimaldavad osa saada loodusväärtustest – linnuvaatlus (sh Haapsalu linnas), botaanilised reisirid, raba- ja soomatkad, loodusõppereisid (pakuvad RMK, Keskkonnaamet ja eraettevõtjad). Loodusõppe õpikojad toimivad Silmal ning rajamisel on õpikojad ka Lihulasse ja info- ja õppekeskus Noarootsi kooli juurde. Loodusteadmiste ja kalanduse alase info edastamisega tegeleb ka Rannarootsi muuseum.



Loodusturismi objektidena käsitletakse: Nõva rannametsad, Osmussaar, Vormsi, Matsalu Rahvusparki piirkond ja Silma kaitsealad, Marimetsa raba, Salevere Salumägi jne. Toote alla kuulub ka Matsalu Loodusfilmide festival.

**Loodusturismi tuumikuks on linnuvaatlus, kala- ja jahiturism.** Kalaturismi vastu on suur huvi, sügiseti on lestapüük piirkonnas massiline. Jahiturismi koordineerivad jahiklubid ja jahiklubidega seotud teenusepakkujad, kes koordineerivad ka vajalike lubade hankimist. Jahiturismi valdkond on eksklusiivne ja tasuv. Antud teenused vajavad tugevamat arendust.

### Toote sihtgrupp:

Sise- ja välisturist  
Pered (lastega ja lasteta pered)  
Sõpruskonnad  
Asutused, organisatsioonid, huviringid (nt seeniorite ühendused)  
Spetsialistid, erihuvidega inimesed

Linnuvaatluse põhilised sihtturud (kehtivad üldjoontes ka teistele loodusturismi valdkondadele): heaoluriigid Euroopast; Inglismaa, Holland, Saksamaa, Taani, Prantsusmaa, vähemal määral ka Belgia ja Šveits.

### Hinnang toote toimimisele:

Toote potentsiaal ja kasvuvõimalus on mõõdukalt suur, kuna Läänemaa on hoitud ning huvitava looduskeskkonnaga ning hoitud loodust hinnatakse turistide ja külastajate poolt järjest rohkem. Näiteks on Matsalu üks parimaid linnuvaatluse kohti Euroopas ning linnuvaatluse populaarsus on maailmas kasvav ning Matsalu seni vaatluskohana alakasutatud. Hetkel võib Läänemaad lugeda Eesti parimaks linnuvaatluskohaks. Aastas tehakse Läänemaale keskmiselt 20 linnuvaatlusreisi. Siseturist moodustab loodusturistide massist 2/3, aga rahaliselt toob sisse 1/3 tuludest; välisturistid moodustavad 1/3 külastajatest, aga sisse toovad 2/3 tulust.

Loodusturismi arendatakse aktiivselt Lõuna-Läänemaal. Erinevaid ettevõtjaid või organisatsioone ühendavad katusorganisatsioonid (nt MTÜ Terra Maritima) tegelevad üleüldise toote tausta edendamise ja kohalikud omavalitsused tegelevad üksikobjektide arendamisega.

Loodusturismi toodet saadavad hetkel järgmised probleemid:

- Probleemid maaomanikega loodusradade rajamisel
- Hulkuvad koerad, vajalik omanike teavitamine
- Loodusturismi teenuste pakkumine reguleerimata, teadlikkus piirangutest ja teenuse tarbimise võimalustest on madal (nt kus võib kala püüda, millisel hooajal ja mis vahenditega?)
- Loodusgiidide puudus (eriti atesteeritud ja võõrkeeli oskavate loodusgiidide puudus). Matsalus on hetkel 7-8 giidi ning hetkel on nad tegelevad vaid Matsalu piirkonnas. Antud valdkond nõuab spetsiifiliste teadmistega ja haritud giide.
- Tagasihoidlik turundus: hetkel turundab Eestit loodusturismi sihtkohana 4-5 ettevõtjat (nt Nature-Est, Estonian Nature Tours)
- Teatud osas on loodusressurss piiratud (nt jahiturism, alternatiiviks veretu jaht)
- Loodushuvilise tarbeks ei sobi tavalised turismikaardid (liiga üldised)



### 2.2.3 Tervise- ja lõõgastusturismi toode

#### Toote märksõnad:

- Puhkuse kuurort Haapsalu, kuhu tullakse tervist parandama
- Kogu keskkond toetab terviseparandamist
- Professionaalne teenindus (medical spa, rehabilitatsioonikeskus)
- Raviturism
- Turvaline
- Looduslähedane

#### Läänemaa ja Haapsalu on tervise- ja lõõgastusturismi hinnatuim kompetentsikeskus Eestis

#### Toote kirjeldus:

Käesoleva toote moodustavad SPA-d (*wellness* ja medical SPA-d), veekeskused, tervisekeskused, loodus- ja rahvaravi teenuse pakkujad ning toetava infrastruktuurina loodusrajad ja liikumisvõimalused. Toote eesmärgiks on aidata külastajatel maandada stressi ning taastada ja hoida tervist.

Toode toetub eelkõige kahele Haapsalus asuvale **SPA ettevõttele** (Laine ja Fra Mare). Lisaks kuuluvad selle toote alla näiteks ka Haapsalu Neuroloogiline Rehabilitatsioonikeskus, Polli talu loominguiline keskus, Haapsalu Veekeskus, Algallika keskus, Hiina alternatiivmeditsiini keskus. Toetavaks struktuuriks on loodud Läänemaa tervise tee (53 km), Palivere liikumisrajad, Kullamaa ja Matsalu liikumisrajad, Paralepa parkmetsa liikumisrajad, hipoteraapia (ratsatall) Ridalas, rannapuhkuse võimalused kahes ametlikus Läänemaa rannas.

**Rõhuasetus antud toote raames on medical spa teenuste pakkumisel koostöös SPA-de ja rehabilitatsioonikeskusega.** Haapsalu baasil on loodud head võimalused erivajadustega turistile liikumiseks ja raviteenuste tarbimiseks.

#### Toote sihtgrupp:

Sihtturud: Eesti, Soome, Rootsi, Norra, Venemaa, Saksamaa, Läti, Leedu; uued turud: Holland, Inglismaa, Taani

- Lõõgastus- ja raviklient
- Korporatiivklient
- Puhkajad (rannapuhkus)

Siseturist (1. Lõõgastus- ja raviklient, 2. Korporatiivklient, töökollektiiv, 3. Pered ja sõpruskonnad puhkusel, 4. Erihuvidega grupid)

Väliturist (1. Lõõgastus- ja raviklient, 2. Pered ja sõpruskonnad puhkusel, 3. Erihuvidega grupid)

Sihtturud ja sihtgrupid on täpsemalt kirjeldatud peatükis 2.3.



### Hinnang toote toimimisele:

Tänu suurtele ettevõtetele on toode andnud seni olulisima osa kogu Läänemaa turismisektori käibest ning jääb seda andma ka edaspidi. Haapsalu linn on seeläbi omandanud ka hea maine kuurortlinnana. Positiivseks arenguks on uute alternatiivsete terviseravi teenusepakkujate lisandumine turule.

Viimastel aastatel on käesoleva toote nõudlus olnud kasvav ning lähtuvalt sellest on ettevõtjad teinud ka toote võimsust suurendavaid investeeringuid. Eeldatavalt lihtsama ravi ning lõõgastuse nõudlus stabiliseerub. Olulisteks turgudeks jäävad lisaks koduturule, Soome, Rootsi ka Norra ning Venemaa.

Lõõgastumise turismitoodet hetkel veel ei toeta keskkond: kohvikud, pargid, ratastoolis liikumise võimalused. Haapsalu linn kui ajalooline kuurort annab vajaliku tausta ja keskkonna.

## 2.2.4 Aktiivse puhkuse toode

### Toote märksõnad:

- Merega seonduvad tegevused
- Jaht ja kalapüük
- Invaturismi arendamine

### Toote kirjeldus:

Käesoleva toote komponentideks on mere- ja veeturism (jahta, aurik, jahid jahtklubides, ruubad Vormsil jne), surfamine, rannaturism, ratta-, matkarajad ja terviseteed, vaatetornid, jahiturism, kalaturism, spordiväljakud (näiteks Noarootsi, Roosta, Pürksi, Haapsalu), hobuturism, väikelennukitega lendamine (maandumise võimalus), Eurovelo-1 jalgrattamarsruut (Nõva-Haapsalu-Virtsu) jne. Selle toote raames teenust pakkuvateks ettevõteteks on Roosta Puhkeküla, Kullametsa viburada, Ridala golf, loodav Palivere turismi- ja tervisespordikeskus, Tuksi spordibaas, puulaevaselts Vikan ja paljud teised.

Antud toode on tihedalt seotud nii lõõgastus- ja terviseturismi toote kui ka loodusturismi tootega, samuti meeldib külastajatele omavahel kombineerida kultuuriturismi ja aktiivse puhkuse turismi.

### Toote sihtgrupp:

Aktiivse puhkuse harrastajad ja spordiürituste külastajad (osavõtjad/ pealtvaatajad); sportlased ja muud spetsiifiliste huvidega külastajad;

### Hinnang toote toimimisele:

Antud toode tervikuna on veel arendamise algjärgus. Suur osa potentsiaalset on kasutamata ning antud toote valdkonda saadavad mitmed probleemid.

Aktiivse elustiili trend on tõusev, mis kasvatab ka aktiivse puhkuse toote populaarsust. Oluline osa on siseturistil ja –külastajal (inimene, kes oma väljasõidul ei ööbi), samas välismaalaste huvi kasvab. Kuna paljusid aktiivseid teenuseid peab hetkel ette tellima,



siis on välismaalasel keeruline neid teenuseid kätte saada, kuna nad tahavad teenuseid osta kohal olles. Teenuste kohta info kättesaadavuse paranemise ning teenusepakkujate arengu tulemusena kasvab kindlasti toote atraktiivses välismaalaste silmis.

Probleemidena on välja toodud veel toote üldine koordineerimatus; spordivahendite laenutamise võimaluse puudumised või paindlikkuse puudumine (teenusepakkujatel on vähe vahendeid laenutuses ning spordipoed ei laenuta); puuduvad ka spetsiifiliste valdkondade juhendajad (nt surfamine, jääpurjetamine); arendustegevused pole järjepidevad (nt golf) jne.

Kala- ja jahiturism on väga populaarsed ja atraktiivsed teenused, kuid hetkel pole veel koordineeritud teenuse pakkumise tingimused (piirangutest teavitamine, lubade taotlemine jne).

Maakonnas on piisaval hulgal spordisaale, samas ei toeta majutus suurte spordiürituste korraldamist.

## 2.2.5 Sündmuste toode

### Toote märksõnad:

- Rahvusvahelised sündmused
- Traditsioonilised, omanäolised ja mitmekülgsed sündmused
- Eestirootsi kultuuri tutvustavad sündmused
- Merega seotud sündmused

### Toote kirjeldus:

Antud toote alla kuuluvad Läänemaal toimuvad või Läänemaaga seotud sündmused. Näiteks Valge Daami päevad, Augustibluus, American Beauty Car Show, Õudusfilmide festival, Matsalu loodusfilmide festival, Nõva surfilaager, Peraküla päevad, Haapsalu sallisõudpäevad, Vormsi Olavipäev, Marimetsa Kapp maastikuratas), purjetamisvõistlused, jahilaskmisvõistlused, surfivõistlused, kalapüügi üritus „Tõmba lesta!“, perepäevad jne.

Enim sündmusi korraldatakse kultuuri ja spordivaldkonnas.

### Toote sihtgrupp:

Toote tarbijateks on peamiselt eestlased, suuresti tallinlased. Igal üritusel on erineva taustaga klient. Välismaalastele kultuuriüritused Läänemaale tuleku põhjuseks ei ole, kuid tõstavad kogu piirkonna atraktiivsust. Samas on spetsiifilistel üritustel (näiteks American Beauty Car Show, Matsalu loodusfilmide festival ja Augustibluus) ka välismaist klienti.

