



UUDENKAUPUNGIN ELINKEINOPALVELUIDEN MARKKINOINTIRAPORTTI 2025



UUSIKAUPUNKI



Visit
Uusikaupunki

Sisällys

Johdanto.....	3
VERKKOSIVUT visituusikaupunki.fi ja ukilife.fi	4
Tapahtumakalenteri	8
Sosiaalisen median kanavat	8
Messut ja muut markkinointitilaisuudet	10
Yleisen elinkeinon tapahtumat	10
Keskustan viihtyvyys	12
Uki Outlet – keskustan elävöittäjä	12
Radiomainonta	12
Vaikuttajat ja kaupallinen yhteistyö	13
Mediavierailu	13
Visit Uudenkaupungin matkailuesitteet.....	14
Ulkomainonta	16
Uudet asukkaat.....	17
Vapaa-ajanasukkaat.....	17
Markkinointi- ja myyntituotteet	18
Verkkokauppa: visituusikaupunki.johku.com	18
Coastal Gems – rannikon helmet kiertomatkapaketit.....	19
Nano.Paljon.fi	19
Visit Finlandin DATAHUB	19
Ryhmäohjelmat ja opastukset	19
Matkailutoimijoiden yhteistapaamiset	19
Matkailuneuvonta ja asiakasseuranta	19
Elinkeinopalveluiden henkilökunta ja työllistävä vaikutus	20
Markkinoinnin kustannukset matkailu.....	20
Markkinoinnin kustannukset yleinen elinkeino.....	20

Johdanto

Tämän raportin tarkoituksena on esitellä Uudenkaupungin elinkeinopalveluiden vuoden 2025 markkinointitoimenpiteet ja niiden vaikuttavuus. Markkinoinnin keskeiset tavoitteet olivat:

- **Uudenkaupungin tunnettuuden lisääminen**
- **Asukasmarkkinoinnin vahvistaminen**
- **Matkailun edistäminen**

Raportissa käydään läpi toteutetut toimenpiteet, kuten käytetyt markkinointikanavat, tapahtumat, yhteistyöt, markkinointi- ja myyntituotteet sekä toimenpiteisiin kohdistunut budjetti.

Lisäksi raportti sisältää tietoa toimenpiteiden tuloksellisuudesta ja vaikuttavuudesta. Näiden avulla arvioidaan, kuinka hyvin asetetut tavoitteet on saavutettu ja mitä kehityskohteita voidaan tunnistaa tulevaa vuotta varten.

Kaupungin markkinointia toteutetaan tiiviissä poikkihallinnollisessa yhteistyössä, jossa viestintä toimii tukena ja asiantuntijakumppanina elinkeinopalveluille. Yhteistyö vahvistaa kaupungin brändiä, tehostaa resurssien käyttöä ja varmistaa, että viestintä ja markkinointi tukevat yhtenäisesti kaupungin strategisia tavoitteita.

Visit Uudenkaupungin markkinointiviestinnän periaatteita

Visit Uudenkaupungin markkinoinnissa toteutetaan Uudenkaupungin matkailun kärkiteemoihin pohjautuvaa suunnitelmallista, johdonmukaista, ja tavoitteisiin pyrkivää markkinointiviestintää. Viestintää tehdään monikanavaisesti ja viestinnässä tuodaan esille omintakeista, merellistä, elävän historian puutalokaupunkia uniikkeine kohteineen ja tapahtumineen. Viestinnällä pyritään edistämään uusintakäyntejä sekä pidempien vierailujen mahdollisuutta. Kaikessa viestinnässä ja markkinoinnissa huomioidaan myös kestävyys ja vastuullisuus.

Uudenkaupungin matkailun kärkiteemat



Meri ja monimuotoinen luonto



Elävä historia



Uniikki Uusikaupunki



Liikunta ja hyvinvointi

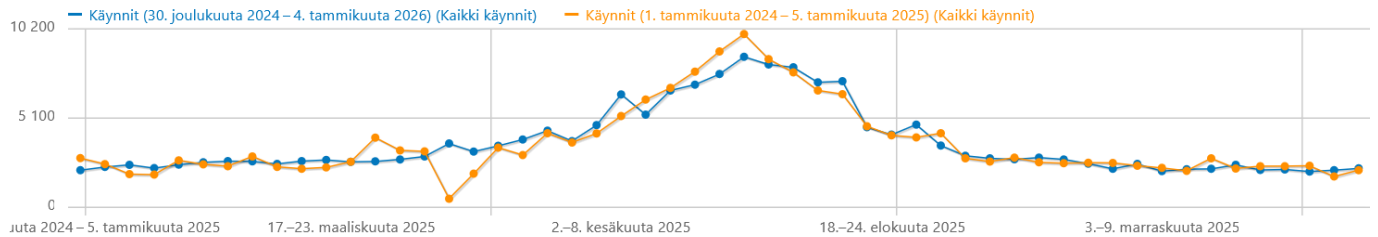
Uudenkaupungin matkailumarkkinoinnin tehtävät ja tavoitteet

- Lisätä Uudenkaupungin tunnettuutta sekä kehittää ja ylläpitää Uudenkaupungin brändiä kiinnostavana, houkuttelevana ja elämyksellisenä matkakohteena.
- Matkailijamäärien kasvattaminen ja viiptymän lisääminen.
- Matkailulla on kasvava osuus Uudenkaupungin kehittyvässä ja tuloksellisessa elinkeinotoiminnassa - matkailutulon lisääminen.
- Matkailijoiden, asukkaiden sekä vapaa-ajanasukkaiden viihtyvyyden sekä veto- ja pitovoiman lisääminen markkinointiviestinnän ja eri toimijoiden yhteistyön avulla.
- Uniikki Uusikaupunki kiinnostaa myös kansainvälisiä matkailijoita.

VERKKOSIVUT visituusikaupunki.fi ja ukilife.fi

Visituusikaupunki.fi on matkailupalveluiden oma verkkosivusto. Verkkoviestinnässä huomioidaan sesongin pidennys ja ympärivuotisuuden kehittäminen. Verkkosivuilla viestitään ympäri vuoden ajankohtaisista uutisista, erilaisista aktiviteeteistä sekä tapahtumatarjonnasta. Sivusto on toteutettu neljällä eri kielellä: suomi, ruotsi, englantia ja saksa.

