

Visit Estonia tegevused ja plaanid 2026



Orvika Reilend

Turismi fookusvaldkonnajuht

Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus

Turismi struktuuripuu

Turismi fookusvaldkonnajuht: Orvika Reilend (Strateegia- ja finantsosakond)

Turismikliendi tiim (11 inimest)

- Tiimijuht: **Agnia Nast**
- Turujuhid: **Kristiina Talisainen, Malle Kolnes, Evely Baum-Helmis, Kadri Koor, Kristiina Kästik**
- Teemajuhid: **Helina Andrushevitsus, Mario Kalmre**
- Sihtkohtade arendusjuht **Kristiina Jors**
- Projektijuht **Liis Läte**
- Äriturismi projektijuht **Kaie Tropp**

Strateegia- ja finantsosakond (2 inimest)

- Turismi analüütik **Airi Purge**
- Uuringute koordinaator **Piret Kallas**

Turundus- ja kommunikatsiooniosakond (9 inimest)

- Sisuloome projektijuht **Maarja Soopalu**
- Välismeedia projektijuht **Diana Aljas**
- Välismeedia juht **Eeva Lillemägi**
- Turismiinfo koordinaator **Anu Villmann**
- Turunduse projektijuht **Kaarel Kövatu**
- Multimeedia spetsialist **Martti Volt**
- Digiturunduse analüütik **Ingrid Veermets**
- Sotsiaalmeedia spetsialist **Jane Skripitsõna**

Ärikliendi ja platvormteenuste osakond (2 inimest)

- Turismiinfosüsteemi teenusejuht **?**
- Turismiinfosüsteemi spetsialist **Elen Juurma**

Turismi eesmärgid

Prioriteetsete sihtturgude (15)
reisisteenuste eksport:
2026 - 1,34 miljardit
2029 - 1,5 miljardit
(2025 oli 1,26 miljardit eurot)

Äriturismi osakaal kõikidest
ööbimistest:
2026 - 21%
2029 - 24,5%
(2025 oli 20,2%)

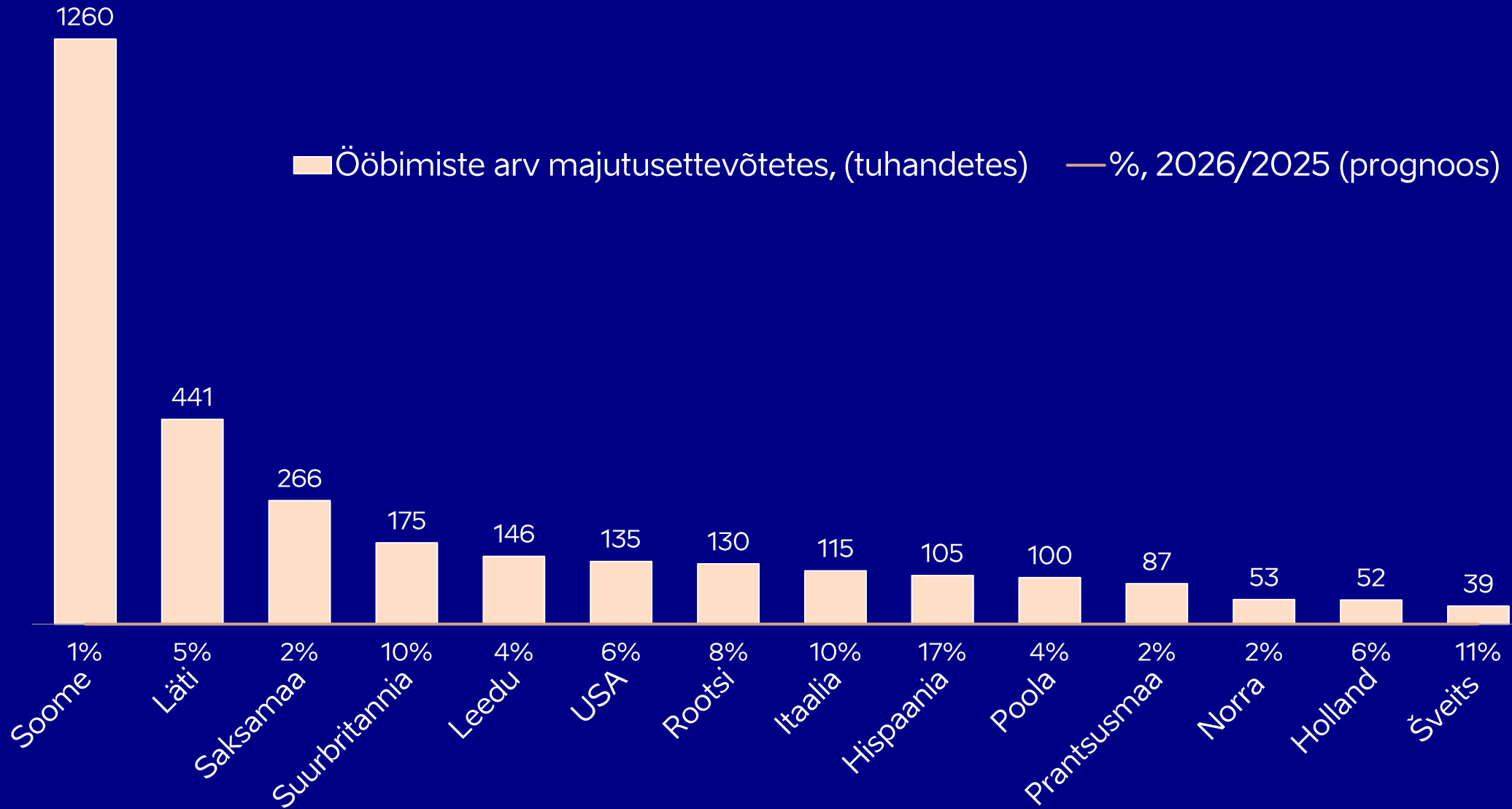
Kliendi rahulolu EIS-i teenuste ja
teenindusega:
> 4,0