### Hinnang toote toimimisele:

Läänemaa ja Haapsalu baasil on edukalt väljakujundatud suvehooaja üritused, mis sisustavad kõik kevad-suvised nädalavahetused. Ürituste külastatavust võib hinnata heale tasemele, ürituste külastajad moodustavad suure osa Läänemaa külastustest. Uusi üritusi on võimalik suveperioodi veel vähesel määral mahutada, kuid eesmärgiks on



pigem olemasolevate sündmuste kvaliteedi tõstmine ja edasiarendamine ning seda eelkõige nimiürituste puhul.

Üritustel on lisaks veel ka oluline turunduslik efekt kogu maakonnale, kuna huvitavate ürituste puhul saab kogu maakond meediakajastuse abil nõ tasuta reklaami. Hetkel külastavad üritusi eelkõige siseturistid. Välituriste toovad sellised üritused nagu Augustibluus, American Beauty Car Show, Matsalu loodusfilmide festival, Nõva ja Roosta surfiüritused, purjetamisvõistlused ja jahilaskmisvõistlused.

Paljud spordiüritused toimuvad Haapsalu baasil, kus on välja kujunenud oma nišš (jalgpall, laskmine ja purjetamine). 2012.aastal on Läänemaale planeeritud noorte jalgpalli EM.

Hetkel ei korraldata spordiüritusi eriti Vormsil ja Noarootsis. Maakonna tasandil on spordivaldkonnas piirkonniti välja kujunenud spetsiaalsed tegevusalad vastavalt piirkonna eestvedajate huvidele ja professionile.

Sündmuste korraldamisele annab tulevikuperspektiivis palju juurde ka valminud kultuurikeskus.

### 2.3 Turism Läänemaa omavalitsuste arenguplaanides

Lääne maakonna valdade arengukavades on käsitletud erinevaid turismi ja seda toetavate harude tegevusi. Suurima probleemina on valdade arengukavades välja toodud turismi sesoonsus.

Kergliiklusteede arendamist ja rajamist on käsitletud Hanila, Oru, Risti, Noarootsi ja Taebla valla arengukavades. Neis valdades on kergliiklusteed olemas või plaanitakse neid lähiajal rajada. Samuti on kavas arendada erinevaid jalgrattamarsruute ning jalgrattaturismi (näiteks plaanib Noarootsi vald tähistada poolsaarel kulgeva jalgrattamarsruudi ning ühendada selle Eurovelo-1 marsruudiga). Turism on varasemates arengukavades olnud väheoluline.

Hanila valla prioriteet on Virtsu sadama arendamine, kust on ühendus Muhu saarega ning selle kaudu ka Saaremaaga. Vallas on plaanis toetada ka muuseumide tegevust. Ka Noarootsi vald plaanib arendada sadamaid - Dirhami, Österby, Hara ja Osmussaare, millest kolm viimast kuuluvad vallale. Samuti on plaanitud veekoguäärsetesse küladesse veelemineku võimaluste (lautrikohad) rajamine ning samuti nähakse ette suplus-, lõkke- ja telkimiskohtade rajamist veekogude äärde.

Loodusturismi arendamist on käsitletud Hanila, Martna, Noarootsi, Taebla ja Oru valdade arengukavades. Plaanitakse rajada telkimiskohti, matka- ja õpperadu. Matsalu RP regioonis paiknemise suurem ärakasutamine on prioriteedina välja toodud Lihula, Martna ja Hanila valdade arengukavades. Matsalu on Haapsalu järel olulisim turismipiirkond Lääne maakonnas.



Sündmuste ja ürituste loomine ja arendamine on välja toodud Hanila valla arengukavas. Kala-, mere- ja jahiturismi arendamine on plaanis Hanila, Kullamaa ja Oru valdades. Seiklusturismi on välja toonud vaid Kullamaa vald. Lihula vallas on plaanis Lihula mõisa arendamine turismiobjektina.

Risti vald on olulisim transiitreisijate aspektist. Valda läbivad olulised maanteed, mille kaudu on ühendus Tallinna, Saaremaa ning Hiiумаaga. Konverentsiturismi arendamine on välja toodud Risti valla arengukavas. Samuti on plaanis rajada raudteetammile omanäoline terviserada.

Lisaks loodusturismile on Noarootsi vald panustamas ka militaarturismile. Muuseumite (lisaks Lyckholmi muuseumile) osas on arengukavas ette nähtud merendus- ja kalandusmuuseumi rajamine (Dirhamisse), koduloomuuseumi rajamine Osmussaarele ja militaarmuuseumi rajamine (Ramsi või Spithami). Vajalik on kohalike giidide koolitamine. Oluline on ka kohalike vaatamisväärsuste, kaitsealade, looduskaitsealuste üksikobjektide ja muinsuskaitsealuste objektide tähistamine ja tutvustamine.

Taebla vallas on lisaks eelpool nimetatutele välja toodud Palivere puhke- ja spordipiirkonna arendamine (Palivere turismi- ja spordikeskuse rajamine) ning turismitalude loomine.

Nõva, Ridala, Vormsi valdade uued arengukavad on koostamisel.



## 2.4 Kliendisegmendid

Tabel 2. Kliendisegmendid tootevaldkondade kaupa

Kliendisegmendi nimetus	Millist toodet tarvivad	Segmendi päritolu	Segmendi iseloomustus	Turunduskanalid
<b>Ajaloo- ja kultuuripärandi toode</b>				
<b>Siseturist</b>				
Väikesed grupid, pered, sõpruskonnad	Tarbivad ajaloo- ja kultuuripärandi toodet ning kombineerivad seda teiste erinevate toodetega	Haapsalust väljas käib reeglina eestlane.	Vähene fookuseeritud huvi, liiguvad väikese grupina (4-5 inimest), sõidu põhjus on kohaliku ajaloo, looduse ja olemusega tutvumine. Tarbivad lisaks ka lõõgastustoote komponente. Läbisõidul saartele. Broneerivad ja planeerivad ilma vahendajata reeglina. Eelkõige nädalavahetuse puhkajad. Tarbivad vähesel määral giiditeenuseid.	Olulisel kohal info inimeselt inimesele ja välireklaamid (viidatakse tee ääres). Infot saavad ka Internetist, ajalehtedest. Reisiotsuseid teevad üldjuhul pereemad, seega tarbitavad infokanalid on naistele suunatud (ajakirjad, telesaated).
Suured grupid (turismigrupid, kooligrupid, korporatiivkliientide grupid)	Tarbivad eelkõige ajaloo- ja kultuuripärandi toodet, vähesel määral kombineerivad teiste toodetega		Segmenti iseloomustab vähene fookuseeritud huvi. Suure grupiga reisijad. Kasutavad vahendajaid, kes organiseerivad kogu reisi. Nad ostavad valmispaketi vahendajalt. Piiratud ajagraafik külastusteks. Nende päevakava on täpselt paigas ja konkreetsetel objektidel viibimise aeg on piiratud. Erinevalt väikesest grupist ei tarbi nad üritusi. Eesti grupid on eelkõige koolid ja	Suured grupid saavad infot ka läbi seotud organisatsioonide (nt koolist).

			pensionärid, ka töökollektiivid. Hinnanguliselt kolmandik kasutab ka vahendajaid, aga vahendajate osakaal tõuseb. Tarbivad giiditeenust. Üldjuhul ühepäevane külastus ja ei pruugi ööbida Läänemaal.	
<b>Välisturist</b>				
Väikesed grupid (pered, sõpruskonnad)	Tarbib eelkõige kultuuri- ja ajaloopärandi toodet, kuid vähesel määral kombineerib teiste toodetega (nt juhulikud ürituse külastajad, juhulikud aktiivse puhkuse toodete tarbijad)	Soomlased, rootslased, venelased, sakslased, lätlased ja muud 10%. Välismaalaste puhul on otsustamisel oluline riigi populaarsus ja tuntus. Seetõttu on turunduslikult tähtis olla oluline osa riigi kuvandist. Oluline on kasvatada Venemaa ja Läti turistide ning Eestis elavate vene keelt kõnelevate inimeste osakaalu. Rahvuslikud eripärad: rootsi vanemaealised külastajad on huvitatud eestirootsi kultuuriga tutvumisest; venelased on huvitatud tsaarikultuuriga tutvumisest, sakslased on huvitatud baltisaksa	Segmenti iseloomustab vähene fookuseeritud huvi. Liiguvad väikese grupina (perekond, sõpruskond, 4-5 inimest). Nende sõidu põhjus on Eesti ajaloo, looduse ja olemusega tutvumine. Paljud käivad Läänemaal ka seetõttu, et minnakse saartele. Planeerivad marsruudid ette, aga ei kasuta vahendajaid. Oluline on internet ja reisiajakirjad, ajalehed infoallikana. Armastavad osta suveniire. Külastavad baltikumi riike koos, viibides Eestis paar päeva või siis peatuvad nädala.	Olulisel kohal välireklaam (viidad tee ääres). Infot saavad ka Internetist, reisiajakirjadest, reisikorraldajatelt.
Suured grupid (turismigrupid, kooligrupid)	Tarbib eelkõige ajaloo- ja kultuurpärandi toodet, ei kombineeri teiste toodetega	eripärad: rootsi vanemaealised külastajad on huvitatud eestirootsi kultuuriga tutvumisest; venelased on huvitatud tsaarikultuuriga tutvumisest, sakslased on huvitatud baltisaksa	Segmenti iseloomustab vähene fookuseeritud huvi. Suure grupiga reisijad. Kasutavad vahendajaid, kes organiseerib kogu reisi. Nad ostavad valmispaketi vahendajalt. Piiratud ajagraafik külastusteks. Tarbivad giiditeenust. Üldjuhul ühepäevane külastus ja ei pruugi ööbida Läänemaal.  Siia alla kuuluvad ka kruisituristide grupid. Armastavad osta suveniire. Maksejõulisemad. Oluline tugiteenuste kvaliteet.	Info läbi reisikorraldajate ja seotud organisatsioonide; Internetist.

		kultuuriga tutvumisest.		
<b>Looduspuhkuse toode</b>				
<b>Siseturist</b>				
Üldhuvidega külastaja (pered, turismigrupid)	Tarbivad eelkõige looduspuhkuse toodet, lisaks ka ajaloo ja kultuuripärandi toodet ja aktiivse puhkuse toodet; eelkõige loodusretked ja omal käel looduses jalutamine	95% loodusturistidest	Eesti	<p>Infot saavad veebist, meedia vahendusel (tutvustavad telesaated, ajakirjandus), info läbi laste koolidest, lasteaedadest, huvikoolidest. Suusõnalisel teel. Koolid saavad infot otsepostituste kaudu, veebist, erialase ajakirjanduse kaudu (nt reklaam Õpetajate Lehes). Organisatsioonid saavad infot põhiliselt veebist ja otsepostituste kaudu. Seminari- ja konverentsituristid saavad infot seminarikorraldus-firmade ja seminari korraldamise kohtade kaudu ning veebist.</p>

