

Saare maakonna ettevõtjate
tagasiside 2025 turismiaastale

üldine

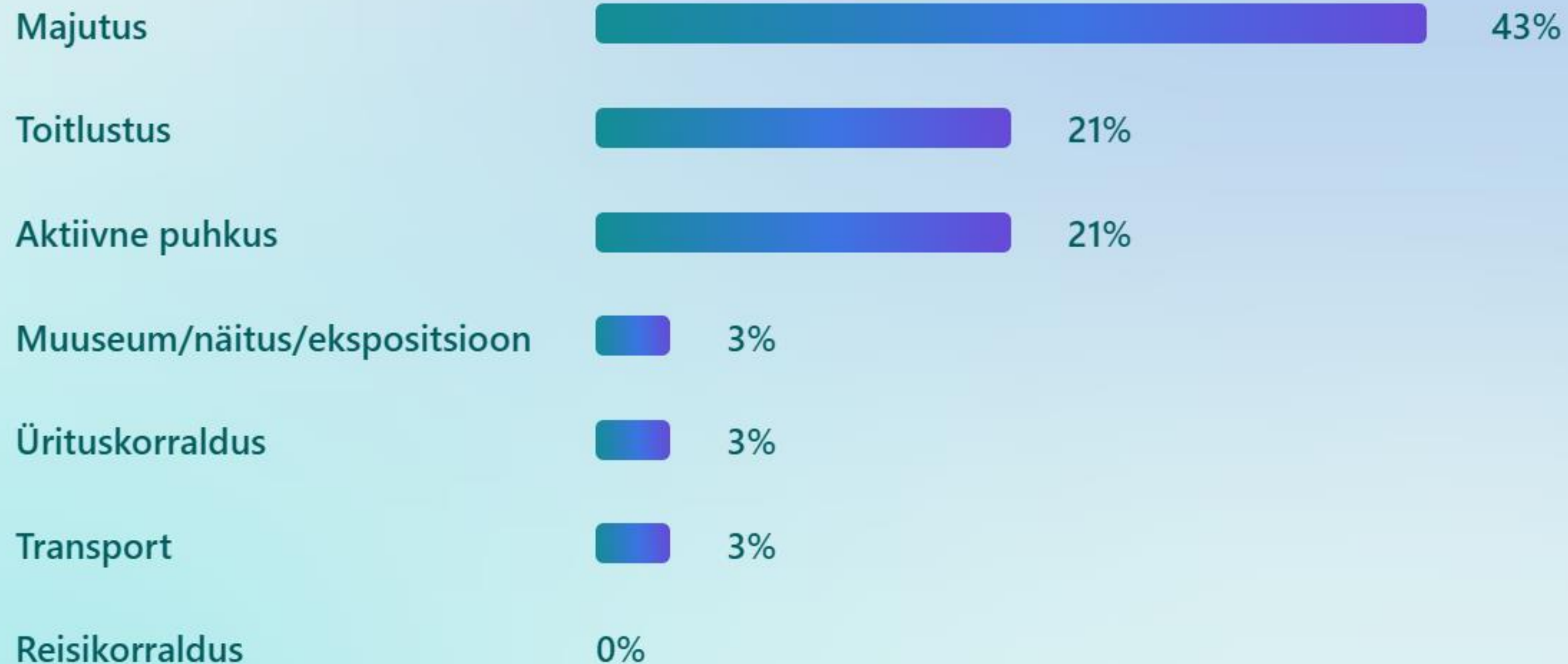
Vastajad: Saare maakonna
turismiettevõtjad

Küsitlus toimus: nov-dets 2025

Vastajate arv: 34 (2 rohkem kui 2024)