Verkkosivun käyntien yleiskatsaus 1-12/2025 (vertailu v. 2024)



1. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2025

192 721 käyntiä ▲ +1,3 %

2. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2024

190 208 käyntiä

1. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2025

4 min 37 s keskimääräisen käynnin kesto ▲ +18,4 %

2. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2024

3 min 54 s keskimääräisen käynnin kesto

1. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2025

24 % käyntiä on kimmonnut (lähtenyt sivustolta heti ensimmäisen sivun nähtyään) ▲ +60 %

2. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2024

15 % käyntiä on kimmonnut (lähtenyt sivustolta heti ensimmäisen sivun nähtyään)

1. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2025

80 407 palaavia kävijöitä ▲ +11,1 %

2. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2024

72 398 palaavia kävijöitä

1. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2025

8 min 28 s palaavien kävijöiden käynnin keskimääräinen kesto ▲ +16,2 %

2. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2024

7 min 17 s palaavien kävijöiden käynnin keskimääräinen kesto

1. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2025

9,9 toimintoja per palannut kävijä ▲ +26,9 %

2. TAMMIKUUTA – 31. JOULUKUUTA 2024

7,8 toimintoja per palannut kävijä

TOP 10 käyttäjämaat 2025 vertailu v. 2024

1. Suomi		6. Iso-Britannia	
1.1.-31.12.2025	182 065	1.1.-31.12.2025	483
2.1.-31.12.2024	179 409	2.1.-31.12.2024	384
2. Ruotsi		7. Alankomaat	
1.1.-31.12.2025	2664	1.1.-31.12.2025	443
2.1.-31.12.2024	2380	2.1.-31.12.2024	378
3. Saksa		8. Irlanti	
1.1.-31.12.2025	1840	1.1.-31.12.2025	356
2.1.-31.12.2024	1559	2.1.-31.12.2024	186
4. Yhdysvallat		9. Sveitsi	
1.1.-31.12.2025	1438	1.1.-31.12.2025	293
2.1.-31.12.2024	1481	2.1.-31.12.2024	315
5. Viro		10. Espanja	
1.1.-31.12.2025	612	1.1.-31.12.2025	276
2.1.-31.12.2024	650	2.1.-31.12.2024	233

TOP 10 käyttäjäkaupungit 2025 vertailu v. 2024

1. Helsinki		6. Tuntematon	
1.1.-31.12.2025	116 203	1.1.-31.12.2025	5135
2.1.-31.12.2024	124 191	2.1.-31.12.2024	6297
2. Uusikaupunki		7. Espoo	
1.1.-31.12.2025	19 457	1.1.-31.12.2025	4814
2.1.-31.12.2024	14 423	2.1.-31.12.2024	3479
3. Vantaa		8. Laitila	
1.1.-31.12.2025	7460	1.1.-31.12.2025	1702
2.1.-31.12.2024	1329	2.1.-31.12.2024	1481
4. Turku		9. Oulu	
1.1.-31.12.2025	7161	1.1.-31.12.2025	1625
2.1.-31.12.2024	9380	2.1.-31.12.2024	1452
5. Tampere		10. Raisio	
1.1.-31.12.2025	6358	1.1.-31.12.2025	1573
2.1.-31.12.2024	5695	2.1.-31.12.2024	1323

Suosituimmat sivut v. 2025 suosituimmuusjärjestyksessä

1. Etusivu Visituusikaupunki.fi
2. Lounaspaikkoja Uudessakaupungissa
3. Webbikamerat
4. Näe ja koe -aloitussivu
5. Automuseo
6. Pamprinniemen luontopolku
7. Taidetalo Pilvilinna
8. Syö ja juo -aloitussivu
9. Puupaatei Pakkahuoneel & Möljä Miittinki
10. Risteilylle M/S Kertulla

Ukilife.fi -verkkolehti

Ukilife.fi on elinkeinopalveluiden tuottama lifestyle-verkkolehti, [Ukilife - Uusikaupunkilaisen omintakeisen elämäntavan oma verkkolehti](#), joka esittelee suomeksi ja englanniksi kaupungin omintakeista arkea – asumista ja elämistä, vapaa-aikaa sekä työ- ja opiskelumahdollisuuksia inspiroivien tarinoiden ja kuvien avulla. Sivusto on ollut käytössä vajaat viisi vuotta.

Ukilife.fi-sivuston tarinat vahvistavat Uudenkaupungin virallisten sivustojen rinnalla markkinointia ja positiivista kaupunkikuvaa Uudestakaupungista.

Verkkolehti tukee kaupungin strategisia tavoitteita:

- * uusien asukkaiden houkuttelemista
- * työntekijöiden ja yritysten kiinnostuksen herättämistä
- * myönteisen kaupunkikuvan vahvistamista

Monitoimijatalo Wintterin valmistumisen myötä, painopiste vuoden 2025 tarinoissa oli korostetusti lapsiperhetarinat ja arjen sujuvuus.

Ukilife-tarinoiden jakautuminen teemoittain 2021-2025

Teema	2021	2022	2023	2024	2025	Trendikommentti
Luonto ja meri	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	Vakaa ja hallitseva – brändin perusydin
Arjen sujuvuus	● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	Kasvava – helppous & “vartin kaupunki” -ajatus vahvistuu
Yhteisöllisyys & juuret	● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ●	Selvästi kasvava: paluumuutto & identiteetti
Työ ja yrittäjyys	●	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	Vakaa – LinkedIn-viestinnän kannalta tärkeä
Perhe & turvallisuus	●	● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ● ●	Kasvanut voimakkaasti 2025 – perhepainotteisuus selkeä
Huumori & aitous	○	○	●	● ●	● ● ● ●	Uusi erotteleva vahvuus – “kahjo mutta kotoisa” -sävy toimii
Luovuus & kulttuuri	○	●	● ●	● ●	● ●	Maltillinen, mutta brändillisesti rikastava



Ukiflife.fi -verkkolehden lukijamäärät ja tarinat 19.4.2021-31.12.2026

Vuosi	lukijamäärä	Tarinat/vuosi
2021	43 190	60
2022	42 375	47
2023	44 339	31
2024	106 309	48
2025	73 014	43

Vuonna 2024 lisättiin näyttötaulumainonnan viikkonäkyvyyttä Tampereella ja Helsingissä. Ukiflife.fi-sivustolle ohjautui kävijöitä erityisesti kampanjan laskeutumissivun kautta, jonne heidät johdatettiin digitaalisten näyttötaulujen mainoksista. Laskeutumissivu oli tuonut lukijoita verkkolehdele vuonna 2024 noin 500 henkeä ja vuonna 2025 vastaava luku oli yli 7 300 lukijaa.

Vaikka Ukiflife.fi -sivuston lukijamäärä on laskenut vuoden 2025 aikana, tarinoiden keskimääräinen luku-aika (=aktivoitumisen kesto aktiivista käyttäjää kohden) on kuitenkin noussut. Vuonna 2024 luku-aika oli 0,59 ja vuonna 2025 aika oli 1,2 minuuttia.

”Ukiflife on kasvanut lähes viiden vuoden aikana asukastarinoiden koosteesta koko kaupunkibrändin tunnettuutta vahvistavaksi alustaksi aitoine tarinoineen.”



Top 7 lukijamaat 2025

Suomi
USA
Kiina
Singapore
Ruotsi
Irlanti
Saksa

Top 7 lukijamaat 2024

Suomi
Saksa
USA
Ruotsi
Turkki
Espanja
Englanti

Kiinan ja Singaporen nousu lukijamaissa selittynee mahdollisesti bottiliikenteellä. Sivuston sisältö voi näkyä kansainvälisissä hauissa, esimerkiksi englanninkielisten tarinasivujen tai globaalin hakutermin takia. Esimerkiksi #lifestyle on paljon käytetty asiasana Ukilife.fi-sivustolla.