Erihuvidega külastaja (spetsialistid)	Tarbivad ainult loodusturismi teenuseid	5% Eesti loodusturistidest	Väikesed grupeeringud (linnuvaatlejad, kalamehed). Eestis koondunud ühingutesse ja turismikorraldajate teenuseid tarbivad väga vähe.	Infot saavad seotud organisatsioonide kaudu (nt ülikoolid, loodusringid jne), erialasest (aja)kirjandusest ning veebist.
<b>Väliturist</b>				
Üldhuvidega külastaja (pered, turismigrupid)	Tarbivad loodusturismi toodet kombineerituna teiste toodetega	Heaoluriigid Euroopast; Inglismaa, Holland, Saksamaa, Taani, Prantsusmaa; vähemal määral ka Belgia ja Šveits, USA; Saksamaalt on kliente raskem saada, neil endalgi loodust; samuti on raske reise pakkuda Soome ja Rootsi	Hooajaline turist. Käitub üldjoontes nagu kultuuri- ja ajaloopärandi toote tarbija. Kasutavad giidide teenuseid. Suurtel gruppidel piiratud ajakasutus, väikestel gruppidel planeeritud marsruudid.	Infot saavad veebist, reiskorraldajatelt, reisiajakirjadest, infobrošüüridest.
Erihuvidega külastaja (spetsialistid)	Tarbivad ainult loodusturismi teenuseid		Tarbivad loodust kui toodet/ kui väärtust omaette. Eelistab pigem omaette olekut. Liiguvad pigem väikeses grupis. Otsivad vaikust ja rahu. Hooajaline turist. Valmisolek tasuda hästi tervikliku tootepaketi, elamuse ja mugavuse eest.	Infot saavad seotud organisatsioonide, erialase (aja)kirjanduse ja veebi kaudu.
<b>Lõögastus- ja raviturismi toode</b>				
<b>Siseturist</b>				
Lõögastus- ja raviklient	Tarbivad eelkõige tervise- ja lõögastustoodet. Kombineerivad		Õöbib SPA hotellides ja tarbib SPA-de teenust. Käib iseseisvalt linnas ringi (eelkõige Haapsalus), üldjoontes reisib kahekesi või väikestes grupeeringutes. Otsib lõögastust, vaikust, merd, miljööd, turvalisust, privaatsust või	Infot saavad raviastutustest ja veebist. Infot saavad veebist, tuttavatelt suusõnaliselt, samuti

	tooteid.		ravi. Tarbivad väljatöötatud pakette ja peatuvad vähemalt 2 ööd kuni nädal.	meedia vahendusel (reisisaated, telereklaamid, kirjutav meedia).
Korporatiivklieent, töökollektiivid	Tarbivad eelkõige tervise- ja lõõgastustoodet.		Tarbivad antud paketti eraldiseisvalt või pärast tööseminare. Ei kombineeri tooteid. Viibivad SPA-hotellides. Viibivad 2-3 päeva.	Organisatsioonid saavad infot põhiliselt veebist ja otsepostituste kaudu. Seminari- ja konverentsituristid saavad infot seminarikorraldus-firmade ja seminari korraldamise kohtade kaudu ning veebist.
Pered ja sõpruskonnad puhkuseel	Tarbivad eelkõige tervise- ja lõõgastustoodet. Kombineerivad tooteid.		Ööbib SPA-hotellides või väiksemates majutusasutustes. Otsib lõõgastust, vaikust, merd, miljööd. Suures osas ka rannapuhkajad. Nädalavahetuse puhkajad.	Infot saavad veebist, tuttavatelt suusõnaliselt, samuti meedia vahendusel (reisisaated, telereklaamid, kirjutav meedia).
<b>Väliturist</b>				
Lõõgastus-raviklient	Tarbivad eelkõige tervise- ja lõõgastustoodet. Kombineerivad tooteid vähesel määral, kui pakutakse spa	Soome, Rootsi, Norra, Venemaa, Saksamaa, Läti, Leedu; uued turud: Holland, Inglismaa, Taani	Ööbib SPA-hotellides. Tarbivad pakutud teenuseid. Peatuvad nädal kuni 2. Läänemaa SPAd tuntud kui hea hinna ja kvaliteedi suhtega teenusepakujad. Otsivad kvaliteeti ja turvalisust. Peatuvad pikalt, 7-14 päeva.	Infot saavad veebist, reisirakordajatelt, reisiajakirjadest, infobrošüüridest. Raviasutustest.

	poolt välja			
Pered ja sõpruskonnad puhkusel	Tarbivad eelkõige tervise- ja lõõgastustoodet. Kombineerivad tooteid.		Peatuvad SPA-hotellides, aga lisaks SPAde teenustele tarbivad ka teisi teenuseid (nt rannapuhkus).	Infot saavad veebist, reisikorraldajatelt, reisiajakirjadest, infobrošüüridest.
Erihuvidega grupid	Näiteks taastusravi klient		Eelkõige ravipatsiendid.	Info saavad veebist otse teenusepakkujalt või kodumaiste partnerite kaudu.
<b>Aktiivse puhkuse toode</b>				
<b>Siseturist</b>				
Aktiivse puhkuse harrastajad ja spordiürituste külastajad/ pealtvaatajad	Läänemaad külastav turist, kes tuleb eesmärgiga aktiivselt aega veeta. Vähesel määral kombineerib ka		Üldjoontes reisivad väikeste gruppidenä (pered, sõpruskonnad, töökollektiivid). Tarbivad kas konkreetselt oma püsivat hobi või harrastust või kogevad uusi tegevusi. Üldjoontes nädalalõpu puhkajad.  Pered langetavad otsuseid pigem lastest lähtuvalt. Otsivad turvalisi, aga huvitavaid	Infot saavad veebist (visitestonia.com, maakondade veebilehtedelt jne), tuttavatelt suusõnaliselt, laste kaudu koolidest, lasteaedadest, huviringidest; samuti

	teiste toodetega.		<p>tegevusi. Sõpruskonnad otsivad pigem väljakutseid ja ekstreemsusi.</p> <p>Gruppide (kooligrupid, töökollektiivid) liikumisgraafik on ajaliselt piiratud, seega saavad tarbida kiiresti läbitavaid ja lihtsate erivahenditega läbitavaid tegevusi.</p>	<p>meedia vahendusel (reisisaated, telereklaamid, kirjutav meedia). Koolid saavad infot otsepostituste kaudu, veebist, erialase ajakirjanduse kaudu (nt reklaam Õpetajate Lehes).</p> <p>Organisatsioonid saavad infot põhiliselt veebist ja otsepostituste kaudu. Seminari- ja konverentsituristid saavad infot seminarikorraldus-firmade ja seminari korraldamise kohtade kaudu ning veebist.</p>
Sportlased ja muud spetsiifiliste huvidega külastajad	Tarbivad pigem ainult oma konkreetse huvi või hobiga seotud teenuseid.		<p>Tarbivad konkreetselt oma püsivat hobi või harrastust (golf, surfamine ning muud sarnased) ning tulevad piirkonda võistlema või treenima. Liiguvad kas koos perede või spordiseltskonnaga.</p> <p>Tarbivad kõik oma erialaseid turunduskanaleid (erialamessid, ajakirjad, organisatsioonid).</p>	<p>Saavad infot seotud organisatsioonide kaudu (nt spordiklubid, jahiklubid), veebist ning meedia vahendusel.</p>
<b>Väliturist</b>				

Turistid	Tarbivad antud toodet teiste toodete kõrvalt.	Eesti, Soome, Läti, Saksamaa, Venemaa, Rootsi	Pered, sõpruskonnad, korporatiivklient. Lastega reisivad pered langetavad otsuseid üldjoontes laste huvidest lähtuvalt.  Grupituristide ajagraafikud on üldjoontes piiratud, seega saavad tarbida kiiresti läbitavaid tegevusi, mis ei nõua väga spetsiifilisi vahendeid.	Infot saavad veebist, reisikorraldajatelt, reisiajakirjadest, infobrošüüridest.
Sportlased ja muud spetsiifiliste huvidega külastajad	Tarbivad pigem ainult oma konkreetse huvi või hobiga seotud teenuseid.	Nt Läti kalamehed	Tarbivad konkreetselt oma püsivat hobi või harrastust ning tulevad piirkonda võistlema või treenima. Liiguvad kas koos perede või spordiseltskonnaga.  Tarbivad kõik oma erialaseid turunduskanaleid (erialamessid, ajakirjad, organisatsioonid).  Eeldavad kvaliteetseid tugiteenuseid.	Infot saavad seotud organisatsioonidelt (nt spordiklubid) ja veebist.
<b>Sündmuste toode</b>				
<b>Siseturist</b>				
Turistid ja külastajad	Tulevad üritust jälgima, kuid võivad tarbida ka teisi tooteid		Pered, sõpruskonnad, töökollektiivid, üksikuturistid jne. Eesmärgiks vaba aja veetmine üritusel. Nii suve kui ka madalhooaja sündmuste külastajad. Üldjoontes ei õobi ja tulevad vaid üritusele. Võivad üritusele eelneval või järgneval ajal ka teisi tooteid tarbida.	Kultuurilist, Läänemaa portaali, Laanemaa.ee, „Lääne Elu“, Plakatid, FB, kodulehed, klipid teles ja raadios, Terevisioon, ERR Läänemaa
Spetsiifiliste huvidega ürituste külastajad või üritustel osalejad	Üldjoontes tulevad üritusele, vähesel määral kombineerivad		Spordivõistlustel osalejad/ vaatajad, kultuurisündmustel osalejad/ vaatajad; ka korporatiivkliendid (suvepäevad) ja eraüritused (pulmad). Tulevad piirkonda spetsiaalselt üritusele. Viibivad piirkonnas maksimaalselt 2	korrespondent, Pärnu kohalikud uudised, ERR, Ajakirjandus.ee listid;

	teiste toodetega		ööd.  Korporatiivüritused: Oluline on ürituse toimumise koha kvaliteet, olemasolu jne. Otsustamine on pigem objektispetsiifiline. Valik konkurentide seast tehakse erinevate lisavõimaluste (eristumise) olemasolu põhjal. Tähtis on koha poolt pakutavate teenuste olemasolu, seejärel vaadatakse alles teenuste ja huviväärsuste olemasolu regioonis. Lõpptarbija korraldab üldjuhul ise, tõusev trend on vahendaja/organiseerija kasutamine. Kliendid teevad koolitusi, seminare, suve- ja talvapäevi, preemiareise.	
<b>Väliturist</b>				
Turistid	Tarbivad antud toodet teiste toodete kõrvalt	Eelkõige lähiriikide külastajad	Pered, sõpruskonnad, töökollektiivid, üksikuturistid jne. Üldjoontes viibivad piirkonnas kui kultuurituristid ning muu seas külastavad ka toimuvaid üritusi.	Reeglina saavad infot kohal olles infobrožüüridest ja kuulutustelt, plakatitelt.  Eestiseselt saavad informatsiooni Turismiinfopunktidest ja infobrožüüridest.  Info saadaval ka internetis.



Spetsiifiliste huvidega ürituste küllastajad või üritustel osalejad	Üldjoontes tulevad üritusele, vähesel määral kombineerivad teiste toodetega		Spordivõistlustel osalejad/ vaatajad, kultuurisündmustel osalejad/ vaatajad;	Saavad infot näiteks spordiklubide või huvialaliitude kaudu. Info eelkõige internetist.
---	---	--	--	---



## 2.5 Tootepõhised strateegilised eesmärgid

### 2.5.1 Strateegilised põhimõtted

1. Läänemaa turismi arendamisel lähtutakse tootepõhise turismiarenduse põhimõtetest (loodusturismi toode, aktiivse puhkuse toode, tervise- ja lõõgastusturismi toode, sündmuste toode, ajaloo- ja kultuuriturismi toode)
2. Läänemaa turismi arendamisel suunatakse tegevusi loodud maine ja kuvandi tugevdamisele ning ühtse sõnumi levitamisele.
3. Läänemaa turismi arendamisel suunatakse jätkuvalt ressursse ligipääsetavuse parandamisele (nt buss Vormsile)
4. Parimate turismitoodete ja teenuste pakkumiseks arendatakse koostööd ettevõtjate ja turismiarendajate vahel tootearenduses ja turunduses. Turunduses suunatakse tegevusi valitud sihtgruppidele.
5. Välituristide toomiseks piirkonda luuakse uusi koostöösuhteid sihtriikides (reisikorraldajad, turismiarendajad)
6. Läänemaa turismitoodete atraktiivsuse tõstmiseks ja kliendisõbralikkuse kasvatamiseks luuakse erinevaid tootepakette ja külastusmarsruute. Tootearrenduses kasutatakse maakonna põhilisi tugevusi, nagu näiteks meri ja rannarootsi kultuur. Samuti keskendutakse madalhooaja toodete edasiarendamisele.
7. Parima elamuse pakkumiseks tõstetakse piirkonnas teeninduskvaliteeti.
8. Külastajatele adekvaatseima info edastamiseks arendatakse edasi turismialase info kogumise ja jagamise süsteem