Ööbimiste osakaal väljaspool
Tallinna vähemalt:
2026 - 50%
2029 - 53%
(2025 oli 49%)

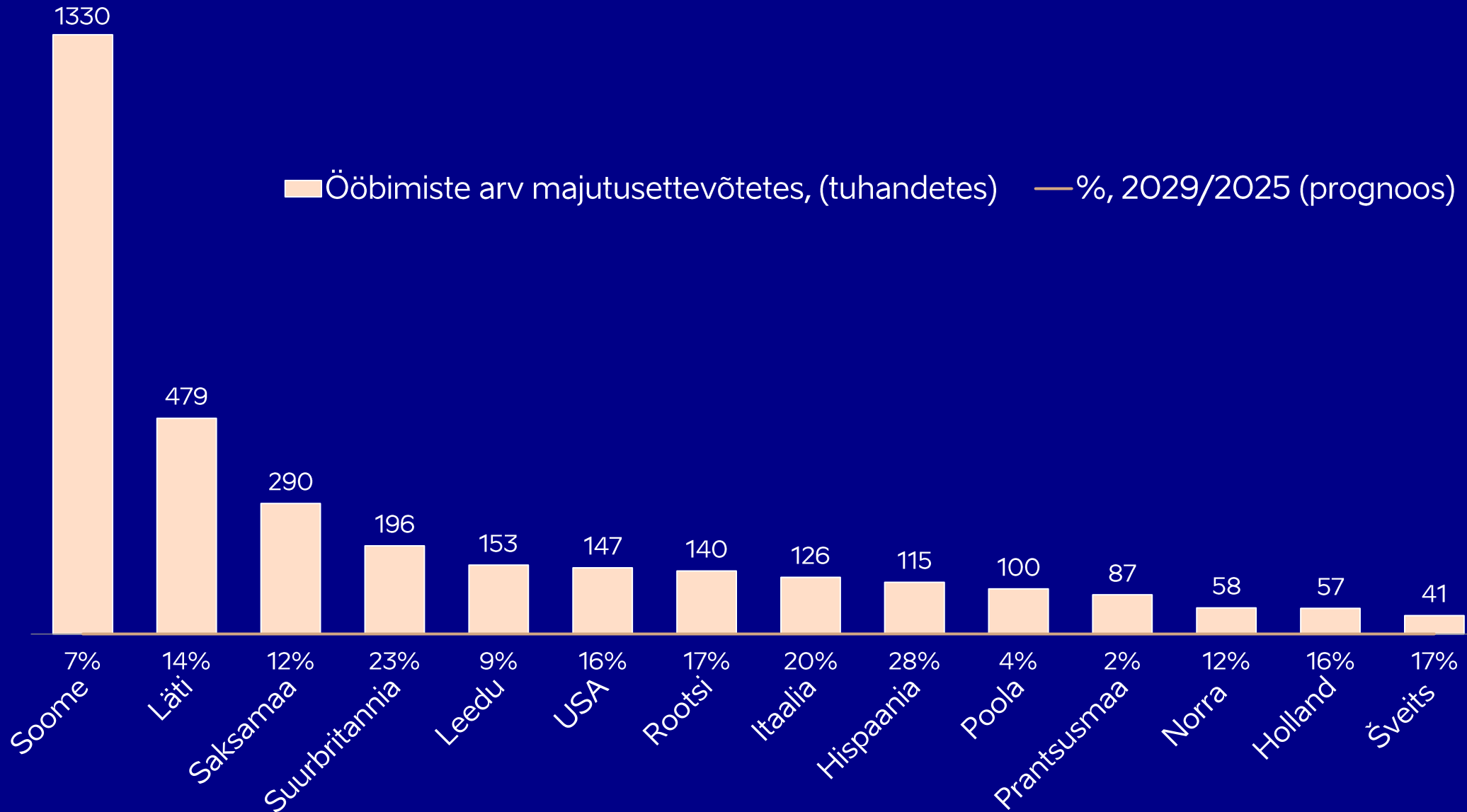
Lisandunud/täiendatud toodet
välisurgude reisikorraldajate
tooteportfellis:
2026 - 100
2029 - 500
Informeeritud edasimüüjad:
2026 - 500
2029 - 2500