Top 7 lukijakaupungit 2025

Helsinki
Uusikaupunki
Tampere
Turku
Vantaa
Oulu
Espoo

Top 7 lukijakaupungit 2024

Helsinki
Tampere
Turku
Uusikaupunki
Oulu
Vantaa
Espoo

Uudenkaupungin nousu sijalta 4 sijalle 2 lukijakaupunkilistalla selittynee lisääntyneellä paikallisella mainonnalla. Vuonna 2025 mainostettiin näyttötauluissa enemmän tapahtumia kuin edellisenä vuonna ja otettiin käyttöön myös Wintterin uudet näyttötaulut. Isoista tapahtumista eniten näkyvyyttä keräsivät valtakunnallinen Suomen Vahvin Mies ja Nainen-finaali ja Hehku-karnevaali.

Eniten näyttökertoja saaneet tapahtumat ja tarinat City of Uusikaupunki-sosiaalisen median kanavissa. Ukilife.fi -sivustolla ei ole omia kanavia - tarinoita markkinoidaan City of Uusikaupunki-sosiaalisen median kanavissa.

Julkaisut TOP 5

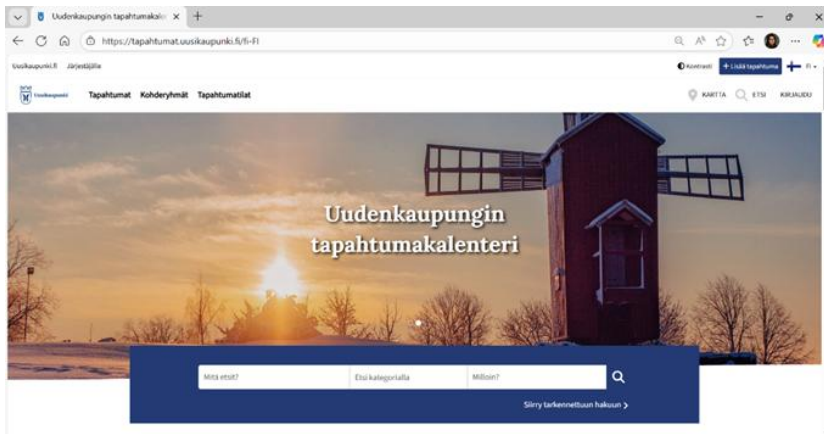
1. Vuoden Hehkuvin 2025 (tapahtuma)	77.202
2. Suomen Vahvin 2025 (tapahtuma)	39.738
3. Kesän aarrejahti alkaa Uudestakaupungista (Ukilife-tarina)	35.472
4. Kompakti ja simppele koti kaupunki (Ukilife-tarina)	32.102
5. Satavuotias merikapteenin talo (Ukilife-tarina)	22.292

Näyttökerrat**Eniten lukijoita keränneet tarinat Ukilife.fi -sivustolla vuonna 2025 (Google Analytics)****Artikkelit TOP 5**

1. Uusikaupunki houkutteli Venlan ja Sakarin takaisin kotikonnuille	3.951
2. Vanha tavara – lähde kirppiskierrokselle	3.625
3. ”Uuteenkaupunkiin muuttaminen oli elämäni paras päätös”	2.564
4. Merenrantatalo Pyhämaassa sulatti Nicoletan ja Marcuksen sydämet	2.053
5. Lokalhti on lapsiperheelle lottovoitto	2.039

Lukijamäärä

Tapahtumakalenteri



Kesäkuun alussa 2025 otettiin käyttöön uusi tapahtumakalenteri : tapahtumat.uusikaupunki.fi.

Tapahtumakalenterin käyttö on maksutonta, joten se tarjoaa tapahtumanjärjestäjälle samalla ilmaisen markkinointikanavan. Kalenteri kääntää tapahtumien tekstit automaattisesti myös englanniksi.

Kalenteria on katseltu 1.6.-31.12.2025 aikavälillä 89 384 kertaa.

Kalenterin käyttäjiä on ollut 14 241 ja vierailukertoja 47 029. Tapahtumakalenterissa oli menneitä, ajantasaisia ja tulevia tapahtumia vuoden 2025 loppuun mennessä lisättynä 941 tapahtumaa.

Sosiaalisen median kanavat

Uudenkaupungin matkailulla on käytössään Visit Uusikaupunki Facebook-, Instagram- ja Tik Tok -tilit sekä Facebook-ryhmä Uudessakaupungissa tapahtuu. Sosiaalisessa mediassa julkaistaan pääsääntöisesti 3-5 kertaa viikossa. Visit Uudenkaupungin sosiaalisen median kanavia ylläpitää ja päivittää matkailutoimisto. Julkaisuja tuotetaan myös englanniksi. Tekstien houkuttelevuuteen sekä kuvien laatuun kiinnitetään erityistä huomiota, huumoria unohtamatta.

City of Uusikaupunki (myöhemmin Cofu) -sosiaalisen median kanavia ja Facebookin pääsivujen alla olevia ryhmiä ylläpitävät eri palvelukeskukset. Ukilife.fi -verkkolehden tarinat julkaistaan kaupungin pääkanavilla, Cofussa.

Uki Outlet -kesämyymälällä on omat somekanavat sekä Facebookissa että Instagramissa. Julkaisuja tuotetaan myös englanniksi.

Visit Uusikaupunki Facebook

2025: 5,4 t jäsentä (2024: 4,8 t jäsentä) +9,3 %

Visit Uusikaupunki Instagram

2025: 2,4 t seuraajaa (2024: 2,1 t seuraajaa) +14 %

Visit Uusikaupunki Tik tok

2025: 1,5 t seuraajaa, tykkäyksiä 40 100,
(2024: 1115 seuraajaa, 26 300 tykkäystä) +52,47 %

Visit Uusikaupunki fb-ryhmä

- Uudessakaupungissa tapahtuu

2025: 11,7 t jäsentä

City of Uusikaupunki Facebook

2025: 5,7 t jäsentä (2024: 4,4 t jäsentä) + 15,9 %

- Uudenkaupungin työpaikat -ryhmä

2025: 1,9 t jäsentä

- Vapaa-aika -ryhmä

2025: 1,7 t jäsentä

- Vuokra-asunnot -ryhmä

2025: 5,4 t jäsentä

- Palvelut ja Puodit-ryhmä

2025: 3,5 t jäsentä

- My life in Uusikaupunki-ryhmä

2025: 599 jäsentä

City of Uusikaupunki Instagram

2025: 2763 seuraajaa (2024: 2147 seuraajaa) 28,6 %

Uki Outlet Facebook

2025: 902 jäsentä

Uki Outlet Instagram

2025: 727 jäsentä

City of Uusikaupunki LinkedIN

2025: 671 seuraajaa (2024: 535 seuraajaa)

Visit Uusikaupunki FB-kanavan katselujen erittely 1.1.-31.12.2025

Katseluja yhteensä 1 312 250.

Seuraajilta 443 394 katselua. Muilta kuin seuraajilta 865 863 katselua.

Organisesta: 1 126 728 katselua. Mainoksista: 185 522 katselua

Visit Uusikaupunki FB-kanavan vuorovaikutusten erittely 1.1.-31.12.2025

Yhteensä	22 151	+ 43,8 %
Seuraajilta	13 519	+ 33,5 %
Muilta	8 632	+ 63,5 %

Parhaat Visit Uusikaupunki FB-sisällöt kattavuuden mukaan 1-12/2025



Uudenkaupungin keskusta palkittiin tä...