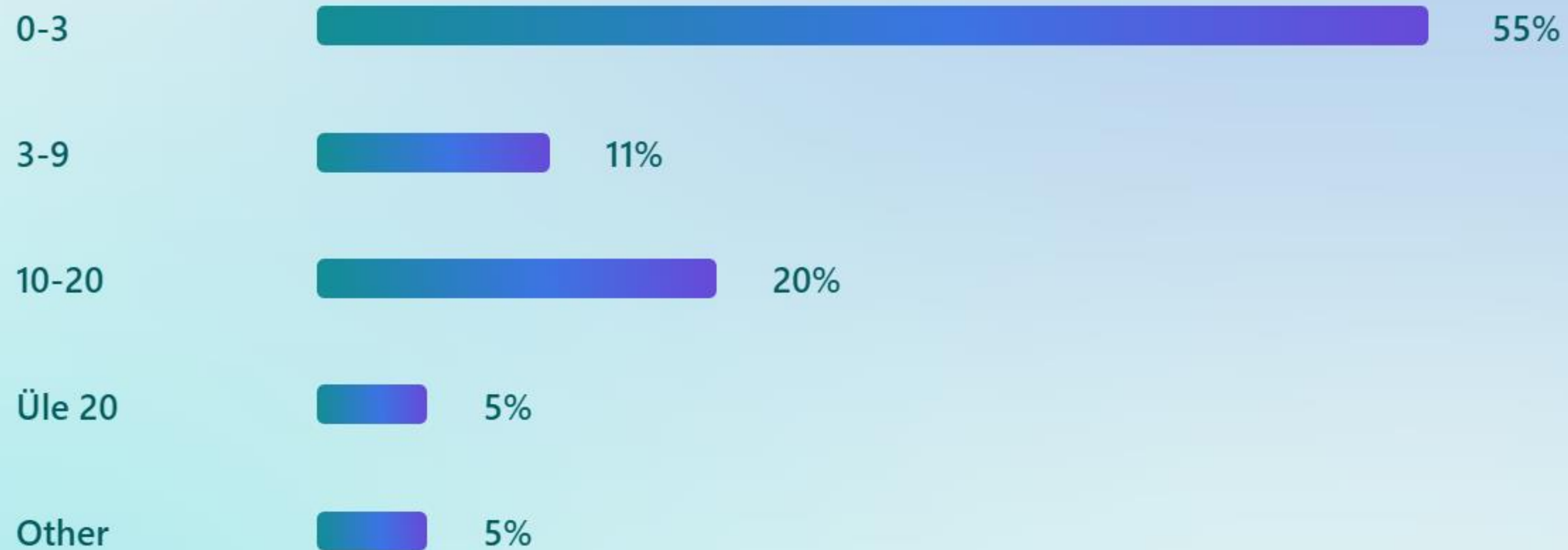


Ettevõtte tegevusvaldkond

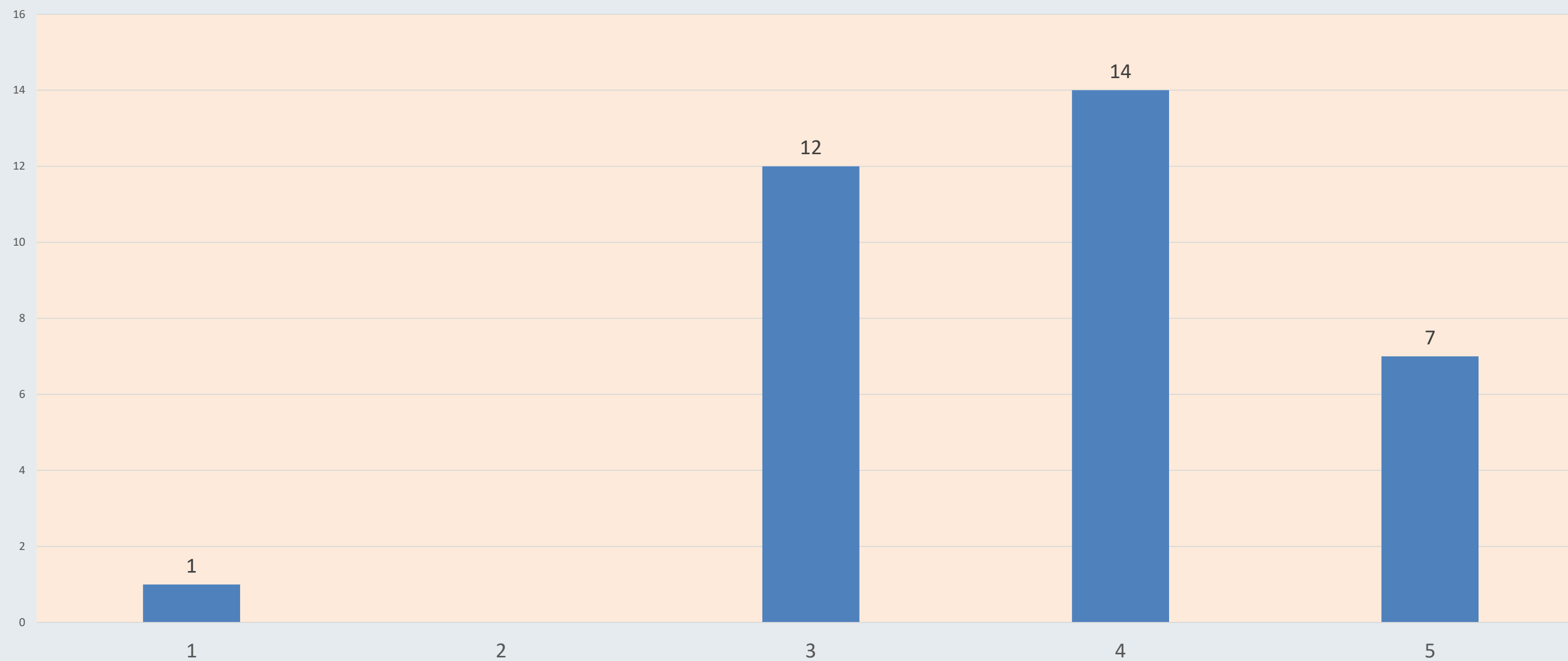


2024.a osakaalud: majutus 36%, aktiivne puhkus 22%, toitlustus 20%, muuseum 4%, aktiivne puhkus 4%, reisikorraldus 2%, transport 2%