MKMi toetatud sündmustega lisandub
aastatel 2026–2029 välisküllastajate
ööbimisi vähemalt 140 000
(2022-2025 oli see 135 000)

Sihtturgude ööbimiste prognoos 2026



Sihtturgude ööbimiste prognoos 2029



Sihtturud

Küpsed turud

Soome, Läti

(B2C, kommunikatsioon, B2B FIN only)

Skaleeritavad turud

Saksamaa, UK

(B2C, kommunikatsioon, B2B)

Valideeritavad turud

Rootsi, Norra, Itaalia, Hispaania, Holland

(B2C SWE/NOR only, kommunikatsioon, B2B)

Minimaalse panusega turud

Leedu, Poola, Šveits, Austria

(kommunikatsioon, B2B, B2C LIT/POL min only)

Globaalne turg

USA, Jaapan, turgude ülene

(B2B fookustatud tugi)

Turismiturundus ja müügitegevused välisurgudel

- Suhtekorraldus ja kommunikatsioon
- Lõpptarbijale suunatud turundustegevused (kampaniad, digiturundus, sotsiaalmeedia, sisuloome)
- Sündmusturundus (suursündmustega koostöö) ja kultuur
- Toiduturismi turundus (sh Michelin)
- Müügiedendustegevused sihturgudel (FAM reisirid, messid, kontaktüritused, workshopid, OTA-kampaniad)
- Äriturismi tegevused
- Turundusalane koostöö vedajatega (lennufirmad, laevafirmad, bussifirmad)
- Turismi andmeruumi arendused
- Sihtkohtade (DMOde) arendamine
- Digitaliseerimine ja kestlikkus
- Tervikliku külastajateekonna arendus (TIS, Visit Estonia)
- Turismi rahvusvaheliste organisatsioonide töös osalemine (ETC)

Fookused 2026. aastal

- **Äriturismi.** Äriturism on kõrgeima lisandväärtusega turismitööstuse osa, kus külastaja kulutus ja majanduslik mõju on oluliselt kõrgem kui tavaturismis. Konverentside andmebaasi (Meetings.ee) põhjal osales 2024. aastal Eestis rahvusvahelist konverentsidel 42 825 välituristi, kes kulutasid Eestis kokku ca 45 miljonit eurot.
- **Sündmusturismi.** Sündmuse väliskülastaja viibib Eestis samuti pikemalt kui tavaturist keskmiselt (50+%) ja kulutab keskmiselt rohkem. 2025. aastal tegi Visit Estonia koostööd 20 sündmusega, mille väliskülastajad kulutasid hinnanguliselt Eestis 28 miljonit.
- **Andmed.** Et teha turismis tarku otsuseid, on vaja tegeleda veelgi enam andmetega. EIS on seadnud eesmärgiks arendada turismi andmeruumi luues turismiandmete infrastruktuuri, mis ühendab killustunud andmeallikad, pakub reaajas töölaudu ja prognoose ning toetab andmepõhist otsustamist, turundust ja investeringuid.



Äriturism

Miks:

- Äriturism on kõrgeima lisandväärtusega turismitööstuse osa, kus külastaja kulutus ja majanduslik mõju on oluliselt kõrgem kui tavaturismis.
- Rahvusvahelised konverentsid ja erialaüritused toovad Eestisse raha, teadmisi ja pikaajalisi koostöösuhteid, mis ulatuvad turismist kaugemale.

Sihtrühm: rahvusvahelised erialaliidud ja assotsiatsioonid, teadus- ja innovatsioonivõrgustikud, rahvusvahelised konverentsi- ja korporatiivürituste korraldajad

Eesmärgid:

- Tuua Eestisse kõrge majandusliku mõjuga rahvusvahelisi konverentse ja korporatiivsündmusi.
- Suurendada turismitulu ja eksporditulu, sh väljaspool tipphooaega.
- Kasvatada Eesti nähtavust ja usaldusväarsust teadus- ja ärikoostöö sihtkohana.