17. kesäkuuta 2025 6:58

59,6 t. 546
26 25



Ihana vanha perinne herätettiin taas tänä...

28. kesäkuuta 2025 8:48

40,1 t. 1,3 t.
38 35



Lauantaina saimme nauttia kahdesta aiva...

10. elokuuta 2025 10:51

32,5 t. 367
9 8

Instagram tilin näyttökertojen erittely 1.1.-31.12.2025

Katseluja yhteensä 84 819. Organisesta 82 629. Mainoksista 2 190.

Instagram tilin kattavuuserittely 1.1.-31.12.2025

Yhteensä 21 446 +54 %. Organisesta 19 974 +100 %. Mainoksista 1 716 + 100 %.

Instagram tilin sisällön vuorovaikutukset 1.1.-31.12.2025

2577 vuorovaikutusta + 100 %.

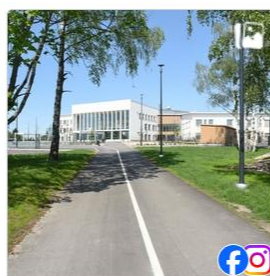
Paras IG sisältö kattavuuden mukaan 1-12/2025



Uudenkaupungin vanhan tavarän...

28. toukokuuta 2025 2:05

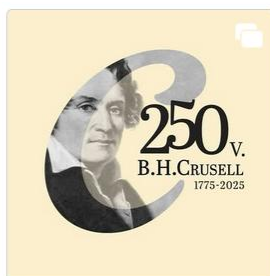
14,1 t. 273
4 7



Monitoimijatalo Wintterin avajaiset...

21. elokuuta 2025 6:08

61,3 t. 93
0 2



250 vuotta Bernhard Crusellin syntymästä...

21. heinäkuuta 2025 0:31

9,3 t. 70
0 3

Messut ja muut markkinointitilaisuudet

Messu- ja markkinointitapahtumissa tavoitetaan laajoja asiakasryhmiä. Messuille osallistuminen on hyvä tapa saada lisää näkyvyyttä, vahvistaa brändiä, löytää uusia potentiaalisia matkailijaryhmiä ja matkanjärjestäjiä sekä vahvistaa jo olemassa olevaa matkailijakuntaa. Messuasiakkailta saadaan myös helposti konkreettista palautetta toiminnan tai palvelujen kehittämiseen. Eri messuilla ja tapahtumissa voidaan tavoittaa myös kohdennettuja asiakasryhmiä, kuten esim. ryhmämatkailijoita, veneilijöitä, vapaa-ajanasukkaita sekä lapsiperheitä.

Paikalliset tapahtumat lisäävät kaupungin vetovoimaa ja näkyvyyttä sekä vahvistavat alueen brändiä. Ne luovat positiivista julkisuutta niin vierailijoiden kuin mediankin silmissä ja toimivat osana paikkamarkkinointia.

Matka-messut 15.-18.1.2025, Helsingin messukeskus

Visit Uusikaupunki oli mukana messuilla omalla ständillä, Suomen Saaristo - nimeä kantavalla yhteisöastolla.

Messukävijöitä 56 000, kasvua noin 11 % vuoteen 2024 verrattuna



K 50 -messut Turku Logomo 8.2.2025

K 50 -messut Tampere-talo 7.-8.3.2025

Omat esittelypöydät molemmissa tapahtumissa.

K50-messut ovat aikuisten, yli viisikymppisten oma tapahtuma.



Suoman ryhmämyyntikiertue 30.9.2025 Turku

Suoma on ryhmämatkojen järjestäjille suunnattu eri paikkakuntia kiertävä, vuosittain järjestettävä ryhmämyyntitapahtuma.

Yleisen elinkeinon tapahtumat

Vuonna 2025 yleinen elinkeino järjesti 25 omaa tapahtumaa keskustan alueella. Lisäksi osallistuttiin useisiin tapahtumiin joko omalla osastolla tai oltiin mukana eri tapahtumien järjestelyissä. Vuonna 2024 omia tapahtumia järjestettiin vain 14 kappaletta.



Tapahtumat ja tilaisuudet vuonna 2025

Uralle Ukiin -tapahtuma 6.2.

Lankalauantain Pop Up 19.4.

Kevätmarkkinat 26.4., yhteistyössä Tekniset- ja ympäristöpalvelut

Minifarmi-Kukkamessut 17.-18.5., oma osasto

Takakonttikirppis 9.6.

Kesän muotinäytös 14.6.2025, yhteistyössä Palveluyrittäjät-ryhmä

Toimintatorstai -Muumipäivä 3.7.

Tul toril -teematori -Saunatori 5.7.

Toimintatorstai -Possua ja poppia 10.7.

Tul toril -teematori -Lomatori 12.7.

Toimintatorstai -Käsityörinki 17.7.

Tul toril -teematori -Kierrätystori 19.7.

Toimintatorstai -Tenavapäivä 24.7.

Tul toril -teematori -Lastentori 26.7.

Toimintatorstai -Kulttuuripolku 31.7.

Tul toril -teematori -Crusell-tori 2.8., yhteistyössä Crusell-seura

Toimintatorstai -Back to School 7.8.

Tul toril -teematori -Senioritori 9.8.

Tul toril -teematori -Kansainvälinen tori 16.8.

Toimintatorstai -Illallinen Uudenkaupungin taivaan alla 14.8.,

yhteistyössä Uudenkaupungin Vanhat Talot ry

Toimintatorstai -Torikahvit 21.8.

Tul toril -teematori -Voimatori 23.8.

Suomen vahvin Mies ja Nainen-finaali 22.-24.8.

yhteistyössä Suomen Vahvin Oy ja Ravintola Wiku

Tul toril -teematori -Venetsialaistori 30.8.

Lähiuokapäivä Kasitorilla 6.9. , oma osasto

Syysmarkkinat 3.-4.10., yhteistyössä Tekniset- ja ympäristöpalvelut

Uusien asukkaiden tilaisuus 22.10.

Valmetin perhepäivä 25.10., oma osasto, yhteistyössä Hyvinvointi- ja vapaa-aikapalvelut

Hehku-karnevaali ja Hehku Appro 31.10.

Find Your Future 17.11., Turku, oma osasto

Joulunavaus & Wanhanajan markkinat 30.11.,

yhteistyössä Tekniset- ja ympäristö palvelut

Ukiski-bussi Rauma-Uki-Rauma 30.11., yhteistyössä Vahterusring

Tuu messiin rekrymessut 11.12., yhteistyössä Ukipolis Oy

Tul toril -Joulutori 13.12.

Keskustan viihtyvyys

Värikkäät kadunyliviirit toivat raikkaan ja kesäisen ilmeen Alisenkadun katukuvaan välillä Sepänkatu–Koulukatu. Viirien harkittu väripaletti on sovitettu yhteen kadun kukkaistutusten kanssa, mikä luo yhtenäisen ja viihtyisän kokonaisuuden.