Ettevõtte töötajate arv tipphooajal

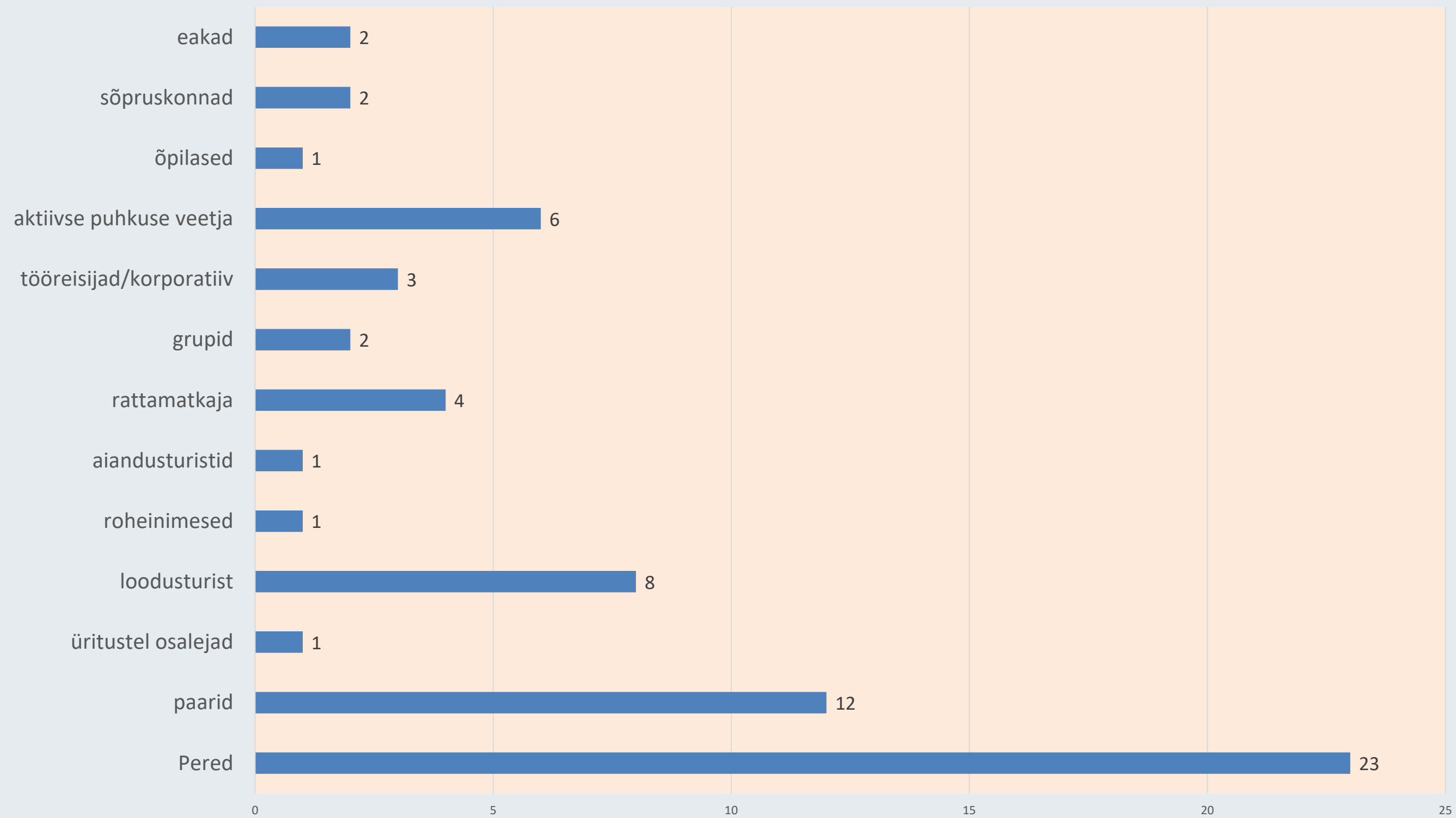


Kuidas jäid rahule lõppeva hooajaga?
(1=ei ole üldse rahul, 5= olen väga rahul)