Planeeritud tegevused:

- Koostöö EKB-ga: teavitustöö, müügitöö
- Kontaktüritused – 13, Rahvusvahelised messid – 2 (IMEX, IBTM), FAM-reisid ja kohavaatlused – 6, Õppereis ettevõtjatele – 1, Praktiline töötuba ettevõtjatele – 1

Turismi tegevuskava 2026–2029 eesmärk: Välis turistide tööreiside ööbimiste osakaal kõikidest välis turistide ööbimistest majutusettevõtetes 2029. aastal 24,5% (võrdluseks baastase 2023. aastal 22,6%).

Sündmusturism

Miks:

- Eesti kui sihtkoha tuntuse suurendamine läbi kultuuri- ja spordisündmuste
- Regionaalselt laialdaselt ja madalhooajal toimuvate sündmuste arendamine.

Sihtrühm: kultuuri- ja spordisündmuste huvilised sündmuste peamistelt turgudelt – 50 sündmust

Väljundid:

- Sündmuste võimestamine fookusturgudel, sündmuste ja tegevuste valikul lähtume kõige mõjusamatest, suunates tähelepanu ka aastaringsusele ja regionaalsusele.
- Eesti kui brändi tugevdamine ja nähtavus läbi spordi- ja kultuurisündmuste laialdase meediakajastuse
- Sündmuse välisküllastaja viibib Eestis pikemalt kui tavaturist keskmiselt (50+%) ja kulutab keskmiselt rohkem. 2025. aastal tegime koostööd 20 sündmusega – nende hinnanguline kulutus Eestis 28 miljonit (KUM arvutuste põhjal 30 miljonit)

Eesmärgid:

Korduvalt toimuvate suursündmuste välisküllastajate (veedetud ööde hulk) kasv 5% (EIS suursündmuste ja KUM majandusliku mõju meetmest toetatud sündmused).

Turismi tegevuskava 2026–2029 eesmärk: Toetatud sündmuste välisküllastajate arv on kasvanud. MKMi toetatud sündmustega lisandub aastatel 2026–2029 välisküllastajate ööbimisi vähemalt 140 000 (võrdluseks: 2022–2025 oli MKM toetatud sündmuste välisküllastajate arv 135 000)

Turismi andmeruum

Miks:

- Turismiandmed on täna killustunud eri süsteemides (TIS, DMO-d, riik, platvormid), mis piirab andmepõhist juhtimist ja aeglustab reageerimist turumuutustele.
- Puudub ühtne ja ajakohane ülevaade nõudlusest, külastajate käitumisest ning turundustegevuste mõjust.
- Andmete taaskasutus on vähene: ettevõtetel ja arendajatel on keeruline luua uusi teenuseid ning külastajate digitaalsed teekonnad jäävad katkendlikuks.

Eesmärk: luua Visit Estonia juhtimisel riiklik turismiandmeruum, mis toetab andmepõhist otsustamist, tõhusamat turundust ja kõrgemat turismi lisandväärtust.

2026. a fookus: vundamendi ja esmase praktilise väärtuse loomine.

- 1. turismiandmeruumi sihtmudeli (sh konkreetsete juhtumite) ning koostöömudeli kokku leppimine.
- 2. prioriteetsete andmeallikate koondamine.
- 3. pilootanalüütika käivitamine.
- 4. turundusandmete ja nõudlusindikaatorite sidumine otsuste toe loomiseks.

Turismi tegevuskava 2026–2029 eesmärk: Kasutusele on võetud AI-põhine analüütika ja prognoosimudelid ressursiplaneerimises ja turunduses. Koostöös turismi teadus- ja arendusasutustega on käivitatud vähemalt neli projekti (üks projekt aastas), esimene projekt 2026. a lõpuks.

SOOME

Fookused:

- kultuur ja sündmused (sh. sport)
- toit
- heaolu/tervis/spaa/looduses liikumine (sh golf, Komoot),
- tegevused, elamused peredele,
- tegevused, elamused gruppidele (sh. sõbrannade reisirid)
- kestlikud valikud

Olulised märksõnad: hinnatundlikkus, "tavaline soomlane", uued külastuskohad (+1 strateegia), madalhooaeg, koolivaheajad ja pühad, sõbralik klienditeenindus/kvaliteet.

Sihtrühmad:

- **B2C sihtrühm:** 25–55-aastased Helsingi ja lähiümbruse elanikud (sh korduvkülastajad).
- **Meedia, mõjutajad**
- **B2B:** Soome reisikorraldajad, korporatiivid, rühmakogujad, laevafirmad.

Väljundid: Nähtavus ja reisirühmade loomine sihtrühmadele. sh madalhooajal ja Tallinnast väljapoole. Samuti suurendada teadlikkust ning edendada turismiteenuste eksporti.