Kauppatorin lasinen huvimaja toimii ympäri vuoden inspiroivana esittelytilana paikallisille yrityksille ja yhdistyksille. Huvimaja tarjoaa maksutta mahdollisuuden tuoda omat tuotteet ja palvelut esille aivan kaupungin sydämessä. Elinkeinopalvelut käyttää huvimajaa myös omien tapahtumien markkinointiin.

Uki Outlet – keskustan elävöittäjä

Uki Outlet on ollut jo neljän kesän ajan yksi Uudenkaupungin keskustan kesän vetonauloista. Lähes 30 yritystä oli mukana myymälästä, jossa asiakkaille tarjottiin niin tekstiilejä, kenkiä ja koruja kuin taidetta ja kauneudenhoitotuotteitakin. Myymälä oli avoinna toukokuun puolesta välistä elokuun puoleen väliin ja työllisti 3 määräaikaista työntekijää.

Brändituotteiden lisäksi esillä oli uusikaupunkilaisten yritysten tarjontaa. Uki Outlet tarjosi paikallisille yrityksille mahdollisuuden laajempaan näkyvyyteen ja pidempään aukioloaikoihin, jotka toivat yrityksille toivottua myynnin kasvua.

Uki Outletissa on ollut yli 20 000 kävijää vuosittain. Myymälä on vakiinnuttanut paikkansa kaupunkikeskustan elävöittäjänä, joka houkuttelee sekä paikallisia, vapaa-ajan asukkaita että matkailijoita ostoksille.

Uki Outletin kokonaisymyynti laski kuitenkin heikon taloustilanteen vuoksi kesällä 2025, ja myymälää ei avata kesällä 2026 elinkeinopalvelujen tekemien säästöpäätösten vuoksi.



Radiomainonta

Visit Uudenkaupungilla oli radiomainontaa vuoden 2025 aikana Auran Aalloilla, Iskelmällä, Radio Cityllä, Nostalgialla ja TOP51:llä. Varsinais-Suomen alueella primetimesta klo 6-21 sekä Bauer Median AudioXi-verkostossa.

Radiossa yhteensä 5 erisisältöistä spottia, kesto n. 15 sekuntia/spotti.

Ensimmäinen spotti oli toukokuussa viikon 20.

3 eri spottia: parittomat viikot 23, 25, 27 ja 29 kesä-heinäkuussa neljän viikon ajan.

Joka spotin lopussa toisto: ”Vain tunti Turusta. [visituusikaupunki.fi](https://www.visituusikaupunki.fi)”

Arvio 1 700 000 bruttokontaktia, 204 000 nettokontaktia, 34,5 % nettopeitto.

1 spotti syyslomalla 8.-14.10. 340 000 bruttokontaktia, 135 000 nettokontaktia, nettopeitto 22,8 %.

Digiaudiomainonta, 5 eri spottia. Aluekohdennus toukokuussa Varsinais-Suomi ja kesäheinäkuussa Uusimaa (10 000 impressiota per viikko). Parilliset viikot 20, 24,26, 28 ja 30, touko- ja kesä-heinäkuussa viiden viikon ajan.

Digiaudiomainonnassa 50 000 bruttokontaktia, arvio nettokuuntelijoista 17 000.

8.-14.10. 10 000 bruttokontaktia, arvio nettokuuntelijoista 3 500.

Vaikuttajat ja kaupallinen yhteistyö

Saksalaiset vaikuttajat

Osallistuimme 2025 Finnlinesin markkinointikampanjaan yhdessä Rauman, Porin ja Salon kanssa. Osallistumisen bonuksena saimme kaksi saksalaista vaikuttaja vierailua Uuteenkaupunkiin.

Heiko Müller vieraili Uudessakaupungissa 5.-6.2.2025

Heiko kirjoitti Uudestakaupungista blogissaan ja teki IG postauksia.

@people.abroad | Heiko Müller

Instagram: <https://www.instagram.com/people.abroad/>

Blogi: <https://www.people-abroad.de/blog/>

<https://www.people-abroad.de/blog/westkueste-finnland/#more-35945>



Anna & Yannik vierailivat Uudessakaupungissa 7.-9.6.2025.

He kirjoittivat Uudestakaupungista blogissaan ja tekivät IG postauksia.

Blogi: Grün um die Welt

Instagram @gruenumdiewelt 175 903 seuraajaa.

YouTube -kanavalla 4190 tilaajaa. TikTok issa 6626 seuraajaa

ja 285 000 tykkäystä.



Kivaa Tekemistä.fi

Kivaa Tekemistä.fi on koko Suomen kattava vapaa-ajan media ja hakupalvelu kivalle tekemiselle. Visit Uudenkaupungin yhteistyö Kivaa Tekemistä.fi verkkosivuston ja somekanavien näkyvyydessä. Mukana myös englanninkielisen sivuston Like Finland.fi näkyvyys.

Yhteistyön sisältö: Visit Uusikaupunki Tähtikohde-näkyvyys 12 kk - löytyy ja näkyy n. 5.000 kohteen palvelusta ensimmäisten joukossa. Some- / sisältönostoja vuoden ympäri.

Bannerimainonta sivustoillamme kävijäsesongissa kesän aikana 2 kk. Näkyvyys suomeksi ja englanniksi.

Retkipaikka.fi

Sisältöyhteistyö artikkeli Retkipaikka.fi sivustolla + somenäkyvyys.

Aihe: Velhoveden rengastie pyöräillen tai autoillen, julkaisu 6/2025. Artikkelia on luettu 2321 kertaa. Facebookissa 6079 näyttökertaa, reagoiteja 171. Instagramissa katselukertoja yhteensä 16 058 ja linkin klikkauksia 172.

Mediavierailu

Veneilytoimittajat

Veneilytoimittajien kiltä teki mediavierailun Uuteenkaupunkiin 8.-9.8.2025. Vierailuun osallistui 9 eri venelehden toimittajaa.

Vierailukohteina olivat Uudenkaupungin Työvene, Pyhämaan vierassatama ja Uhririkko, Pakkahuoneen satama, Uudenkaupungin Merikeskus, Puupaatei Pakkahuoneel & Mölja Miittinki -tapahtumat sekä Ugin Työväen moottorivene-seuran retkisatama Haanperänkari. Vierailun synnyttämiä artikkeleita odotamme keväälle ja kesälle 2026.



Visit Uudenkaupungin matkailuesitteet

Kaikki esitteet ovat joko luettavissa verkosta tai esitteen tiedot löytyvät visituusikaupunki.fi sivustolta.

- Valitse Uusikaupunki -esite suomi, painosmäärä 11 000 kpl
- Choose Uusikaupunki -esite englanti painosmäärä 2500 kpl
- Välj Nystad -esite ruotsi painosmäärä 1500 kpl
- Valitse Uusikaupunki -esitteessä mukana olevien toimijoiden esittelyt ovat pääosin maksullista ilmoitustilaa.