## 2.5.2 Eesmärgid

Tabel 3. Üldeesmärgid

Üldised eesmärgid	2012	2013	2014
<p>Läänemaal majutatakse vähemalt 66 000 inimest (statistikaameti andmetel), kellest 45% on välituristid ja 55% siseturistid.</p> <p>2010.aastal majutus Statistikaameti andmetel 64 373 inimest. Suurim oli majutatute arv 2007.aastal (üle 70 000 inimese). Mobiilpositsioneerimise uuringu andmetel toimus 2010.aastal Läänemaal 162 000 väliskülastust ning 678 334 sisekülastust.</p>		<p>Läänemaal majutatakse 68 000 külastajat, kasv 2000 majutatu võrra. Majutatute kasvu eeldatakse spaade külastatavuse kasvu ning sündmuste toimumise arvelt.</p>	<p>Läänemaal majutatakse 70 000 külastajat</p>
<p>Läänemaa välituristide külastamine jaguneb sihtriikide kaupa järgnevalt: soomlased 77,5%, venelased 1,9%, sakslased 4,6%, rootslased 5,2%, lätlased 2,9% ja muu 7,9% (Statistikaameti andmetel).</p> <p>Mobiilpositsioneerimise uuringu</p>		<p>Suurenenud on rootslaste külastatavus 1% ja venelaste külastatavus 1% (analüüsi aluseks on Statistikaameti prognoos)</p>	<p>Suurenenud on lätlaste külastatavus 1%, venelaste külastatavus 1% ja rootslaste külastatavus 1%</p>

alusel jaotuvad sihtriikide külastused järgnevalt: Soome 58%, Venemaa 3%, Läti 4%, Rootsi 8%, Saksamaa 4%.		
Läänemaa keskmine külastuse kestvus on 1,9 päeva (Statistikaameti andmetel). Mobiilpositsioneerimise uuringu alusel on keskmiseks peatumise pikkuseks 1,3 päeva.	Läänemaa keskmine külastuse kestvus on 2,0 päeva (Statistikaameti andmetele tuginedes)	Läänemaa keskmine külastuse kestvus on 2,1 päeva
Kohalikud elanikud ja ettevõtjad on teadlikud turismisektori arengutest	Kohalik elanikkond ja ettevõtjad on teadlikud turismisektori arengutest ja on positiivselt meelestatud, mõistes ühiskonnale toodavat kasu turismi arengust. Kasvanud on koostöövalmidus (nt on kohalikud elanikud valmis turistide tõrjumise asemel neid suunama)	Kohalikud elanikud ja ettevõtjad on aktiivselt kaasatud turismi arengusse; kohaliku elu liidrid on innustatud arendustegevustes kaasalöömisest. Omavalitsused panustavad kohalike ettevõtjate ja kodanike teadlikkuse tõstmisse.
On loodud süsteem ja leitud ressursid turismi arenguks vajalike alusuuringute tegemiseks.	On olemas statistiline alusmaterjal turundus- ja arendustegevuse edasiseks täpsemaks planeerimiseks.	Uuringuid koostatakse süsteemselt ja alusandmeid analüüsitakse süsteemselt ja järjepidevalt; Jätkatakse mobiilpositsioneerimise põhiste uuringute koostamist ja kasutamist alusandmetena.

<p>On loodud süsteem ja teavitatud ettevõtjaid, teenusepakkujaid ja turismiarendajaid turismialase info süsteemse ja järjepideva edastamise osas. Teavitussüsteem toimub kaheasuunaliselt.</p>	<p>Turismiasjalised ja ettevõtjad on teadlikud turismiinfo edastamise süsteemist ja järgivad seda plaanipäraselt.</p>	<p>Turismiinfo on süstematiseeritud ning alati uuendatud, adekvaatne ja lihtsasti kättesaadav</p>
<p>Koostöös suuremate ettevõtjate ja turismiarendajatega on väljatöötatud ühised märksõnad maakonna (piirkonna) tutvustamiseks ja maine kujundamiseks.</p>	<p>On koostatud mudel maine hindamiseks. Mudelit on testitud ja esmased tulemused mainekujunduse osas on olemas</p> <p>Mainekujunduse mõju ja hinnanguid jälgitakse süsteemselt ning vastavalt hinnangutele viiakse sisse täiendusi ja arendustegevusi.</p>	<p>Läänemaa maine turismisihtkohana on mõõdetud ning tulemused on paranenud vastavalt esialgsetele hinnangutele.</p>
<p>Läänemaad ja saari teadvustatakse ühtse turismipiirkonnana.</p>	<p>Lääne-Eestit teatakse välisturgudel, kui mitmekesiste võimalustega turismipiirkonda.</p>	<p>Lääne-Eestit teatakse välisturgudel, kui mitmekesiste võimalustega turismipiirkonda.</p>
<p>Jätkatakse turundustegevusi maakonnast läbisõitvatele turistidele atraktiivsete teenuste pakkumisel.</p>	<p>Läänemaale sisenemine ja väljumine on selgelt ning erinäoliselt eristatud, korrastatud ja täiendatud on senist info jagamise süsteemi.</p>	

<p>Siseturistid on teadvustanud Läänemaa asukoha</p>	<p>Maakond on turistide sihtregioonina liikumas Eesti esimese viie hulka. Siseturistide ööbimiste arv on kasvanud 2%.</p>	<p>Maakond on turistide sihtregioonina liikumas Eesti esimese viie hulka. Siseturistide ööbimiste arv on kasvanud 2%.</p>
<p>On välja töötatud arenguplaan giidide järelkasvu saamiseks Läänemaal. Läänemaa noortele on tutvustatud giidide põnevat ametit. Giiditeenuseid turundatakse aktiivsemalt.</p>	<p>Atesteeritud ja hea keeleoskusega giidide hulk Läänemaal on kasvanud vähemalt 1 giidi võrra</p>	<p>Atesteeritud ja hea keeleoskusega giidide hulk Läänemaal on kasvanud vähemalt 2 giidi võrra</p>
<p>Jätkuvalt panustatakse Läänemaa turismiteenuste ligipääsetavuse parandamisele. Alustatud on jalgrattamarsruutide väljatöötamisega. Ettevõtjatele on tehtud ettepanekuid karavanituristidele vajaliku infrastruktuuri rajamise osas.</p>	<p>On loodud uued jalgrattamarsruudid Läänemaale. On loodud uued võimalused karavanituristidele peatumiseks.</p>	
<p>Maakonna turismiinfokaardid on uuendatud. Loodud on uued digitaalsed lahendused turismiteenuste kättesaadavuse parandamiseks (GPS koordinaadid turismiobjektidel, turismiobjektid Google Maps's jne). Samuti on uuendatud Läänemaa turismiinfo edastamise süsteemi</p>	<p>Läänemaa turismiinfo on adekvaatne ja hästi kättesaadav. Reisisihtkohtade ja tegevuste valikul on Läänemaa pakutavad teenused veebikeskkonnas hästi presenteeritud.</p>	

(otsingusõnad, veebikeskkonnad)		
---------------------------------	--	--

Tabel 4. Kultuuri- ja ajaloopärandi toote eesmärgid

Toode 1 Kultuuri- ja ajaloopärandi toode		
2012	2013	2014
Läänemaa kultuuri- ja ajaloopärandi toote komponente arendatakse edasi ning toote komponendid on sise- ja välituristile eristatavad ja tuntud	Haapsalust väljas asuvatel kultuuri- ja ajaloo-objektide tundus on oluliselt tõusnud ning maakonna kultuuri- ja ajaloo objektide külastatavus on kasvanud.  Paranenud on turismiteenuste ja -objektide ligipääsetavus ning tutvustava info olemasolu ja kvaliteet.	Olulisemate maakondlike kultuuriobjektide ümbrus on korrastatud ning objektid on varustatud viitadega ning infotahvlitega.
Välja on töötatud arendusplaanid seni alakasutatud ressurssidele (mereteema, kirikud jne). Koondatud	Läänemaa kultuuri- ja ajalooturismi toode on täienenud uute teenuste ja	Läänemaa tuntus mereturismi sihtkohana on kasvanud. Alus on pandud ajalooliste laevade



on Läänemaa lood ja legendid ning integreeritud lugusid tootepakettidesse.	teenusepakettidega.	ehitamise traditsiooni tutvustava keskuse loomisele.
Läänemaa tuntus eestirootsi kultuuri ja pärandi asukohana on kasvanud.	Koos eestirootsi kultuuri tuntuse kasvuga on kasvanud ka kohaliku toidukultuuri tuntus. Siseturist on teadlik Läänemaa toitumise eripärast.	
	Läänemaa militaarobjektide tutvustamiseks on väljatöötatud arenguplaan.	Läänemaa militaarobjektid on osaliselt külastajatele vaatlemiseks korrastatud ja avatud.
Läänemaa ajaloo- ja kultuuriturismi toote turundamisel lähtutakse sihtriikide ja sihtgruppide huvidest ja vajadustest ning Lääne-Eesti turismiorganisatsiooni kokkulepetest.	Ettevõtjad, omavalitsused ja turismiarendus-organisatsioonid tegelevad koostöös ühisturundusega.	



Tabel 5. Looduspuhkuse toote eesmärgid

Toode 2 Looduspuhkuse toode		
2012	2013	2014
Läänemaad tuntakse Euroopas ühe parima linnuvaatluskohana. Aastas viiakse läbi vähemalt 30 linnuvaatlusreisi. Kasvab huvi loodusmatkade ja linnusvaatlusreiside vastu nii reisisaatjaga kui ka omal käel (TIK päringute alusel).	Läänemaad tuntakse Euroopas ühe parima linnuvaatluskohana. Aastas viiakse läbi vähemalt 40 linnuvaatlusreisi. Kasvanud on Haapsalu linna tuntus linnuvaatluspaigana.	Läänemaad tuntakse Euroopas ühe parima linnuvaatluskohana. Aastas viiakse läbi vähemalt 50 linnuvaatlusreisi
Läänemaad tuntakse turistide hulgas hoitud ja väärtustatud loodusega turismisihtkohana.	Läänemaad tuntakse turistide hulgas hoitud ja väärtustatud loodusega turismisihtkohana.	Loodusturismi nautimiseks vajalik infrastruktuur on kaardistatud ja ühendatud tervikuks (kaardid, liikumisrajad, viidad, vaatlustornid).
On kirjeldatud Läänemaa loodusturismi piirangud ja võimalused ning antud info on teada ka külastajatele;	Täienenud on Läänemaa loodusturismi teenuse pakujate hulk ning pakutavate teenuste valik (reisikorraldajad, loodusgiidid, olemasolevate teenusepakujate teenuse-portfelli laiendamine).	Läänemaa loodusgiidid on hinnatud. Ka Põhja-Läänemaal pakutakse loodus-turismi teenuseid. Reisikorraldajad on teadlikud Läänemaa loodusturismi ressurssidest.
Loodusturistide ja looduses liikujate, loodusobjektide külastajate hulk on suurenenud (vastavalt RMK külastajate uuringutele). Suurenenud	Lääne-Eesti loodusturismi võimalusi turundatakse ühiselt.	

on spetsiifiliste loodusretkede tellijate arv.		
--	--	--

Tabel 6. Tervise- ja lõõgastusturismi toote eesmärgid

Toode 3 Tervise- ja lõõgastusturismi toode		
2012	2013	2014
	Tervise- ja lõõgastusturismi toote tarbijate hulgaks on kasvanud teadlikkus lisaks spaadele ka teistest Läänemaa turismitoodetest. Turistid on huvitatud erinevate toodete kombineerimisest.	Tervise- ja lõõgastusturismi tarbimise võimalused on laienenud (uued teenused ja teenuspaketid).
Ajalooline kuurortlinn Haapsalu on tuntud valitud sihtturgudel kui Eesti kvaliteetseimat tervise parandamis- ja hoidmisteenusust pakkuv sihtkoht.		