Konkreetsed eesmärgid: Ööbimiste taseme hoidmine, 2026 ööbimiste arv 1 260 000 (kasv 1%).





Põhinäitajad 2025

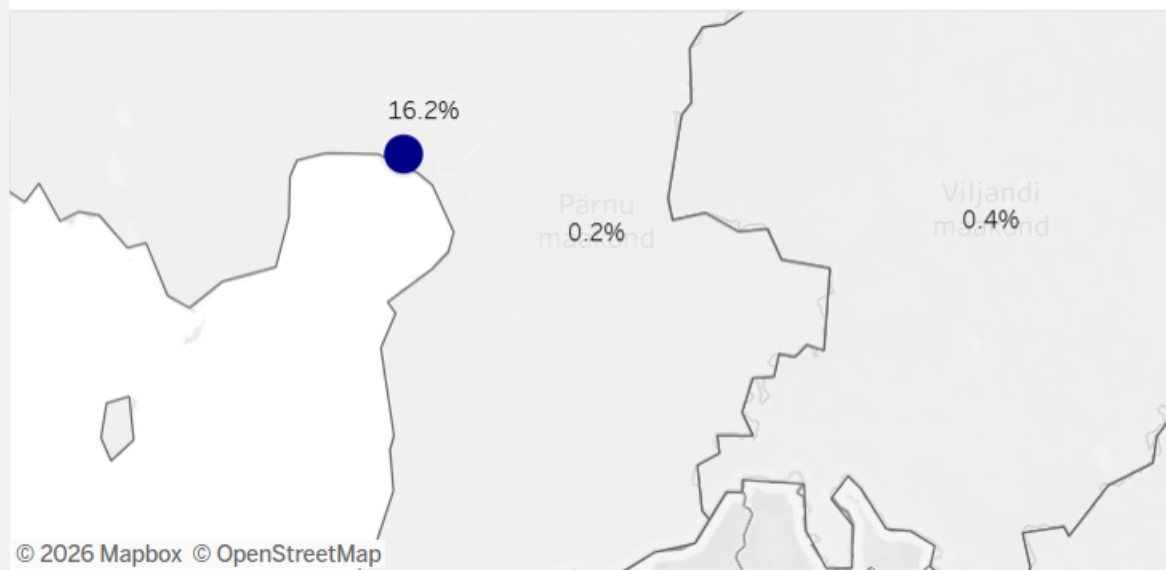
Ööbimiste arv
1,242,533
(12 kuud)
▼ -3.9% vs 2024

Majutatute arv
672,689
(12 kuud)
▼ -3.4% vs 2024

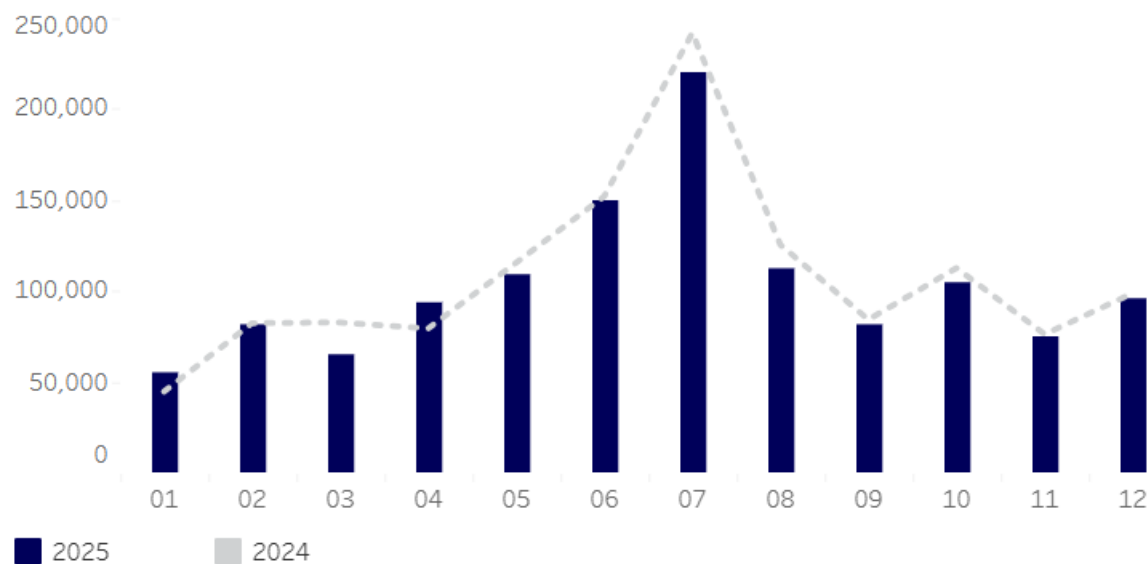
Sihtturu osakaal välituristide ööbimistest