- Keskusta-alueen kartta esite (suomi, ruotsi, englanti, saksa)
- Velhoveden rengastie -esite (suomi, englanti)
- Lasten Uusikaupunki -esite (suomi, verkossa myös englanti)
- Kulttuuripolku Uudessakaupungissa (suomi, englanti, saksa, venäjä, espanja)



Printti- ja verkkomainonta

- Turku Times**, englanninkielinen aikakauslehti jaossa Turussa 1631 hotellihuoneessa, 21 hotellia, 4-10/2025
- Varsinais-Suomen Matkaopas 5/2025**
- Saariston rengastie** -karttaesite painosmäärä n. 50 000
- Yhteismainonta matkailutoimijoiden kanssa: **20.5.Aamuset Kesäheila, Kesäjussi 27.5. ja Satakunnan Viikko & Uutisrauma 4.6.**
- Kesäjussi 27.5.2025** Ugin ja Laitilan Sanomien kesäjulkaisu
- Saaristouutiset 6/2025**
- Hufvudstadsbladet** matkailunumero 7.6.2025
- Kippari-lehti 11.6.2025**
- Pohjoismaiden suurin venelehti. Tavoittavuus printti + digi 65 800.
- Apu-lehden Matka-ekstra 12.6.2025**
- Kokonaistavoittavuus 479 000 printti + digi.
- LomaLiisa** Ugin Sanomat 8.7.2025.
- Uudenkaupungin Sanomat 28.8. ja Laitilan Sanomat 26.8.**
- Yhteistyössä yrittäjien kanssa.
- Joulunajan yhteisilmoitus matkailutoimijoiden kanssa
- 27.11. Uudenkaupungin Sanomat** (laaja jako + mökkiläiset).
- 26.11. Kaarina-lehti 28.11. Auranmaan Viikkolehti** (laajennettu jako).
- Iltalehti natiivimainos 18.6.-1.7.2025**
- Mainosnäytöt 250 010, lukukerrat 1920, uniikit lukukerrat 1931.
- Keskimääräinen luku-aika 1 min 40 s.

- ½ sivun mainos
- Aukeaman artikkeli
- Mainos karttaesitteessä
- Koko sivun ilmoitus, sama sisältö eri julkaisuissa
- ¼ sivun ilmoitus teemaopastukset
- 1 sivun artikkelimainos
- ½ sivun ruotsinkielinen mainos
- 1 sivun artikkeli, digi + printti
- Etukannen sisäpuoli, 1 sivun artikkeli
- ¼ sivun mainos teemaopastuksista
- Ilmoitus Venetsialaisista ½ sivua
- Koko sivun mainokset, sama sisältö
- Artikkeli Iltalehti.fi:ssä + Alma verkosto
- Varsinais-Suomi, Uusimaa, Satakunta ja Pirkanmaa

Yleisen elinkeinon lehti-ilmoittelu painottui imago-, tapahtuma- ja Uki Outlet -mainoksiin. Vuonna 2025 ilmoittelua lisättiin Laitilan ja Turun talousalueen medioissa, osittain Paras kaupunkikeskusta -palkinnon tuoman lisänäkyyvyyden ansiosta.

Mainokset:	2024	2025
Uudenkaupungin Sanomat	26	25
Vakka-Suomen Sanomat	14	12
Laitilan Sanomat	3	19
Turun Sanomat	0	1
Muut lehdet Varsinais-Suomen alueella	3	7
Asiantuntija-artikkelit:	4	4 (Kauppalehti, Talouselämä)
Yhteensä:	50	68

Markkinointikampanjat

100 syytä matkustaa Suomessa -kampanja

Valtakunnallinen kotimaan matkailun markkinointikampanja. Kampanja-aika 14.5.-15.8.2025. Mukana 22 kumppanikohdetta ja 123 kohdekorttia. Osallistuimme yhteispaketilla: Naantali, Uusikaupunki, Parainen, Pori ja Kustavi. Uudellakaupungilla oli kolme omaa kohdekorttia: Tarinoiden Uusikaupunki, Upea rantabulevardi ja Velhoveden rengastie. Some ja digimainontaa, ohjaus kohdekortille, vaikuttajayhteistyötä sekä valtakunnallista tv-mainontaa. Someseuraajat 69 000. Somemainonnan tuloksia: 6 177 293 näyttökertaa, 1 309 195 tavoitettua ihmistä, 47 176 linkin klikkausta sivustolle.



Finnlinesin Saksan kampanja

Osallistuminen laivavarustamo Finnlinesin saksalaisille suunnattuun laajaan markkinointikampanjaan yhdessä Rauman, Porin ja Salon kanssa. Kampanjaa toteutettiin mm. printissä, verkossa, somessa, radiossa, podcastissa ym. Osallistuimme kolmeen valittuun segmenttiin:

Outdoor activities on land and at sea

Culture and events

The three cities of old wooden houses

Kampanjan aloitus oli joulukuussa 2024 ja se jatkui keväällä 2025. Suomesta oli mukana eri alueita. Ugin, Rauman, Porin ja Salon laskeutumissivu oli Suomeen suunnatun kampanjan toiseksi suosituin. Ykkösenä Ruka ja Kuusamo, kolmantena Saimaa ja Järvi-Suomi. Kampanja on loppunut, mutta linkki

laskeutumissivustolle on yhä voimassa: <https://www.finnlines.com/de/reisetipp/finnische-westkueste/>



Ulkomainonta

Matkailun mainostaulut

Vahterusing hiihto- ja kuntoputkessa mainostaulu.
Golf-kentän laidalla kaksi kiinteää mainostaulua:
Visit Uusikaupunki ja Ukilife -yhteismainokset.

Näyttömainonta

Eventer Media, 3 mainosnäyttöä ajalla 16.6.-13.7.2025
10 sekunnin spotit, OTC:t yhteensä 2 850 000.
Kampinkulma, Helsinki 4 vk, OTC 2 000 000
Matkakeskustunneli, Tampere 4 vk, OTC 800 000.
Linja-autoasema, Turku 4 vk, OTC 50 000.



Kosketusnäyttö

Rauhanpuiston laidalla kosketusnäyttö (leasing /vuosi).
Näytöllä esitellään kaupungin omaa mainontaa + Visituusikaupunki.fi -verkkosivut.

Yleisen elinkeinon digitaaliset näytöt ja tienvarsitaulut

Digitaaliset näyttöpinnat	2024		2025	Viikkokontaktit (OTC-luku)
Turku, 5 näyttöä	17 vkoa	Turku, 5 näyttöä	19 vkoa	979 076
Rauma, 2 näyttöä	14 vkoa	Rauma, 2 näyttöä	19 vkoa	105 200
Helsinki, 4 näyttöä	8 vkoa	Helsinki, 3 näyttöä	8 vkoa	1 893 339
Tampere, 4 näyttöä	9 vkoa	Tampere, 4 näyttöä	9 vkoa	2 800 000
		Raisio, 31 näyttöä	12 vkoa	1 096 532
Uusikaupunki, 4 näyttöä	52 vkoa	Uusikaupunki, 4 näyttöä	52 vkoa	

OTC-luku – opportunity to see kertoo näyttökertojen potentiaalisen määrän per henkilö. Vuoden 2025 viikkonäkyvyyden OTC-luku on yleisen elinkeinon käyttämissä näytöissä lähes 75.000 000.