	<p>On parandatud üldist teeninduskvaliteeti ning arendatud kliendile orienteeritust.</p> <p>Terviseteenuste meditsiiniline tõendus põhjus on suurenenud. On alustatud aktiivselterviseteenuste kompetentsikeskuse väljatöötamisega.</p>	<p>Tervise- ja lõõgastusturistid on hinnanud toote kvaliteeti 5-pallisel skaalal hindegga 5-</p>
	<p>Säilitatakse olemasolevat (tugevat) positsiooni välisturgudel.</p>	<p>Läänemaa tervisetoodet tutvustatakse ka uutel sihtturgudel (nt Holland)</p>
	<p>Turgu on täiustatud uute toodete ja teenustega. Tervise- ja lõõgastusturismi toodet toetavat infrastruktuuri arendatakse järjepidevalt (liikumisrajad, linnakeskkond).</p> <p>Alustatakse terviseedendamise turismi toetavate teenuste arendamist (nt hambaarsti teenus, hooldusravi)</p>	<p>Tervise- ja lõõgastusturismi tooteid pakutakse aktiivselt ka mujal maakonnas (terviselaagrid)</p>



Tabel 7. Aktiivse puhkuse toote eesmärgid

Toode 4 Aktiivse puhkuse toode		
2012	2013	2014
Turismiarendajate teadlikkus aktiivse puhkuse tootest kui tervikust ja ka tootekomponentidest on kasvanud. Teenusepakkujaid kaasatakse toote arendamisse ja koostöövõrgustiku loomisesse. Aktiivse puhkuse toodet puudutav info on adekvaatne ja kõigile osapooltele kättesaadav.	Järk-järgult on alustatud toote info süsteemselt edastama ka sihtgruppidele.	Sihtgrupid on teadvustanud Läänemaa peamisi aktiivse puhkuse võimalusi (golf, surfi- ja mereturism, jahiturism, kalandus jne.)
Läänemaa tuntakse Eesti ühe parima surfi- ja kasvava mereturismi piirkonnana (head looduslikud tingimused, toetav infrastruktuur, asukoht). On suurenenud meresporti ja -turismiürituste ning sadamate külastatavus.	Läänemaa tuntakse ühe Eesti parima surfi- ja kasvava mereturismi piirkonnana. Suurenenud on meresporti ja -turismiürituste ning sadamate külastatavus.	
Kaardistatud on aktiivse puhkuse teenuste pakkumise kohad ja ressursid.	On loodud paindlikud lahendused külastajale aktiivse puhkuse vahendite kasutamiseks ja laenuamiseks.	Maakonnas on arenenud nii sise- kui välitingimustes aktiivse puhkuse harrastamise võimalused. Aktiivse tegevuse objektid on hästi märgistatud

		ja viidastatud. Aktiivse puhkuse teenuste info on sihtrühmadele kättesaadav ja kommunikeeritud.
	Läänemaa kui lapsesõbralikku keskkonda arendatakse järjepidevalt edasi. Loodud on eakohaseid spordi-, seiklus- ja mänguplatse ka suurematele (kooliealistele) lastele ja noortele	

Tabel 8. Sündmuste toote eesmärgid

Toode 5 Sündmused		
2012	2013	2014
Olemasolevate ürituste läbiviimise kvaliteet on tõusnud. Edasi on arendatud Valge Daami etendust.	Olemasolevate ürituste läbiviimise kvaliteet on tõusnud. Kasvanud on ürituste küllastajate rahulolu.	



Kasvanud on ürituste küllastajate rahulolu		
	Sündmuste arendamisel on rõhuasetus seatud rahvusvahelisusele. Sündmuste planeerimisel otsitakse võimalusi välisküllastajate/ esinejate toomiseks Läänemaale.	Läänemaal toimuvad rahvusvaheliselt tunnustatud spordivõistlused (1 suur ja 2 väiksemat rahvusvahelist spordivõistlust aastas)
Läänemaa on Eesti organisatsioonide hulgas populaarne sündmuste ja seminaride korraldamise koht (Roosta, spaad).  Sündmuste korraldamise info (sh sünnipäevad, pulmad) on huvilistele lihtsasti kättesaadav.	Jätkuvalt korraldatakse Läänemaal eratarbijate sündmusi. Püsiklientide arv on kasvanud.	Läänemaa on organisatsioonide seas tuntud sihtkoht, kus on sobivad võimalused nii töisteks kokkusaamisteks kui ka puhkamiseks. Tooteid pakutakse koostöös meelelahutus-, spordi- ja üritusturundusettevõtetega.
Läänemaale on juurde loodud 1 uus madalhooaega täiendav traditsiooniline sündmus, mille küllastajate arv on vähemalt 300 inimest.	Läänemaale on juurde loodud 1 uus madalhooaega täiendav traditsiooniline sündmus, mille küllastajate arv on vähemalt 300 inimest.  Pikendatud on vähemalt ühe traditsioonilise ürituse toimumise kestvust.	Läänemaale on juurde loodud 1 uus madalhooaega täiendav traditsiooniline sündmus, mille küllastajate arv on vähemalt 300 inimest.  Pikendatud on vähemalt ühe traditsioonilise ürituse toimumise kestvust.

<p>Hea koostöö sündmuste kalendri (kultuuriürituste ja spordiürituste) koostajate vahel. Info on aegsasti koondatud.</p>	<p>Sündmuste korraldamine ja planeerimine toimub süsteemselt ja koostöös erinevate osapooltega. Sündmuste info on adekvaatne ja aegsasti kättesaadav.</p>	
<p>Jätakuvalt korraldatakse ja arendatakse loomevaldkonna sündmusi (nt klaasipäevad, maalilaagrid, õpitoad).</p> <p>Kaardistatud on kõik loomeamajanduse teenused ning vastav info on lihtsasti kättesaadav Läänemaa külastajatele.</p>	<p>Loomemajanduse ettevõtjad on kaasatud turismi kavandamisse ja sündmuste korraldusse</p>	<p>Loomemajanduse ettevõtjad on kaasatud turismi kavandamisse ja sündmuste korraldusse</p>



## 2.6 Konkurentsianalüüs

### 2.6.1 Konkurendid siseturul

Läänemaa konkureerib Lääne-Eesti ja saarte regiooni koosseisus teiste Eesti piirkondadega (Lõuna-Eesti, Virumaa, Tallinn). Lääne-Eestis konkureerib Läänemaa otseselt eelkõige Pärnumaaga ja Saaremaaga.

Pärnu linn on üks populaarsemaid sihtkohti Eestis nii sise- kui välisturistile. Kuurortlinnana on Pärnul väga hea maine ja seda ka rahvusvahelisel tasandil (eelkõige muidugi Soomes) ning kui kuurort, on ta Haapsalule otsene konkurent. Pärnus on Läänemaast ja Haapsalust rohkem ajaveetmisvõimalusi ning üritusi (seda eriti suvisel ajal) ja seal on arenenud SPA-turism. Läänemaa eelised Pärnumaa ees on loodus- ja ajaloolis-kultuuriliste objektide näol (Matsalu laht, Lihula linnus, Koluvere loss jne).

Saaremaa on nii sise- kui välisturistide hulgas väga hea mainega ja tuntud puhkamiskoht. Saaremaal on turismisihtkohtade seas tugev positsioon – seal on rikkalik kultuuri- ja ajaloopärand, saarel on kaunis loodus, toimub mitmeid (kultuuri)üritusi ja on olemas võimalused aktiivse puhkuse veetmiseks. Samuti on Saaremaal atraktiivsed SPA-hotellid. Saaremaa puuduseks võrreldes Läänemaaga on tema kaugus Tallinnast, kuid samas on seal parem transpordiühendus sihtturgudega (lennuliinid).

Seega pakuvad nii Pärnu linn kui Saaremaa Läänemaale väga tugevat konkurentsi, samuti konkureerib Läänemaa Hiiumaaga (eelkõige looduspuhkuse toote osas), kuid viimasega (nagu ka Pärnumaa ja Saaremaaga) on oluline arendada partnerlust, et välissihhturgudel ühtse piirkonnana edukamad olla.

Eestiseselt pakuvad Lääne-Eesti sihtkohale Läänemaale konkurentsi ka Lõuna-Eesti maakonnad, Tallinn ja Harjumaa ning Lääne- ja Ida-Virumaa.

Lõuna-Eesti tugevusteks on kaunis loodus (kuppelmaastik, järved) ja eripärane kultuuripärand (setud). Lõuna-Eestis tõusevad esile Tartu linn, mis on tuntud ülikoolilinnana ja kultuurikeskusena ning seal on ka olemas võimalused konverentside korraldamiseks. Tartu teatud eeliseks on ka Lõuna-Eesti n.ö väravaks olemine ja tugeva tõmbekeskusena saab Tartu seda aspekti ka ära kasutada (peatumiskoht, kus on olemas ööbimis- ja toitlustusvõimalused jne). Tartu nõrkuseks võrreldes Läänemaaga on SPA-hotellide vähesus. Samas on tervise- ja lõõgastustoode olemas Otepääl, mis on Tartule üsna lähedal. Seal on ka väga head võimalused aktiivseks puhkuseks, mis on eriti tugevaks eeliseks talvehooajal. Lõuna-Eesti üheks atraktiivseks piirkonnaks on kindlasti ka Setumaa. Teatud määral konkureerib Läänemaa ka Viljandimaaga, mille maine turismi sihtkohana järjest paraneb. Seal on olemas kena looduskeskkond ja ajaloolisi objekte, aktiivse puhkuse võimalused ja korraldatakse traditsioonilisi üritusi (eriti tuntud on Viljandi Pärimusmuusika Festival).

Lääne- ja Ida-Virumaad iseloomustab mitmekesiste turismitoodete olemasolu. Virumaaga seostuvad sellised märksõnad nagu mõisakompleksid, linnused (Rakvere,



Narva, Purtse), Lahemaa rahvuspark, põhjarannik ja Ontika pank, sanatooriumid Narva-Jõesuus ja Toilas, puhkepiirkonnad Käsmu ja Võsu, Kohtla kaevanduspark, kultuurikeskused (Rakvere Teater, Jõhvi kontserdimaja) ja –üritused (nt Baltoscandal) jne. Virumaa eelisteks on veel piirnevus Venemaaga, hea ühendus suuremate keskustega ja ka suhteline lähedus Tallinnale (nt kruisituristide jaoks on sõiduaeg Rakverre ja Palmsesse vastuvõetav). Seega on ka Virumaa turismiturul hea positsioon.

Konkurentide vaatlemisel ei saa mainimata jätta ka Tallinna. Tallinn on Eesti keskus, värv turistidele ja kõige tähtsam transpordisõlm. Tallinnal on turistide sihtkohana väga tugev positsioon ja ülejäänud Eesti turismiosaliste jaoks on läbi aastate olnud võtmeküsimuseks see, et kuidas meelitada (eelkõige välismaalastest) turiste Tallinnast välja teistesse Eesti sihtkohtadesse.

## 2.6.2 Konkurendid välisturul

Rahvusvahelisel tasandil konkureerib Läänemaa Balti riikides ja Põhjamaades asuvate sihtkohtadega. Seda nii siseturismi kui ka välisturismi vaatevinklist.

2011.aasta esimeses pooles on jätkuvalt kasvanud reisimine Euroopasse. Majutuse täituvuse näitajad on parimad Ida-Euroopas ja Lääne-Euroopas, väiksem kasv on olnud Põhja- ja Lõuna- Euroopas. Majutuse täituvuse osas on enim kaotanud Aasia, Kesk-Ida ja Aafrika ning võitnud Ameerika ja Euroopa.

2011.aasta esimesel poolaastal on enim kasvanud väliskülastused Leetu (39,4% võrreldes 2010.aasta sama perioodiga), Lätisse (29,5%), Maltale (16,4%). Eesti paikneb antud pingereas neljandal kohal (16,3%). Majutusasutuste täituvus on enim kasvanud Islandil (23,6%), Eestis (18,6%) ning Leedus (18,3%). Seega 2011.aasta esimese poolaasta baasil on Eesti olnud suurimate kasvajate hulgas.