Soome 32.7%

Sihtturu ööbimised piirkondades 2024



Ööbimised kuude lõikes



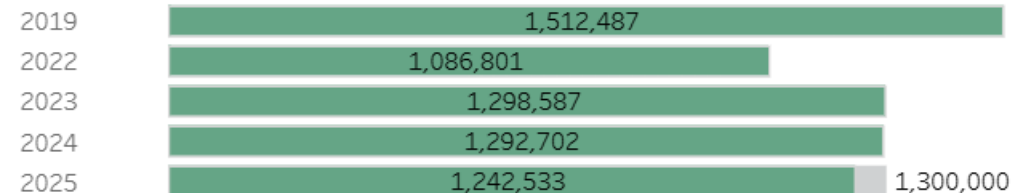
Reisiteenuste eksport Sihtturu kulutused Eestis

Proгноос Tulemus



Ööbimised majutusettevõtetes

Proгноос Tulemus



LÄTI

Fookused:

- Spaad ja kvaliteetsed heaolukeskused.
- Kultuurielamused ning peredele huvitavad atraktsioonid.
- Aastaringelt toimuvad põnevad sündmused.
- Ainulaadsed piirkonnad.
- Saared ja nendega seotud kogemused.

Sihtrühm:

Kõrgema sissetulekuga 25–55-aastased Riia ja lähiümbruse elanikud.

Väljundid:

Suurem küllastajate arv erinevates piirkondades.

Konkreetsed eesmärgid 2026: Ööbimiste arv 441 000 (kasv 5%).



SAKSAMIAA

Fookused:

- Loodus ja aktiivne puhkus: Komoot Outdoor-App, golf
- Jätkusuutlikkus, Slow Travel, teadlik reisimine, Under-the-Radar, Off-the-Grid-sihtkoht, Coolcation
- Kultuur: Laskesuusatamise MK etapp (2026) ja MM ja MK etapp (2027), noor kultuur (festivalid), PR eriprojekt *City Partnership Berlin*
- Toit: Rahvusvahelised restoranigiidid + Plant-Based Culinary
- Reisistiilid: Sport, Bleisure & Workation, Mindful Luxury

Sihtrühmad:

- **B2C:** 25–55-aastased Berliini, Hamburgi, Müncheni ja Frankfurdi elanikud.
- **B2B:** 25–34 ja 45–64-aastased, kes reisivad koos kaaslaste või lastega.

Väljundid:

- Teadlikkuse tõstmine Eesti kui põhjamaise, aastaringse ja eristuva reisisihtkoha kohta. Eesti omatoodete kasv.
- Piisavate reispõhjuste loomine sihtrühmadele.

Konkreetsed eesmärgid 2026: Ööbimiste arv 266 000 (kasv 2%).





Põhinäitajad 2025

Ööbimiste arv
258,047
(12 kuud)
▲ 3.0% vs 2024

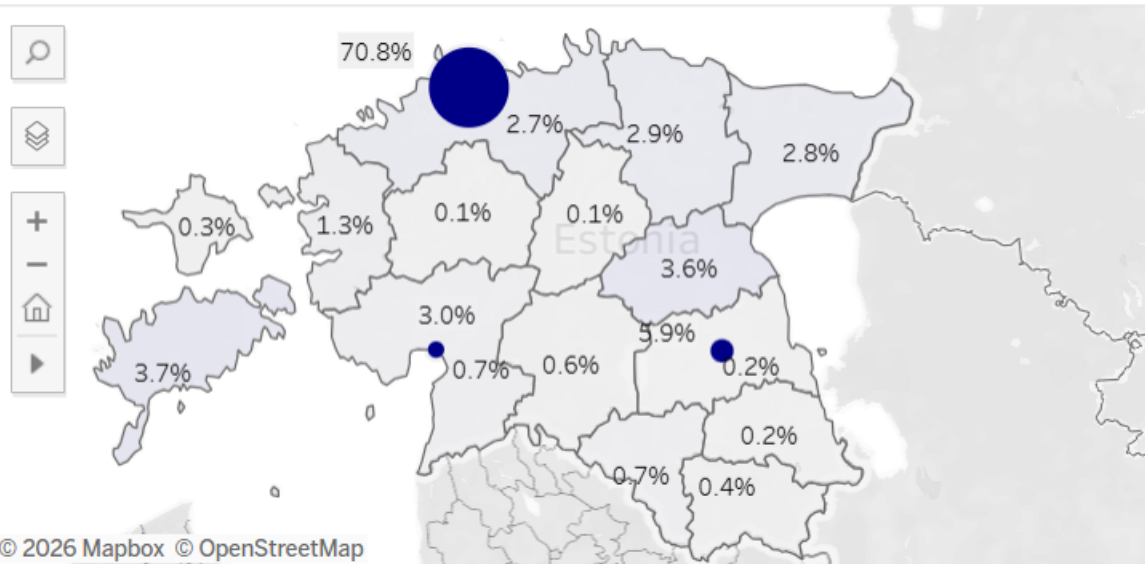
Majutatute arv
131,801
(12 kuud)
▲ 12.8% vs 2024