Molempina vuosina Valtatie 8- tienvarsimainos Laitilassa 52 viikkoa ja Korihaiden yhteistyösopimuksen Ruutu-mainostila koti- ja vieraspeleissä. Kesän jälkeen on aloitettu tapahtumamainonta Wintterin pikkunäytöissä ja Korihaiden pelien aikaan sekä tapahtuma- että Ukilife-mainonta Uusikaupunki Areenan diginäytöissä.



Näyttöpintojen erittelyt paikkakunnittain:

Turku:	Hämeen valtatie, Naantalin pikatie, Satakunnantie, Tampereen valtatie
Kauppakeskus Mylly:	Näyttöjä 30 kpl kauppakeskuksen sisätiloissa
Ohikulkutie Raisio:	Iso näyttöpinta, Kauppakeskus Myllyä vastapäätä
Rauma:	Valtatie ja Nortamonkatu
Helsinki:	Kaivopiha, Mannerheimintien Tullinpuomin valoristeyksen 2 näyttöpintaa
Tampere:	Ratina, Tampereen vt, Hervannan valtaväylä, Paasikivenkatu, Teiskontie
Uusikaupunki:	Kauppatori, Rauhanpuisto, kirjasto, K-Itäpoiju, Golf-ravintola

Vuonna 2025 lisätty digitaalisten näyttöjen määrää Turun talousalueella. Entisten tienvarsipaikkojen lisäksi ostettu näkyvyyttä Kauppakeskus Myllyn ja Raision ohikulkutien uuteen näyttöpintaan. Kaikki näyttöpintamainokset on tuotettu itse.

Uudet asukkaat

Uuteenkaupunkiin muuttaneille yli 18-vuotiaille lähetetään kuukausittain Uuden asukkaan tervetulokirje. Kirjeessä uusi uusikaupunkilainen saa henkilökohtaisen aktivointikoodin Muuttajan Uki -sovellukseen, joka tarjoaa rahanarvoisia etuja paikallisten yritysten tuotteisiin ja palveluihin. Edut ovat kaupungin ja yritysten yhteinen tapa toivottaa uudet asukkaat tervetulleiksi. [Muuttajan Uki -sovellus | Uudenkaupungin kaupunki](#)

Kirje on sekä suomen- että englanninkielinen. Uusille asukkaille järjestettiin syksyllä 2025 tervetuloilaisuus Wintterissä, ja tilaisuuden jälkeen he pääsivät seuraamaan Korihaiden ottelua. Osallistujia oli lähes 100.

Vapaa-ajanasukkaat

Uudessakaupungissa mökin omistaville ulkopaikkakuntalaisille postitetaan keväisin tervehdyskirje, Mökkiläiskirje, jossa tiedotetaan kaupungin ajankohtaisista asioista ja tapahtumista. Kirje lähetettiin 3 300 talouteen. Mökkiläiskirjeen voi tilata myös sähköisesti.

Opiskelija- ja korkeakouluysteistyö

Uralle Ukiin -tapahtuma

Turun ja Satakunnan alueen korkeakouluopiskelijat kutsuttiin tutustumaan Uudenkaupungin elinkeinoelämään helmikuussa. Tapahtuma oli viides korkeakouluopiskelijoille vuosittain järjestettävä tutustumispäivä. Tapahtumapäivä sisälsi yritysvierailuja sekä minimessut Novidassa, jossa yrityksillä ja kaupungilla oli omat rekry- ja esittelypisteensä. Päivä päättyi yhteiseen illanviettoon ja kisailuihin.

Valmistuvat opiskelijat

Elinkeinopalvelut huomioi Uudenkaupungin kouluista valmistuvia opiskelijoita kukkatervehdyksin valmistujaispäivinä. Lukion ja Novidan opiskelijoille jaettiin 302 ruusua vuonna 2025. Huomiomme myös Novidan Tuva-opiskelijat ensimmäistä kertaa.

Hehku Appro

Hehku-karnevaalin yhteydessä järjestetty Appro-tapahtuma lokakuun lopussa toi jälleen korkeakouluopiskelijoita Uuteenkaupunkiin. Kyseessä oli kolmas Appro-ilta, ja tapahtumaan osallistui lähes 200 uusikaupunkilaista opiskelijaa ystävineen. Tapahtuman tavoitteena on muistuttaa opiskelijoita alueen työmahdollisuuksista heidän valmistumisensa jälkeen ja tutustuttaa ystävät Uuteenkaupunkiin.

Find Your Future-tapahtuma

Uusikaupunki ja uusikaupunkilaiset yritykset harjoittelu- ja lopputyöpaikkana oli esillä marraskuussa TURUN AMK:n järjestämässä rekrytapahtumassa oppilaitoksen tiloissa.

Markkinointi- ja myyntituotteet

Jako- ja myyntituotteita tapahtumissa, tilaisuuksissa ja matkailutoimistossa ja Uki Outlet-myymälässä.

Ukilife-painatus:

Crossbag, eväsrasia, huopakori, kylmälaukku, pellavapyyhe, pastillirasia

Uusikaupunki-painatus:

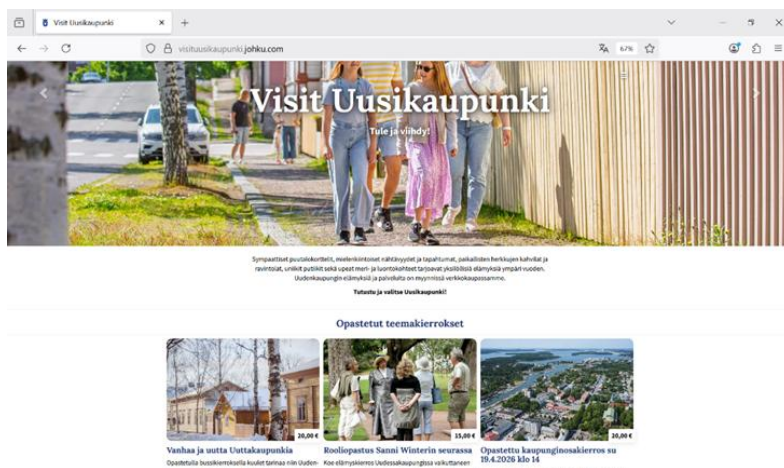
Kahvipurkki, hamampyyhe, haalarimerkit, kangaskassi

Visit Uusikaupunki -painatus:

Mikrokuituliina, avaimenperä, huulirasvat, magneetit, muki, postikortit



Verkkokauppa: visituusikaupunki.johku.com



Visit Uudellekaupungille avattiin keväällä 2025 uusi Johku-verkkokauppa, joka kokoaa yhteen kaupungin monipuoliset teemalliset opastuskierrokset ja muut elämyspalvelut helposti verkossa ostettaviksi. Vuonna 2025 sivustolla oli tarjolla 13 erilaista teemakierrosta ja 24 opastuskertaa, kuten kaupunkikävelyitä, luontoretkeä, lasten kierroksia ja historiallisia rooliopastuksia. Lisäksi myös muut Johku-alustaa käyttävät palveluntarjoajat voivat tuoda omat tuotteensa esille tälle sivulle – esimerkkinä elokuvateatteri Kuvalan tuotteet, jotka ovat jo mukana valikoimassa. Opastuskierroksille myytiin verkkokaupan kautta vuoden aikana 226 lippua.