Tulemuste põhjal võib öelda, et Leedu on tugevdamas oma positsiooni turismimaastkul ning on üheks konkurendiks ka Eestile. Samas käsitletakse Eestit, Lätit ja Leedut siiki koostööpartneritena, kes piirkonna ühisturundusest võrdselt võidaksid.

Euroopa ühe rahvaarvult suurima riigi, Saksamaa, kodanikud on 2011.aasta esimesel poolaastal suurendanud oma reisimisi järgmistesse riikidesse: Montenegro, Eesti ja Leedu. Võrreldes teiste sihtriikidega on sakslaste peatumine suurenenud märgatavalt Leedus ja Montenegros. Samas on Hollandi elanike reisisihtkohtade eelistuses kasvanud enim just Eesti külastatavus, ka peatumine Eestis on pikenenud. Samuti on kasvanud Eesti külastatavus ka UK elanike hulgas.

Euroopast väljaspool olevad riigid on suurendanud oma reisisihtkohtade eelistusi alljärgnevalt:

USA elanike reisimine on enim kasvanud Leedusse. Eestisse saabujate arv on samuti suurenenud võrdselt Läti külastatavusega. Jaapani elanike reisimine on kasvanud Montenegrosse, Eestisse ja Slovakiasse.



Nii Balti- ja Põhjamaades kui ka teistel Lääneriikide sihtturgudel võib välja tuua palju tugevaid konkureerivaid sihtkohti, kuid kuna Läänemaa konkureerib välismaal eelkõige Eesti riigi osana, siis ei ole käesolevas dokumendis väliskonkurente eraldi ja pikemalt analüüsitud.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et Eesti on kriisijärgselt edukalt taastamas oma väliskülastusi, kuid konkurentidena Leedu, Läti ja teised Ida-Euroopa riigid tegutsemas külastajate toomisel sama edukalt.

Allikas: European Tourism 2011

## 2.7 Läänemaa turismistrateegia haakumine piirkonna teiste ning riiklike arengustrateegiatega

### Lääne Maakonna arengustrateegia 2011-2025

Tegevuskavas on prioriteetidena väljatoodud järgmised tegevused:

- Turismi arengupiirkondade arendamine (Marimetsa (Kullamaa tehisjärv, Lääne värav), Haapsalu, Rannarootsi, Matsalu)
- Haapsalu piiskopilinnuse restaureerimine ja arendamine
- Haapsalu sadamateede süvendamine
- Haapsalu raudteemuuseumi renoveerimine
- Laikmaa Majamuuseumikeskuse väljaarendamine
- Palivere Turismi- ja Tervisespordikeskuse rajamine
- Läänemaa kirikute renoveerimine võrgustikuna ja külastuskeskkonna rikastamine läbi pärandkultuuri
- Lihula mõisa ja linnusemäe väljaarendamine

Allikas: <http://tutvustaeestit.eas.ee/et/eesti-braend-ja-kasutusreeglid/vaeliskommunikatsioon/tutvusta-eestit/turism/>

### MTÜ Läänemaa Kodukant piirkonna strateegia

Üldeesmärk:

- Elukeskkonna parandamine
- Loodus- ja kultuuriressursside parem kasutamine

Allikas:

[http://www.kklm.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=1470/KKLM\\_Strateegia.pdf](http://www.kklm.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=1470/KKLM_Strateegia.pdf)

### Läänemaa kalanduspiirkonna strateegia 2009-2015



Eesmärk: kalandusega seotud turismi arendamine ja rannakülade taaselustamine

Läänemaa kalanduspiirkonnas arenevad rannakülade traditsioonilised tegevused ja merendusega seotud turism teineteist toetades. Rannakalurid, ettevõtjad, külakogukonnad ja kohalikud omavalitsused teevad mitmekülgset koostööd Läänemaa kalanduspiirkonna võimaluste paremaks kasutamiseks ja selle väärtuste hoidmiseks.

Allikas:

<http://www.lrs.ee/files/LAANEMAA%20KALANDUSPIIRKONNA%20STRATEEGIA%20009%20-2015.pdf>

### Matsalu piirkonna turismi- ja puhkemajanduse arengukava aastateks 2008-2015 (MTÜ Terra Maritima)

Aastal 2015 on Matsalu piirkond tunnustatud looduspärandit hindavate Eesti elanike ja väliskülaliste poolt ühtse turismiruumina Eestis, kus on:

- püsima jäänud aastasadadega väljakujunenud asustus;
- säilinud puhas loodus ning pärandmaastikud;
- loodud mugav juurdepääs vaatamisväärsustele;
- arenenud turismiettevõtlus ja hea teeninduskultuur ning -kvaliteet;
- külastajad teretulnud;
- kohalikel hea elada.

Allikas: <http://www.terramaritima.ee/>

### Läänemaa ettevõtluse arengukava 2007-2013

Maakonnas tegutsevate FIEde hulk on Eesti keskmisest suurem. Ettevõtluskeskkond Läänemaal on hinnatud rahuldavaks. Haapsalul on tugev maine turismi- ja kuurortlinnana.

Ettevõtluse arengukava näeb ette Tallinn-Haapsalu-Rohuküla tee uuendamise, trassidele teeninduspunktide loomise, rannikuteede arendamise ning muhu ja mandri vahelise püsiühenduse loomise.

Allikas: <http://www.lmv.ee/index.php?id=27408>

### MTÜ Lääne-Eesti Turism tegutsemise raamdokument (2010-2015)

Raamdokumendi lähtealusteks on Riiklik turismiarenduskava 2007–2013 ja Lääne-Eesti maakondade turismiarenduskavad. Raamdokumendi koostamise algatas MTÜ Lääne-Eesti Turism (edaspidi LET) vajadusest analüüsida ja määratleda organisatsiooni strateegilisi tegevusi. Nimetatud tegevuste koostamise eelduseks oli regiooni turismiolukorra ja arenguvajaduste terviklik analüüs.



**Raamdokument toob välja maakondade turismisektori üldise analüüsi, erinevused ja ühisosad. Kirjeldab ära lähiaastate koostöökohad ning vajadused:**

- Ühine tootearendus;
- ühine turundus turgudel, kus on ei ole erihuvisid;
- ühised uuringud ja turismistatistika;
- Tõhusam koostöö EAS Turismiarenduskeskusega (sisend turismipoliitikasse).

Allikas: <http://www.westestonia.ee/organisatsioon.html>

### Turismi valdkonna turundusstrateegia

Turundusstrateegia keskendub Eesti mastaabis nelja turismitoote arendamisele: linnapuhkus, loodus, tervis ja kultuur.

Allikas: <http://tutvustaeestit.eas.ee/et/eesti-braend-ja-kasutusreeglid/vaeliskommunikatsioon/tutvusta-eestit/turism/>



## 2.8 Riskianalüüs

Tabel 9. Riskianalüüs

Väliskeskkonnast tulenevad riskid					
Risk/ kirjeldus	Realiseerumise tõenäosus	Mõju Läänemaa turismile	Vastutaja	Preventatiivsed tegevused	Korrektiivsed tegevused
Poliitilised tegurid					
<b>Muutuvad EL struktuurifondide vahendite kasutamise prioriteedid või saab otsa turismitoetusteks mõeldud raha</b>	Keskmine	Keskmine	MTÜ Läänemaa Turism; Haapsalu linnavalitsuse turismikorraldajad; maavalitsuse turismikorraldajad	<i>Käimasolevates programmides osalemine, konkurentsivõimeliste taotluste ettevalmistamine; programmide järjepidev jälgimine</i>	<i>Kontseptsiooni kohandamine uutele programmidele; turismiarenduseks vajalike ressursside leidmine teistest allikatest</i>
Majanduslikud tegurid					
<b>Teiste Eesti maakondade edukam turundustegevus</b>	Keskmine	Tugev	Arendusjuhid, Turundusjuhid, MTÜ Läänemaa Turism; turismiettevõtjad	Maakondliku ja regionaalse turundusprogrammi põhjalik ettevalmistus ning turundusstrateegia elluviimise põhjalik planeerimine, sh ühtse turundussõnumi levitamine; koostöö arendamine	Turundusstrateegia kohandamine ja uuendamine. Uute ja huvitavate ürituste korraldamine, ühisturunduse arendamine.

<b>Eesti majanduse halvenemine. Turismimajanduse kokkutõmbumine.</b>	Suur	Pigem tugev	Kõik turismiarendajad	<i>Eesti majanduse jälgimine, lisavahendite kindlustamine.</i>	<i>Kulude kärpimine, tagasitõmbumine. Arendustegevuste edasilükkamine.</i>
<b>Kiired muutused ehitusturul ja hindade planeeritust kiirem kasv</b>	Keskmine	Tugev	Arendusjuhid, Turundusjuhid, MTÜ Läänemaa turism	<i>Arengutrendide jälgimine, lisavahendite kindlustamine turumuutuste tarbeks, eelkokkulepete sõlmimine.</i>	<i>Reservallikate rakendamine, omavahendite osakaalu suurendamine.</i>
<b>Sotsiaalkultuurilised tegurid</b>					
<b>Huvi muuseumide külastamise vastu väheneb</b>	Väike	Tugev	Muuseumide turundusjuhid, arendusjuhid, MTÜ Läänemaa Turism	<i>Mitmekülgsete tegevusvõimaluste loomine. Teema hoidmine pidevalt aktuaalsena (meedia vahendusel).</i>	<i>Lähtuvalt turu muutustest püütakse toode võimalikult kiiresti ümber kohandada, säilitades siiski oma esialgne funktsioon.</i>
<b>Huvi SPA-turismi vastu väheneb</b>	Väike	Tugev	MTÜ Läänemaa Turism, SPA ettevõtete turundusspetsialistid	Turundus, hea kvaliteediga teenuse pakkumine	<i>All Inclusive paketid</i>
<b>Huvi kultuuriürituste vastu väheneb</b>	Väike	Tugev	MTÜ Läänemaa Turism, turundusspetsialistid	Korraldatakse üritusi väga erinevatele sihtgruppidele ning kaasatakse tuntud filmitegelasi, näitlejaid. Kohaliku niši kasutamine.	Erinevate ürituste korraldamine Läänemaal, uute ürituste korraldamine ja hooaja pikendamine.

<b>Kvalifitseeritud tööjõu puudus</b>	Keskmine	Pigem tugev	Haridusasutused	Luuakse head töötingimused. Täiustatakse personaliotsingu meetodeid. Hooajalistele töölistele luuakse võimalused paindlikuks tööajaks. Koolitatakse noori.	Kohalike elanike ja praeguste töötajate täiendav väljaõpe. Erialahariduse saanutele töökohad maakonnas
<b>Sisekeskkonnast tulenevad riskid</b>					
<b>Finantsvahenditest ei piisa projektide elluviimiseks</b>	Väike	Väga tugev	Arendusjuhid, Turundusjuhid, MTÜ Läänemaa Turism	<i>Riski maandamiseks on vajalik läbimõeldud ja põhjalikult planeeritud tegevuskava.</i>	<i>Korrigeeritakse tegevusplaane ning muudetakse kontseptsiooni lähtuvalt vajadusest. Täiendavate finantsvahendite kaasamine, omavahendite suurendamine.</i>
<b>Turismiteenuste pakkumisest tulenev sesoonsus</b>	Keskmine	Suur	Turismiettevõtjad, MTÜ Läänemaa Turism	Erinevate mittehooajaliste toodete ja tegevuste arendamine	
<b>Turismisektoris tegutsejate lahkumine maakonnast</b>	Väike	Väga tugev	MTÜ Läänemaa turism	Personalipoliitika ja tööõhkkonna loomine.	Uute töötajate leidmine.
<b>Tootearendus ei toimi</b>	Keskmine	Väike	MTÜ Läänemaa turism		<i>Toodete ümberorienteerimine</i>

## 2.9 Sotsiaalmajanduslik analüüs

Ühepäevakülastajad on peamiselt transiit turistid ning kuriisit turistid.