Sihtturu osakaal välituristide ööbimistest

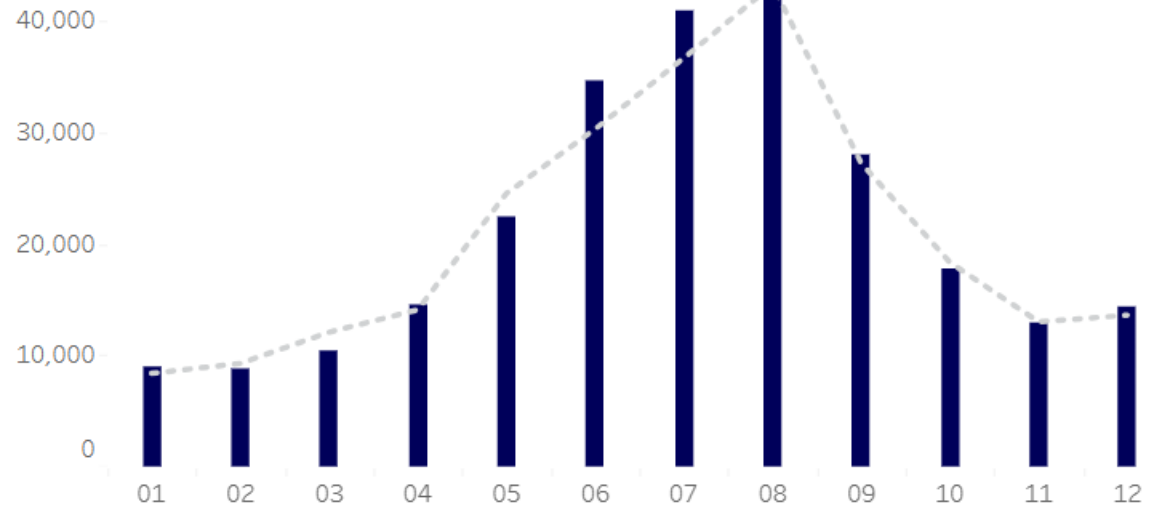
■ 2025 ■ 2024

Saksamaa 6.8%

Sihtturu ööbimised piirkondades 2024



Ööbimised kuude lõikes

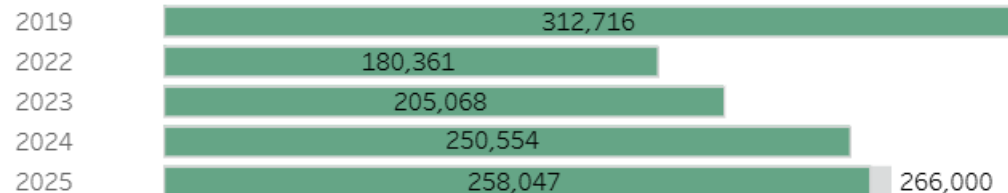


Reisiteenuste eksport Sihtturu kulutused Eestis



Ööbimised majutusettevõtetes

■ Prognosis ■ Tulemus



ROOTSI

Fookused:

- **Kultuur:** UNESCO pärand, kultuurisündmused, mõisad, muuseumid ja kunstielamused.
- **Toit:** Väiketootjate tooted, Michelin'i restoranid, kohalik ja regionaalne köök, autentsete maitsete kogemused.

Sihtrühm:

25–55-aastased paardid Stockholmi, Malmö ja Göteborgi piirkonnast.

Väljundid:

- Teadlikkuse tõstmine Eesti kui atraktiivse reisisihtkoha kohta.
- Piisavate reisipõhjuste loomine.
- Pöörata tähelepanu alternatiivsetele reisivõimalustele, mis ei sõltu ainult lendamisest.

Konkreetsed eesmärgid 2026: Ööbimiste arv 130 000 (kasv 8% 2025/26).