Coastal Gems – rannikon helmet kiertomatkapaketit

Olemme mukana 13 eri organisaation matkailuyhteistyössä, jossa olemme työstäneet eri teemaisia kiertomatkapaketteja Suomen rannikolla, kansainvälisille matkailijoille ja matkanjärjestäjille.

Valitut teemat: [“Slow Down & Recharge in Coast & Archipelago Nature \(incl. Lighthouses\)”](#), [“Historical old wooden towns and ironworks villages”](#) ja [“Architecture, Culture and Design”](#).

Paketeissa ovat mukana: Raahe, Kokkola, Seinäjoki, Kristiinankaupunki, Pori, Rauma, Uusikaupunki, Salo, Hanko, Raasepori, Porvoo, Sipoo, Kotka-Hamina. Paketteja markkinoidaan kansainvälisille matkanjärjestäjille.

Nano.Paljon.fi

Käytössä kilpailujen ja kyselyiden tekemiseen oma ohjelma, jolla kerätään asiakasrekisteriä. Ohjelma mahdollistaa uutiskirjeiden lähetyksen kerätylle asiakasrekisterille. Rekisterissä on tällä hetkellä 1872 markkinointiluvan antanut tilaajaa, jolle lähetetään ajankohtaisia matkailu-uutisia noin 3-4 kertaa vuodessa.

Visit Finlandin DATAHUB

Datahub on tietokanta, johon matkailupalveluja tuottavat yritykset voivat rekisteröityä ja tallentaa tietoa yrityksestään sekä tarjoamista tuotteista ja palveluista. Rajapinnan kautta yritys- ja tuotetietoa voidaan hakea moniin eri kanaviin, kuten Visit Finlandin verkkokanaviin ja kampanjoihin, alueellisille verkkosivuille, kaupallisille toimijoille ja moniin muihin kanaviin. Matkailutoimisto huolehtii Uudenkaupungin kohteiden kuratoinnista ja ylläpidosta.

Ryhmäohjelmat ja opastukset

Matkailutoimisto laatii ohjelmia täällä vieraileville ryhmille muutamasta tunnista vaikka pariksi päiväksi. Vuonna 2025 matkailutoimisto laati ryhmäohjelman ja tai välitti opastuksen 82 ryhmälle (v. 2024 57 ryhmää), osallistujia oli 2249.

Matkailutoimijoiden yhteistapaamiset

Matkailutoimisto järjestää kaksi kertaa vuodessa alueen matkailutoimijoille yhteiset tiedotus- ja verkostoitumistilaisuudet, joissa käsitellään kulloinkin ajankohtaisia matkailuasioita ja vaihdetaan kuulumisia osallistujien kesken. Kevään tapaaminen järjestettiin 28.5. Rairannan karavaanarialueella ja siihen osallistui 33 toimijaa. Syksyllä tapaaminen oli 29.10. monitoimijatalo Wintterissa ja osallistujia oli 39.



Matkailuneuvonta ja asiakasseuranta

Matkailutoimisto on ollut avoinna v. 2025 huhti-toukokuussa ja syyskuussa ma-pe klo 10-15, kesä-elokuussa ma-pe klo 10-17. Muina aikoina asiakkaita on palveltu puhelimitse ja sähköpostitse, arkisin klo 10–15. Matkailutoimiston kävijäseurannan mukaan toimistossa vieraili kesä-elokuussa reilu 2000 asiakasta. Kesä- ja heinäkuussa heistä yli 40 % oli ulkomaalaisia matkailijoita. Elokuussa ulkomaalaisia oli yli 60 %. Eniten ulkomaalaisia tuli Saksasta, muista maista: Ruotsi, Hollanti/Alankomaat, Viro, Latvia, Liettua, Slovenia, Tanska, Italia, Espanja, Ranska, Kreikka ja Uusi-Seelanti.



Visitoryn matkapuhelinten liikkumisdata

Matkailutoimisto on ostanut Visitory Oy:lta tutkimustietoa matkapuhelinten liikkumisdatasta touko-elokuun ajalta. Sen avulla voidaan mitata seutukunnan ulkopuolelta saapuneiden kotimaisten matkailijoiden määrää. Luvuissa ovat mukana vapaa-ajan asukkaat, joiden kotipaikka ei ole Vakka-Suomessa. Luvuista puuttuvat ulkomaalaiset matkailijat. Liikkumisdatan mukaan touko-elokuussa Uudessakaupungissa vieraili seutukunnan ulkopuolelta 423 781 kotimaista matkailijaa. Heistä valtaosa, 48,85 %, tuli muista Varsinais-Suomen kunnista, pääasiassa Turusta. Toiseksi eniten matkailijoita saapui Satakunnasta (35,75 %), Uudeltamaalta (7,53 %) ja Pirkanmaalta (3,77 %). Loput tulijat jakautuivat pienemmillä osuuksilla eri maakuntien

kesken. Vähiten matkailijoita oli Pohjois-Karjalasta (0,03 %) ja Lapista (0,01 %). Kuukausittaiset luvut jakautuivat seuraavasti: toukokuussa 90 292, kesäkuussa 104910, heinäkuussa 118 266 ja elokuussa 110 313 matkailijaa.

Elinkeinopalveluiden henkilökunta ja työllistävä vaikutus

Elinkeinopalveluissa ovat vakituisesa virka- ja työsuhteisssa elinkeinojohtaja, markkinointi- ja tapahtuma-koordinaattori sekä matkailusuunnittelija. Matkailutoimisto on työllistänyt kaksi määräaikaista matkailuneuvojaa: toisen huhti–joulukuun ajaksi ja toisen kesä–elokuussa.

Tul toril -tapahtumien toteutusta varten palkattiin kesäksi torikoordinaattori.

Uki Outlet -kesämyymälä työllisti sen aukioloajan aikana kolme työntekijää.

Lisäksi Pyhämaan vierassatamassa työskenteli kesätyöntekijä kesä–elokuun ajan.

Markkinoinnin kustannukset matkailu

Visituusikaupunki.fi verkkosivut	610 €
Tapahtumakalenteri ½ vuosimaksusta	1800 €
Somemarkkinointi ja Tik tok apuri	3400 €
Messut ja markkinointitapahtumat	7320 €
Radiomainonta	7600 €
Vaikuttajat ja kaupallinen yhteistyö	3880 €
Matkailuesitteet	
Esitteiden taitto ja painatus	18 995 €
Tuotto ilmoitusmyynnistä	18 075 €
Nettokustannus esitteistä	920 €
Printti- ja verkkomainonta	13 190 €
Markkinointikampanjat	5500 €
Ulkomainonta	950 €
Nano.paljon.fi	1900 €
Kosketusnäyttö leasing-osuus	2113 €
Yhteensä	49 183 €

Markkinoinnin kustannukset yleinen elinkeino

	2025	2024
Lehti-ilmoitukset	34 441 €	16 388 €
Näyttötaulut	49 883 €	52 980 €
Somemarkkinointi	7 017 €	4 343 €
Yhteensä	91 341 €	73 712 €