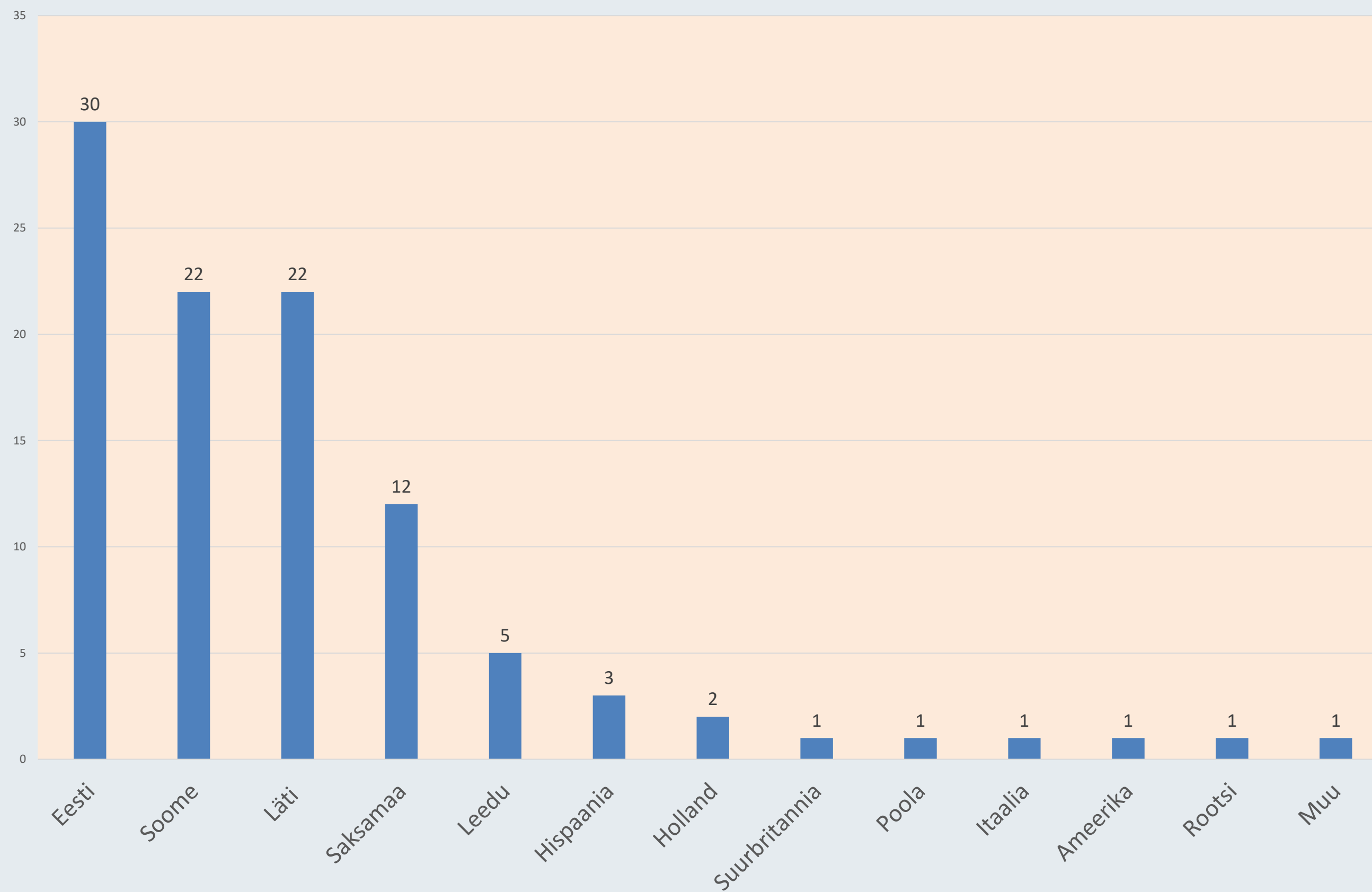


Proportsioonid samad 2024. aastaga (1=1; 2=1; 3=10; 4=14; 5=6)

Millised on sinu ettevõtte kõige olulisemad sihtgrupid?



Millised on sinu ettevõtte peamised sihtturud?



Sihtturud ja nende propotsioon on sarnased 2024. aastaga

Kas sinu ettevõttel on konto Puhka Eestis keskkonnas? Soovi korral lisa kommentaar.

91%
Jah on

9%
Ei ole

Milliste märksõnadega kirjeldad lõppevat hooaega?

- + Positiivne, aga kuna tegutsesin esimest hooaega, siis võrdlusmoment puudus
- + Põnev hooaeg sellepolest, et aina tuleb juurde uusi rahvusi. See on rõõmustav.
- + Kindel ürituste broneeringute aeg ja sujuv eeltöö.
- + Pisut vaiksem algus aga hooaeg oli pikk ja viibimisaeg tavapärasest pikem.
- + rahvusvahelisus, väliskülalised
- + Õnneks saartel kuiv suvi :-) Inimesed "ökotavad" :-)
- + Hooaja algus keeruline ilma tõttu, juuli-august üle ootuste
- + Kuna meil on palju kes käivad aastaid kelledel on kujunenud oma kindlad peremajad nendel on märksõna rahulikkus/kulgemine. Uutel tulijatel saare avastamine.
- + Turismihooaeg oli lühem ja uus nähtus meie jaoks oli, et pühapäevad olid pooltühjad ja esmapäev-teisipäev tuli rahvast sisse rohkem, kui varasemalt.
- + Esimest korda 23 aasta jooksul ületas välisturistide arv siseturistide oma.
- + kaootiline ja ettearvamatu aga tore
- + Täiesti hea hooaeg ja ilusasti jaksas lõpuni selle koormusega.
- + Suvi kokkuvõttes: vaikne algus – kiire-kiire-kiire keskpäik ning sujuv sügis.