Põhinäitajad 2025

Ööbimiste arv

121,966

(12 kuud)

▲ 5.8% vs 2024

Majutatute arv

57,692

(12 kuud)

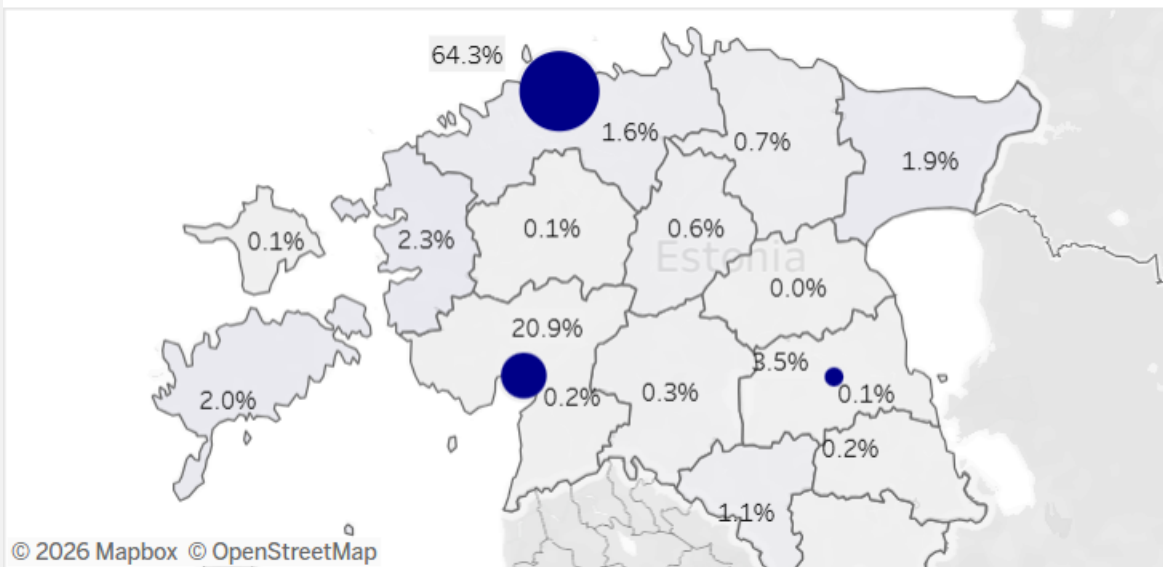
▲ 10.5% vs 2024

Sihtturu osakaal välituristide ööbimistest

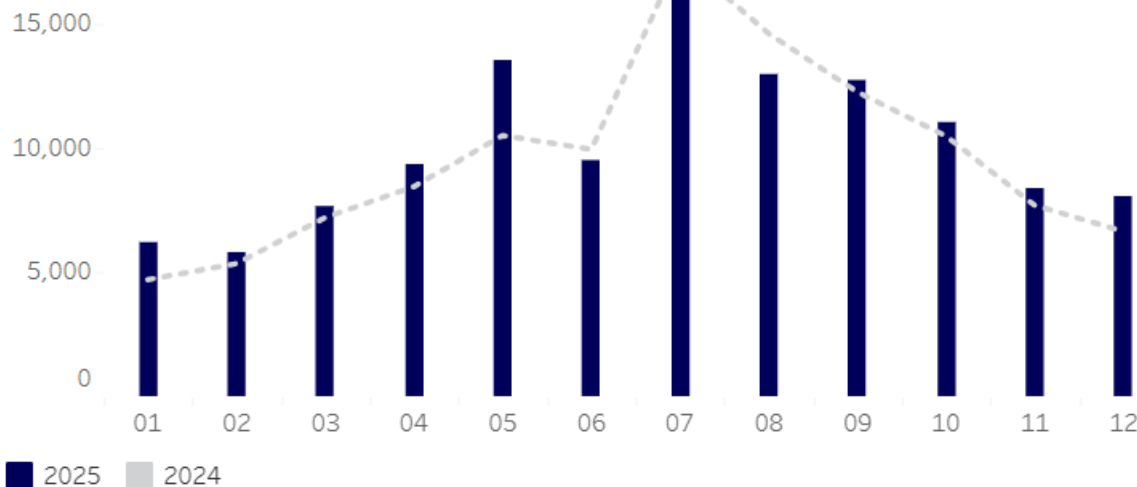
Rootsi

3.2%

Sihtturu ööbimised piirkondades 2024



Ööbimised kuude lõikes



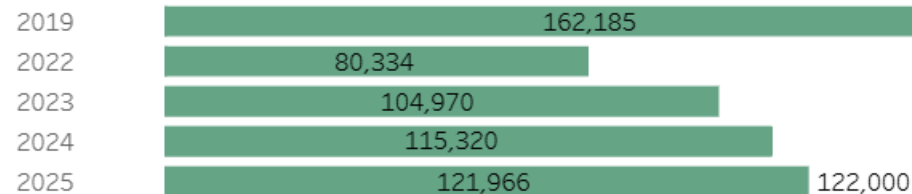
Reisiteenuste eksport Sihtturu kulutused Eestis

Proгноос Tulemus



Ööbimised majutusettevõtetes

Proгноос Tulemus



Aitäh!