Mitmepäevakülastajad jagunevad: turistid, kes ööbivad majutusasutustes ning külastajad, kes ööbimisele raha ei kuluta (ööbivad sõprade-tuttavate juures või kasutavad muid tasuta võimalusi). Mõõta saab vaid ööbimise eest maksnud külastajate ja ööbitud ööde arvu.

Analüüsis on kasutatud EASI andmeid aastal 2010 ning nende põhjal on arvatud turistide kulutused Eestis.

Ühepäevakülastaja keskmised kulutused Eestis on 165,31 eurot inimese kohta. Keskmise majutuse hind oli 2010 aasta seisuga 39,34 eurot öö eest inimese kohta ning turistid veetsid Eestis keskmiselt 2,05 päeva. Mitmepäevakülastaja jätab Eestisse keskmiselt 576,62 eurot.

Aastal 2010 oli Läänemaal 162 000 väliskülastajat mobiilikasutuse andmetel. Läänemaal ühepäevakülastajaid oli 2010.aasta andmetel 98 000. 64 000 külastajat jääb ka maakonda ööbima. Kokku kulutavad ühepäevakülastajad 16 200 400 eurot. Läänemaa mitmepäevakülastajad veedavad maakonnas keskmiselt 1,9 päeva. Ööbimisele kulutavad nad maakonnas keskmiselt 4 783 700 eurot ning muudele tegevustele 20 101 700 eurot. Aastal 2010 kulutasid väliskülastajad maakonnas 41 085 800 eurot.

Aastaks 2012 tõuseb külastajate arv praeguse trendi jätkudes 175 000ni. Majutatute arv on 66 000 ning keskmiselt viibitakse maakonnas 1,9 päeva, ühepäevakülastajaid on 99 000. Ühepäevakülastajad kulutavad aastal 2012 maakonnas 16 365 700 eurot. Ööbimisega külastajad kulutavad majutusasutustes 4 933 200 eurot ning kokku 25 663 100 eurot. Kõik külastajad kokku jätavad maakonda 42 028 800 eurot.

Aastaks 2013 tõuseb külastajate arv praeguse trendi jätkudes 175 000ni. Majutatute arv on 68 000 ning keskmiselt viibitakse maakonnas 2,0 päeva, ühepäevakülastajaid on 107 000. Ühepäevakülastajad kulutavad maakonnas 17 688 200 eurot. Ööbimisega külastajad kulutavad majutusasutustes 5 192 900 eurot ning kokku 27 675 060 eurot. Kõik külastajad kokku jätavad maakonda 45 363 300 eurot.

Aastaks 2014 tõuseb külastajate arv praeguse trendi jätkudes 185 000ni. Majutatute arv on 70 000 ning keskmiselt viibitakse maakonnas 2,1 päeva, ühepäevakülastajaid on 115 000. Ühepäevakülastajad kulutavad maakonnas 19 010 700 eurot. Ööbimisega külastajad kulutavad majutusasutustes 5 873 000 eurot ning kokku 30 173 600 eurot. Kõik külastajad kokku jätavad maakonda 49 184 300 eurot.



## III. Läänemaa turismi tegevuskava 2012-2016

---

### 3.1 Koostöövõrgustik

#### Koostöövõrgustik Eestis

Läänemaa turismi arendamisel kujundatakse koostööd järgmiste osapoolte vahel:

- Turismiarendajad (Lääne-Eesti Turism MTÜ, MTÜ Läänemaa Turism, MTÜ Terra Maritima jne)
- Turismiettevõtjad
- Erialaühendused (nt Giidide Ühing)
- Kohalikud omavalitsused ja maavalitsus

Erinevate osapoolte rollid on kirjeldatud lühidalt peatükis 1.8.1. Samuti on MTÜ Läänemaa Turism liikmeskonna arenguplaanid detailsemalt kirjeldatud MTÜ Läänemaa Turism organisatsiooni arengukavas.

Kohaliku koostöövõrgustiku arendamisel on põhieesmärkideks seatud MTÜ Läänemaa Turismi liikmeskonna kasvatamine ja tugevdamine. Oluline on, et kõik liikmeskonnast tunnetaksid kasu ühistegevusest. Eesmärgiks on võrgustikku koondada uusi ettevõtjaid, kes saavad liikmeskonnalt nõu ja abi ühisturunduse korraldamisel ja turismitoodete arendamisel. Samuti suunatakse tähelepanu kohalike omavalitsuste huvi jätkuvale tagamisele. Eesmärgiks on kohalike omavalitsuste turismiarenduse algatussoovi ja initsiatiivi säilitamine.

#### Koostöövõrgustik rahvusvahelisel tasandil

Rahvusvahelisel tasandil kujundatakse koostöövõrgustikku läbi erinevate organisatsioonide ja nende partnerite. Käesoleval hetkel on arendusjärgus Läänemaa turismiarendajate välismaiste koostöökontaktide koondamine. Igapäeva töös vahetatakse omavahel kontakte tihti ning otsesid takistusi info liikumise või uute kontaktide loomisel ei ole.

Eesmärgiks on leida usaldusväärseid partnereid, kelle kaudu edastada infot või vahendada kontakte. Näiteks saab sõpruslinnade kaudu vahendada juba spetsiifilise valdkonna kontakte (turismikorraldajad, tervisekeskused jne).

MTÜ Läänemaa Turism suunab tähelepanu eelkõige reisikorraldajatele.



Valdkonnad, kus arendatakse koostööd:

- Sõpruslinnad/ omavalitsused ja sealsed turismikorraldajad; eesmärgiks ühisprojektide tegemine ning partnerpiirkonna elanike teadlikkuse tõstmine Läänemaa puhkusevõimalustest, kampaaniate tutvustamine.
- Reisikorraldajad; Läänemaa ettevõtjate turismipakettide vahendamine.
- Spetsiifilised erialaliidud (nt matkaklubid, spordiklubid, loodushuviliste organisatsioonid); eesmärgiks saada konkreetne kontakt, kuhu edastada huvitavaid pakkumisi ettevõtjatelt.

Välispartneritele info edastamiseks tuleb tähelepanu pöörata järgmistele tegevustele:

- Eriilmeliste ja huvitavate turismipakettide koostamine; erinevate toodete kombineerimine (nt spa ja kultuuri pakett); pakettides kirjeldada kogu külastaja liikumine ja ka tugiteenused;
- Õppida tundma turgu: teada inimeste eelistusi ja ootusi (nt rootslastele tutvustada eestirootsi kultuuri ja kauneid liivarandasid)
- Ettevõtjate ühisturundus: sõnum on ühiselt esitatult jõulisem ja võimalik on teha atraktiivsemaid tutvustuskampaaniaid ressursse koondades;
- Turundussõnumite moodustamisel on oluline esile tuua Läänemaa turismi „lipulaevad“ – atraktiivsed ja tunnustust kogunud turismiobjektid; kui sõnum sisaldab liiga palju informatsiooni, siis on sihtgrupil keeruline kujundada kuvandit reisisihtkohast;
- Veebi otsingusõnade arendamine – otsides reisimisvõimalusi huvialade järgi on oluline, et otsingus tuleb esimeste seas esile ka Eesti oma võimalustega (sh Läänemaa turismivõimalused)

### Koostöö Quadruple programmi raames

Käesoleva programmi tulemusena luuakse hea kontaktivõrgustik:

- Municipality of Norrtälje
- BalticFem
- Royal Institute of Technology
- Stockholm County Administrative Board
- Eurohouse
- Läänemaa Tourism Association
- Saaremaa University Centre
- Åbo Akademi University



Projekti tulemusena arendatakse naisettevõtlust ja innovatsiooni, rahvusvahelise ettevõtluse arendamine koostöövõrgustiku kaudu, turismisektori areng, IT sektori arenduste kasutamine turismiarenduses.

Lisaks eelnevalt loetletud projektitulemustele pakkus projekt võimalust õppida ka tundma Rootsi külastajat ning leida soovitusi kontaktide loomise osas.

Rootsi külastajale on Läänemaal potentsiaalselt huvipakkuvad järgmised valdkonnad:

- Eestirootsi kultuur Rootsi vanemaealistele. Oluline on pakkuda rootsikeelset giiditeenust ja infot. Samuti on oluline Rootsi turismigruppide logistika (teenindus algab juba Eestisse jõudes); pakettidesse Tallinna vanalinnatuuri integreerimine;
- Spa- ja raviturism – Eesti spaad on tuntud oma hea hinna ja kvaliteedi suhte poolest; Rootsis on vähem medical spaasid, järjekorrad spaade küllastamiseks on pikad ja teenused kallid;
- Kalapüük – kalapüügi võimaluste paindlik pakkumine;
- Treeninglaagrid – spordiliitudele olemasolevate võimaluste ja ressursside tutvustamine;
- Liivarannad – atraktiivne puhkamisvõimalus, kuna Rootsis on rannad kivised ja vesi külm;
- Sündmuste tutvustamisel tutvustada Wiklandi seotust Eesti ja Läänemaaga;
- Turundus:
  - o Reisiajakirjanike toomine Eestisse; artiklite kirjutamine reisiajakirjadesse, lehtedesse
  - o Info saatmine reisikorraldajatele ja bussifirmadele

Projekti raames koondatud infokanalid ja kontaktid Rootsis:

- Treeninglaagrite ja spordireiside korraldamine: [www.olka.se](http://www.olka.se); [www.sportsinternational.se](http://www.sportsinternational.se).
- Linnuvaatlus - Sveriges ornitologiska förening: <http://www.sofnet.org/>
- Pensionäride ühing - Pensionärernas Riksförbund: [www.pro.se](http://www.pro.se)
- Poekettide liikmekaart koos reispakkumistega: COOP Med Mera: <http://www.coop.se/medmera-kortet/aktuella-erbjudanden/coop-hotellpremie/> and ICA [www.ica.se](http://www.ica.se)
- Reisiajakirjad: [www.vagabond.se/](http://www.vagabond.se/), [www.res.se](http://www.res.se), [Affärsresenären](http://www.affarsresenaren.se) | [Allt om Resor](http://www.alltomresor.se) | [RES](http://www.res.se) | [Vagabond](http://www.aftonbladet.se) | [Aftonbladet Resor](http://www.aftonbladet.se) | [DN Resor](http://www.dn.se) | [Expressen/GT/Kvällsposten Resor](http://www.expressen.se)



[Gefle Dagblad Resor](#) | [GP Resor](#) | [Nerikes Allehanda Resor](#) | [Svenska Dagbladet Resor](#) | [Östersund Posten](#)

- Kalandusajakiri [www.fiskejournalen.se/](http://www.fiskejournalen.se/)
- Kalastajate ühing: [www.fiskesnack.com](http://www.fiskesnack.com) and [www.sportfiskeforum.se](http://www.sportfiskeforum.se)

Koostöö arendamise tegevused on eelpool kirjeldatud arengukava tegevuskavas.

### 3.2 Tegevuskava

Tegevuskava on lisatud eraldi failis.



## IV LISAD

### Senine turundustegevus

Kuni aastani 2006 on turundustegevus valdavalt olnud maakonna keskuse, Haapsalu-keskne. Turismi turundust on teinud Haapsalu Turism MTÜ, Haapsalu linn jt omavalitsused. 2006.aasta detsembrist reorganiseeriti Haapsalu Turism MTÜ ning selle alusel loodi laiapõhjalisem koostööorganisatsioon Läänemaa Turism MTÜ. Katusorganisatsiooni üheks eesmärgiks on maakonna turundustegevus ja sihtkoha tuntuse kasv. 2009. aastal sai Läänemaa Turism projektipõhist toetust maaturismi edendamiseks, mis võimaldas kuni 2010.aastani teha tegevusi just sellel suunal. 2010.aasta alguses rahastati ka kolme aastane, välisturgudele suunatud projekt “Haapsalu ja Läänemaa - kultuuripuhkuse sihtkoht 2010-2013”.