- Sarnane eelmiste aastatega, selgelt on välja kujunenud püsikliendid.
- Keskmise, algus vihmane
- Kui on külm või kui on laulupidu, siis sel ajal eestlane Saaremaale ei tule. Muu oli OK
- Jaanipäevani oli väga vaikne, hooaeg oli juulis ja augustis.
- Hooaja tippaeg oli kahanenud umbes kuu ajaliseks, juuli keskpäik kuni augusti keskpäik. Juuni ja augusti teinepool oli kliente vähe.
- Oli töökas suvi, kuid tooraine sisendhindade kiire tõus mõjutas tugevalt meie ettevõtte käivet ja kasumit, kuigi turiste oli sel suvel rohkem
- Hooaeg algas hiljem, kestis ka veidi kauem, aga kokkuvõttes jääb hooaeg lühemaks ja lühemaks
- hinnatindlik klient, vähem piiriüleseid pereturiste.
- Väga rahulik ja hilise ärkamisega.
- siseturism

- On olnud ka paremaid aegu!
- Kurb on aga see, et maksud tõusevad, ag ahinda kuidagi tõsta ei saa, kuna siis kukud konkurentsist välja. Ots-otsaga kokkutulemine.
- pikk jahe kevad
- "Lühike" suvi ehk aprill ja mai ei toetanud üldse ja suveilmad kokku olid ka allapoole keskmist.
- väga lühike aeg, kus oli suvine ja soe ilm
- Külm kevad, keskpärane suvi
- Laste grupid loobuvad Saaremaale tulekust kalli hinna tõttu.
- Ainult august oli eelmise aastaga võrreldav, teised kuud jäid maha. Eriti juuli võrdlus.
- Suvi oli heitliku ilmaga.
- Tööd oli, aga külastajaid oli eelmise aastaga võrreldes vähem.
- külm ja tuuline mai ja juuni

Millised on sinu ettevõtte peamised turundustegevused?

- **Tagasiside ja suust-suhu reklaam.** (korduv)
- Kodulehe olemasolu, Airbnb olemasolu. Aktiivselt pole turundustegevust teinud aastaid.
- Kujunenud klientuur, kodukas.
- Teen natuke FB:d ja kodulehekülge aga parim turundustegevus on siiski hea kvaliteedi ülevslpidamibäne ja KÜLALISTEGA SUHTLEMINE. Bookingu tagasiside on ülioluline.
- sots.meedia kampaaniad, üritusturundus, sihitud kampaaniad,
- google, otseturundus jne.
- reklaam: Booking.com-is, Visit Saaremaa, koduleht, kataloog "Saaremaa ja Muhu", Leviring OÜ poolt välja antav Saaremaa kaart.
- Oleme olemas peamistes kanalites- Google Maps, Waze, Puhka Eestis, Facebook, Trip Adviser. Ettevõttel on koduleht. Paberkandjal turundust ei ole teinud.
- sotsmeedia ja koostööd/toetamised üritustel
- Soome Golfimess, Google, FB
- booking.com, otsereklaam kliendile, Saaremaa turismikataloog
- SOME, messid, kohalikud pabermaterjalid, reklaamsildid maantee ääres ...
- Altiivselt olla pildis- FB; Insta jm
- Kuna oleme Baltic karavan klubis siis on ära jaotatud käijad eestist lätist leedust .Sel aastal messidele minekUtrecht,Düsseldorf,Soome,Stuttgart.Sel aastal lisandub Varssav. Baltic karavan kataloog .ACSI ja ADAC ja kaFb
- Füüsiline (väli-)reklaam, koduleht, kohalik meedia, sotsiaalmeedia
- Kvaliteetne teenus koos suust-suhu reklaamiga, Puhka Eestis konto, Booking.com
- Olla nähtav Booking.com lehel, koduleht leitavaks ja ka visitestonia.
- e- turundus
- **Sotsiaalmeedia, koduleht, kohalikud portaalid** (korduv)
- Sotsiaalmeedia, ristturundused erinevate ettevõtetega
- Reklaam kodulehel ja Facebookis. Pluss Saaremaa ja Muhu kataloog.
- Booking,koduleht ja suust suhu reklaam.
- **koduleht, booking.com, Puhka Eestis** (korduv)
- Toimetame põlve otsast sotsiaalmeedias - öelda oleks palju, kui vaid oleks ka aega, et jõuaks rohkem ja süstemaatiliselt teostuseni. Väga palju tasulist reklaami ei ole teinud - kuid kui mingi sündmus või midagi, millega soovime laiema publikuni jõuda, siis oleme tiirlema mõne reklaami ka pannud. Hoiame korras google, tripadvisor - need on meie jaoks vast kõige olulisemad.
- ma oleme ikkagi kohapeal lisandväärtuse andja, kasutame kohapeal reklaami Liival, see aasta ka Virtsus, sotsiaalmeedia, koduleht, püsikliendid
- Lõpetame sel aastal lõplikult majutustegevuse, jätkame meresõitudega ja giidituuridega Vilsandil ja Lääne-Saaremaal
- Sotsiaalmeedia, messid, emailisuhtlus
- Booking ajaga kaasas ja tõepärane FB, kodulehekülg. Aga parim reklaam on rahulolev külaline. Seega ma väga marketingi ei panusta.

Mis mõjutab sinu arvates meie sihtkoha turismivaldkonda lähitulevikus?

visit
saare-
maa

- Majutushinnad võiksid olla stabiilsed ja mitte rohkem üles minna, sest Eesti turist on hakanud Saaremaal puhkamist kalliks pidama.
- Loodus. Aina enam inimesi maailmast tulevad meid külastama meie looduse ja kliima pärast ja sellepärast, et oleme saar. Me peame hindama oma loodust ja ilu, see on see, mis siiasaabujat köidab.
- Poliitiline maastik, riigi turismipoliitika, geopoliitiline olukord
- Privaatsus, kvaliteet, vaikus ja rahu.
- Maailmas toimuv, sõjahirm negatiivselt, Kesk-Euroopa soojenemine positiivselt
- **majanduskeskkond** (korduv)
- riiklik poliitika transpordiühenduste näol, vallavalitsuse tegevus.
- saarelise keskkonna/looduse hävitamine
- Sündmusturism. Mida rohkem (suuri) kultuuri- ja spordisündmusi, seda rohkem inimesi, kes valivad sihtkohaks Saaremaa. Ainult sõna Saaremaa ei tööta enam.
- **Ühendused saarele, praamid, lennuliinid hinnad, graafkud** (korduv)
- nn keskklassi toimetulek. sest seal tuleb ikkagi põhimass ning kui see väheneb on valus ...
- Paar aastat on juba mõjutanud neg.sõda vb läheb veel aega kui julgevad tulema hakata balti riikidesse.Eriti Hollandlased.Suur pluss on ikkagi meie loodus rahulikkus ja kõik mida oleme suutnud säilitada.
- Ühenduse võimalused Saaremaale (praami ühendus Virtsu-Kuivastu ja Ventspils-Mõntu).
- **Hinnad, hindade kallinemine, hinnatase, üldine majanduslik seis, majanduskeskkonna stabiilsus** (korduv)
- Oskus ennast nähtavaks teha
- Arvan, et pigem läheb halvemuse poole, aina kallinevad hinnad, jätkuv sõda
- **Hooajalisus, ilm, kliimamuutused** (korduv)
- Ilm. Selle aasta järgi oli näha, et kliimapõgenikke on varasemast rohkem - kuumast Euroopast liigutakse rohkem põhja - see on kindlasti midagi, mis lähi aastatel võib veel kasvada. Mitte ainult nende inimeste võrra, kes ise kodust kõige kuumemaks ajaks lahkuvad aga ka need, kes juba teadlikult ei lähe keset suve Rooma vms. linna/riiki, sest kuumus on välja kannatamatu ning hakkavad otsima alternatiive.
Meie kogemus näitab, et hooaeg on nihkunud juba hilisemaks ja kestab pikemalt ehk enne juuli algust ei ole midagi suurt oodata, aga see eest on august ja september veel täitsa töised kuud. Arvan, et see trend ei ole muutumas.
- sihtkoha üldine kallidus, piirkonna turvalisus(Ukraina sõda on ikkagi paraku märgi jätnud), piirkonna kui turismisihtkoha üldine atraktiivsus. Täna teeb Haapsalu Kuressaarele ikka kordades silmad ette. Ida-Viru sektorist on ka tõenäoliselt koostööformaadis omajagu õppida.
- Elu väljas pool Saaremaad ja ka see, mis meil toimub siin saare peal. Kui kõik ikka kisavad, et meil on nii paha ja midagi teha ei saa, siis ei taha ka teised siia tulla. Eriti rääkidessiseturismist.
- saare eripära, siia tuleb tulla,siin ei saa olla nagu läbisõidul
- Maailmas toimub, kliimamuutused.
- Kallidus. Eestis on kallid puhata, väljas süüa jne. Kuigi jällegi - aeg on näidanud, et tervet suve kodus ikka ei istuta ning puhatakse lõpuks ikka - kuskilt leitakse see võimalus, aga kindlasti mõeldakse rohkem läbi, mille peale kulutatakse, proovitakse saada hakkama vähemate toidukordadega (väljas söömine). Otsitakse rohkem neid viise, kus saab ise toitu valmistada.
- Hotellis ööbimise asemel otsitakse samuti odavamaid lahendusi - matkasuvilad, telgid, kodumajutused jms.

Mis mõjutab sinu arvates meie sihtkoha turismivaldkonda lähitulevikus? (2)

Paljud tegurid võivad ühtaegu olla nii positiivsed kui negatiivsed tegurid.