### Läänemaa turunduskommunikatsiooni elemendid

#### Visuaalne identiteet (Visioon):

2010.aastal puudub kindel visuaalne identiteet. Maakonnal on oma logo ja tunnuslause, mida ka turunduses kasutatakse. Oma tunnuslauset ja logo kasutab Haapsalu linn.

Erinevatele sihtturgudele tuuakse esile pigem neid sümboleid, mis võivad paeluda külastajat. Samuti kasutatakse turundusmaterjalides Läänemaa Turismi logo, kuid see ei ole maakondliku turundusliku eesmärgiga, vaid pigem turismiorganisatsiooni tutvustava eesmärgina (nt tuuakse esile liikmeid).

#### Maakonna logo ([www.lmv.ee](http://www.lmv.ee)):



#### Maakonna tunnuslause:

Läänemaal on endale pesapaiga leidnud haruldane merikotkas. See näitab, et siin on puhas õhk ja vesi ning turvaline pesitsuspaik. Läänemaa on tuntud paljude lindude pesapaigana. Võib öelda, et see maa on turvaline pesapaik ka kõigile teistele. Nii ongi see kokku võetud tunnuslausesse “Läänemaa — turvaline pesapaik” (inglise k: “Läänemaa — Your Safe Haven”).



### **Traditsioonilised suveniirid:**

- Haapsalu sall
- Valge Daam
- Mudatooted
- Savist linnud (Matsalu piirkond)
- Lihula lilltikand (vaibad)

### **Reklaam ajakirjanduses, televisioonis, internetis ja välireklaam**

#### **Reklaam ajakirjanduses:**

- Eesti Loodus ja GoDiscoveris (ja muud sarnased) artiklid loodusturismi (näiteks linnuvaatluse) ja aktiivse turismi kohta.
- Linnuvaatluse teemalised artiklid erialaspetsiifilistes ajakirjades (näiteks „Bird Watching“ – Suurbritannias).
- Tervise- ja lõõgastusturismi toote kohta artiklid eakatele suunatud ajalehtedes ja ajakirjades koostöös ettevõtjatega.
- Tervise- ja lõõgastusturismi toote kohta artiklid terviseajakirjades koostöös ettevõtjatega.
- Lennufirmade pardaajakirjadesse artiklid.

#### **Raadio- ja telereklaam:**

- Koostöös ettevõtjatega osaletakse saates „Puhka Eestis“.

#### **Välireklaam:**

- Luuakse Läänemaa väravad kõikidesse maakonna sisenemise põhipunktidesse (sh sadamad).

#### **Reklaam internetis:**

- Läänemaa turismiasjalised lisavad e-kirjadele viite Läänemaale (näiteks lause „Puhka Läänemaal“ - lause töötatakse välja).
- Läänemaa turismiettevõtete kodulehtedele lisatakse Läänemaa kodulehe viide ja vastupidi.
- Läänemaa virtuaaltuuri edasiarendamine (CD). Teha info leidmine lihtsamaks. Müümiseks ning jagamiseks valitud inimestele.

### **Turundusmaterjalid ja nende jaotamine**

#### **Turundusmaterjalid:**

- Haapsalu ja Läänemaa kultuuripuhkuse trükis;
- Läänemaa loodusturismitrükis;
- Läänemaa kirikute trükis
- Turismiinfo jaotusmaterjalid koostatakse tootepõhiselt.
- Haapsalu ja Läänemaa turismiinfotrükis kvaliteetsel paberil (taaskasutataval, loodussõbralikul paberil) (eesti, inglise, soome, rootsi, vene, saksa keeles). Tehakse igal aastal uus ning on alates aastast 2008 toodetepõhine.



- Lihtne massiliseks jagamiseks mõeldud reklaamtrükis (näiteks kahevärviline kaart koos kaardi legendiga – viited objektide asukohtadele).
- Läänemaa statistiline infotrükis (aastaraamatu kokkuvõte) (eesti ja inglise keeles).
- Võetakse koostöös Eesti Postiga kasutusele Läänemaa eritempel ja postmargid.
- Luuakse komplekt Läänemaa turismimeeneid (näiteks linnuvaatlusprillid – slaidivaatlusbinokkel jne).
- Materjalide tootmisel kasutatakse võimalikult loodusõbralike materjale ja lahendusi.

### **Materjalide jaotuskohad:**

- Läänemaa kohta on turismiinfo kättesaadav kõigis Eesti turismiinfokeskustes, saatkondades, välisministeeriumis, sõprusomavalitsustes, EASi välisesindustes.
- LT Haapsalu Turismiinfokeskuses ning loodavas Läänemaa turismiinfoorganisatsioonis (võimalusel 2 mehitatud kohta – Nõva ja Lihula mõis. Infotulbad).
- Messid kus osalevad Läänemaa ettevõtjad, omavalitsused, maakond või Eesti riik.
- Saartevahelistel parvlaevadel.
- Kohalike ettevõtete juures.
- Läänemaa turismiobjektidel.
- Bensiinijaamades.
- Sadamad.
- Jaotuskohtades ühtne materjalide jagamise alus (taskud - e "Läänemaa Väravad")

### **Turundusürituste korraldamine**

- Osalemine turismiettevõtjate poolt korraldatud FAM-reisidel.
- Jätkuvalt igaaastase pressipäeva korraldamine Eesti pressile.
- Omavalitsuste ja ettevõtjatega koostöös FAM-reisid reisibüroode (nii kodu- kui välismaised) esindajatele tootepõhiselt.
- Omavalitsuste ja ettevõtjatega koostöös FAM-Eesti ajakirjanikele (nii kodu- kui välismaised) (eesmärgiks artiklid ajakirjanduses).
- Promo-ürituste korraldamine (näiteks 2006.aastal toimunud Läänemaa päev Tallinnas).
- Kampania "Kutsu sugulased ja sõbrad külla" (elanikele saadetakse postkaardid, mida saab sugulastele saata) koostöös Haapsaluga.
- 2012 on fookusmaakonnaks Soomes, Mardilaadal Lääne maakond!

### **Messidel, seminaridel osalemine**

- Messidel osaletakse koostöös Hiiumaa-, Saaremaa-, Pärnumaaga, ühise organisatsiooni Lääne-Eesti Turism MTÜ alt [vastavalt võimalustele järgmistel messidel:](#)
- Tourest mess Tallinnas.



- TUR mess Göteborgis.
- MATKA mess Helsingis.
- Mardilaat Helsingis.
- Riia turismimesse Balttour.
- Vilnius Vivatur
- ITB Berliinis
- Tuntuse saavutamiseks välisturgudel osaletakse EASi poolt korraldatud Eestit tutvustavatel üritustel.

### **Suhtekorraldus; otseturundus; personal; klientide tagasiside süsteem**

#### **Suhtekorraldus:**

- Pressiteadete väljasaatmine Läänemaal turismis toimuva kohta.
- Kohalike elanike informeerimiseks ja positiivse suhtumise loomiseks turistidesse edastatakse infot Läänemaa portaalis (sh venekeelne info) ja „Lääne Elus“.
- Suhtluses rõhutatakse loodushoidlikust.

#### **Otseturundus:**

- Meili teel info saatmine otse sihtrühma esindajatele (reisibürood jne), turismiuudiskiri.

#### **Personal:**

- Korraldatakse turismiasjalistele igal aastal turismi tootearendus- ja turunduskoolitusi.
- Propageeritakse maakonna ettevõtjate seas riiklikes kvaliteediprogrammides osalemist.

#### **Klientide tagasiside süsteem:**

- Regulaarne ja informatiivne tagasisidesüsteem välja arendatud statistilise info kogumiseks ja analüüsimiseks.
- LT Haapsalu TIK korjab turismistatistikat ning analüüsib seda.
- LT Haapsalu TIK korraldab igal hooajal TIKi külastajate küsitluse.

#### **Maakonna välisilme:**

- Läänemaa turismiinfovõrgustiku (sh „väravate“) väljaarendamine.
- Maakondliku turismiinfo jagajad kannavad ühtset välismärki.
- LT Haapsalu Turismiinfokeskuse remontimine ja kaasajastamine. Teenuste arendamine maakonna ühishuvina.
- Turismiinfokeskuse teenuste jätkamine.



### Koostöö:

- Koostöö tegemine Läänemaal ürituste korraldajatega, mõningate ürituste puhul Läänemaa teemaliste auhindade väljapanemine.
- Turundustegevuste elluviimisel tehakse koostööd maakonna omavalitsustega.
- Ürituste ühisturundus - toetatakse välja valitud ürituste turundamist (ürituste korraldajatel tekib toetuse saamisega kohustus esitada Läänemaa turismi visuaalset identiteeti).
- Ühisturundus naabermaakondadega.
- Koostöö loodava Lääne-Eesti Turismi MTÜ katusorganisatsiooniga välisturgudel.
- Turismigruppe toovate firmadega suhtlemine ja Läänemaa kohta info edastamine.
- Rannarootsi asuala turundatakse koostöös Hiiumaaga.
- Tehakse tihedat koostööd riiklike turismiarendajatega.
- Osaletakse aktiivselt Eesti turisti otsustusprotsessis (Kasutatakse ära kõik võimalused oma arvamuse esitlemiseks ning tegutsetakse aktiivse partnerina EAS-i ja keskvalitsuse jaoks).

### Lisasse nimekiri

**Hotellid:** Spa Hotell Laine (3\*) , Fra Mare Thalasso SPA(3\*), Päeva Villa, Kongo Hotell, Baltic Hotel Promenaadi.

**Külalistemajad:** Virtsu Külalistemaja, Elle-Malle külalistemaja, Pivarootsi Mõis, Rondo Külalistemaja, Teeristi külalistemaja, Mihkli külalistemaja, Rumpo Mäe Talu, Algalliku Külalistemaja, Tooraku Turismitalu, Käbi Külalistemaja, Hermannuse maja, Altmõisa külalistemaja.

**Hostelid:** Palivere mõis, Sport hostel, Vanalinna hostel, Paralepa hostel, Endla hostel, Veski viigi hostel, HKHK Suvehostel, FEIM&SULL.

**Puhkemajad:** Barkebacki Puhkemaja, Topu Puhkemaja, Rüütli Puhkemaja, Tuksi Puhkemaja, Veskiõie Puhkemaja, Neti Puhkemaja, Kullamaa Puhkekeskus, Lahe Maja, Tamme Puhkemaja, Norrenda Puhkemaja, Haava Puhkemaja, Metlini Jahimaja, Karukoobas, Kullamaa Jahiloss, Diby Kämping-Puhkemaja, Tuulingu Puhkemaja, Madise Puhkemaja, Laimi Puhkemaja, Kõrtsi Talu, Kõrgessaare Puhkemaja, Villa Nõva, Villa Sonja, Reinholdi majutus.

**Kodumajutused:** Lauri-Antsu turismitalu, Aikarali kodumajutus, Saare Mõisa majutus, Rehe Turismitalu, Sarapuu Kodumajutus, Strengi Kodumajutus, Kiige Turismitalu, Altmäe talu, Tiiker Kodumajutus, Laterna Kodumajutus, Ungru Kodumajutus.

**Külaliskorterid:** Vanalinna külaliskorter, Niine külaliskorter, Mesilane külaliskorter.

**Puhkekülad:** Pivarootsi Tuuliku, Roosta, Voosemetsa Talu, Pivarootsi õppe- ja puhkekeskus, Pullapää Puhkekeskus, Roosi Turismitalu, Camping Pikseke, Pusku



Turismitalu, Uuskalda Spordi- ja Puhkeküla, Arnoldi Suveresidents, Paali-Tõnise turismitalu.



EUROPEAN UNION  
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND  
**INVESTING IN YOUR FUTURE**



CENTRAL BALTIC  
INTERREG IV A  
PROGRAMME  
2007-2013

**QUADRUPLE**  
HELIX CENTRAL BALTIC