Negatiivselt:

1. Venelaste agressioon laiemas mõttes ja vallutussõda Ukrainas.
 2. Ilm.
 3. Üha kallinevad hinnad.
 4. Jätakuvalt puuduvad Saaremaal ka rahvusvahelist mõju omavad sündmused, pean siin silmas teiste maakondadega võrreldavaid nagu Ironman, ralli maailmavõistlus, suusatamise MK etapp jms. Meie ooperipäevad on väike nišši üritus linnas ja sügisene ralli on taandunud rahvaralli tasemele, kus profid ei osale ja seetõttu inimesi ei huvita.
 5. Puuduvad ka siseturismi mõjutavad üritused, jaanipäev va.
 6. Puudub kompetents Saaremaa turismi arendada viisil, mis meelitaks Saaremaale Eestisse juba saabunud välisturistid (hetkel 3%). Kui visitestonia ülesanne on Eestisse turiste meelitada, siis meie peaks fookusseerima Eestisse saabunud inimeste meie maakonda meelitamisele, et lennu-, raudtee-, bussijaama või maismaad pidi saabujatel tekiks mõõdukalt otsaette lajatav INFO ja sellega tõmme külastada Saaremaad ja seda vähemalt 2-3 päeva.
- Ma arvan, et lähiriikides (Lätis, Soomes, Leedus) eraldi Saaremaana messidel väljas käia on 99% maha visatud raha. 1% on positiivne motivatsioon seal käivatele töötajatele reisimise näol.
7. Kuna septembrist maini ei ole põhjust Saaremaa hallusesse seni üldse tulla, ehk ainult Kuressaarde SPS-sse, siis põlevad siinsed turismiettevõtjad kiiresti läbi. Tuleb uusi peale ja sama palju lahkub mõne aasta pärast pettunult.

Positiivselt:

1. Sõja lõpp
2. Hea ilm
3. Uute üritajate tulek.
4. Professionaalse turunduse tegemine.

Neutraalselt:

Saaremaa on puhkusesaar, kuid uus trend on üleeuroopaline teadvustus läbi foorumite, et siin saab metsikult looduses ja rannas TASUTA telkida ja karavanidega peatuda. Ole kus tahad ja maksma ei pea. See meeldib väga paljudele, kuid Saaremaale ei jäeta raha maha, ainult prügi. Turismikeskused/talud on tühjad, rahvast on samas saarel palju ja maksumaksjad maksavad kinni nende grillpuudega ja prügi jms (RMK kohad) teeninduse. Selline trend ei ole jätkusuutlik.

Millist koostööd tahaksid sa teha Visit Saaremaa tiimiga?

- Igasugust
- Et oma turismitalu seal ikka üleval oleks
- Saame ise hakkama! Tore, kui meid infopunktis soovitatakse!
- Jätkusuutlikkuse vallas. Leian, et hetkel olemasolev Green Key märgis väikestele puhkemajadele ei ole jätkusuutlik. Teine teema on Vilsandi rahvusparki piirkond, mis võiks olla enam nähtav ka Visit Saaremaa kajastuses tervikuna. Meie kliendid ei ole spa puhkajad, vaid kes tulevad Saaremaale muude väärtuste pärast (vaikus, loodus, privaatsus ning Saaremaa terviklik fenomen).
- Kõik toimib, olen väga rahul, kõik on väga hästi, kõik sujub, samasugust nagu siiani
- Ökoteemad on omas huviorbiidis
- nt ühisüritused
- niipalju kui vaja juba teen
- Sobib praegune
- I-punkt pannakse kinni 17:00 argipäevadel, L ja P veel varem. Kust saavad hiljem liikujad infot? Kas teha kogu info saamine ringi või pikendada lahtiolekut ka öhtuste külastajate tarvis.
- Ilmselt saame 2027 septembris ühe EM võistluse (loodame et saame) selle võiks suureks teha, sest sinna tuleb igasugust rahvast üle Euroopa kokku.
- Jätkuvalt head :-) Saare ühisturundus väga oluline, keegi ei tule saaremaale 1 objekti-atraktsiooni pärast. Meie vaatest on vaja näidata, et perel on Saaremaal põnevaid tegevusi mitmeks päevaks ja igakle maitsele :-)
- Püsiv koostöö infovoo jagamisega
- Turundus- ja reklaamivõimaluste osas. Kuidas efektiivselt tuvastada ja turundada turismiobjekti Saaremaal/Saaremaale bussireise korraldavate ettevõtete ja organisatsioonidega. Kuidas efektiivselt tuvastada ja turundada turismiobjekti Saaremaale laevakruiise korraldavate ettevõtetega/organisatsioonidega.
- Ootame, et Visit Saaremaa seisab turismi võimaluste eest Saaremaal ka tuleviku
- Saatke meie väikelaevale Amore II Abaja sadamas kliente ja tellige paberitega giidi teenust
- Ei oska öelda. Esialgu ei oska midagi rohkemat kui I-punkt Kuressaares oodata.
- Ei oska öelda, praegune toimib hästi
- influencerite toomine Saaremaale
- Ristturundus, koolitused
- Olen rahul olnud. Vajadusel saame oma reklaame edastada
- Reklaam
- töötoad, ruumi rent ürituste korraldamiseks, retriitidele toitlustust/majutust pakkuda, maalinäitus, kontserdid
- Jätkata senist
- Saatamme külalised Kuressaare info punkti
- Raske sellele vastata - te olete ise alati nii abivalmid ja kui vähegi oskate, siis kindlasti lööte nii nõu kui jõuga kampa. Et teie jõud ei raueks! :)
- Kui oleks selge, mis on meie piirkonna üldine nägemus ja millised on ühised fookused. Hetkel ehk nähtavus.

Millised on sinu ettepanekud turismivaldkonna arendamiseks?

- Põnevaid turismiprojekte juurde tuua. Suvi on lühike, püüda tuua turisti läbi uute kevadiste ja suvealguse tegevuste Saaremaale. Sügisel on juba mitmeid häid projekte - piknik, õunakohvikud, ralli aga hooaeg stardib kuidagi liiga hilja. Enne jaanipäeva on teenust keeruline müüa, muidugi on ilm ka oluline faktor, aga mitte ainult.
- **Ikka rohkem reklaami ja turundust!** (korduv)
- Saaremaa ei tohiks ajada end kalliks (turismimaks, praamipilet)
- Tehke palun alternatiiv Green Keyle.
- ettevõtetevaheline koostöö, ettevõtjate kuulamine
- Säilitada saare loodus ja omapära
- Toetada hooajaväliseid tegevusi ning uute (just hooajaväliste) tegevuste suurem turundamine
- Teeme lennuliinid :)
- Positiivne ja Eesti siseturule suunatud kampaania BRONEERI OTSE
- Riigi levelil maksusatamise erandid. Kohalikul tasemel ühsiturundus.
- Rohkem temaatilisi üritusi, nt Restoranide nädalad temaatilised jm
- See ei ole vist teemasse aga mure onRMK alade korrashoid ja autodega ka karavanidega sõitmine meie randadesse ja lõkke tegemised mere äärde/Meie grupp on ka teinud pöördumise selles osas. Ise kõnelesin sellest sept.Koit Voojärvega. Unistus oleks ilus suur saal kus toimuksid kontserdid ja teatrid mis tooksid ka vb rahvast saarde .Aga see on unistus.Aitäh küsimast. Tehumardi.
- Seista praamipiletite hindade kättesaadavamaks muutmise eest, otsida võimalusi paremaks kajastuseks tava- ja sotsiaalmeedias, tuua kokku/luua kontakte reisikorraldajate ja saarema turismiettevõtete vahel
- Meie arvates algab kõik võimalusest Saaremaale tulla või veel parem, kui oleks võimalus Saaremaalt ka läbi sõita.
- mõelda kastist välja
- Võiks eraldi piirkondadele teha koosreklaami üritusi rohkem
- Tubli tiim eesotsas ja jõudu
- Turundusega tegeleda ja olla pildis, üritused on just need mis palju inimesi toovad, saaremaa ehtsus ja puhas loodus on see mis inimesi kutsub. hoida transpordi kulud madalad, et inimesed ei peaks valima teist sihtkohta kuhu on soodsam minna
- **Ei oska öelda** (korduv)
- Info tuleb tarbeks
- Kuressaare Merepäevad kõikidesse väikesadamatesse! Merepäevad ei saa olla vaid rannapeod, vaja on merelisi tegevusi, veega seotud spordiüritusi, laevu ja paate!
- Oma ökomärgis. Green Key on nii elitistlik ja käib tavamajutajale ülejõu.

Millised on sinu ettepanekud turismivaldkonna arendamiseks? (2)

- 1. Sündmuste kajastamine! Kui on teada, siis Viviit Saaremaa lisab ise sündmuse kalendrisse.

2. Kogu Saaremaa turundamine. Saan aru, et ongi väljakujunenud omad lemmikud, aga ka kõik teised võiksid vajada tuge, äramärkimist. Eriti maapiirkondades.

3. Suursündmuste korraldamine. Koostöös ettevõtjatega. (Näiteks mõni suur muusikafestival a la Beach Grind). See ei ole tungimine eraettevõtlusesse ega nendelt leiva äravõtmine. Või siis, kui tahate, ainult selle ühe- kes korraldab, aga seda ju siiani ei ole. Kõik ülejäänud kaasatakse nagunii- hotellid, toitlustus, heli- ja valgus, turva jne).

4. Või sündmuste siameelitamine. Sündmused, mis mujal Eestis natuke värskendust vajaksid. Toon jälle näite- Haapsalu vanade autode näitus- kokkutulek American Car Beauty. Maksta korraldajale kasvõi peale, aga olen seda usku, et targalt panustatud euro toob igal juhul üks koma pluss kordselt tagasi.
- Palun püüelda rohkem kvaliteedi kui kvantiteedi poole. Saaremaa võiks oma looduse ja vaikusega olla absoluutne Euroopa heaoluriikide elanike unistuste sihtkoht, mille eest oldaks nõus maksma suuremaid summasi, kui praegu makstakse. See tähendab, et toit võiks olla puhas ja kohalik (mitte friikad ja viinerid), teenindajad meeldivad ja sõbralikud ning majutus kvaliteetne, minimalistlik ja puhas. Siis on klient ka nõus maksma ja sellega saaks tõsta ka palku turismis. Peame püüdlema selleni!
- Rohkem Saaremaa maapiirkondi ja nende eripärasid kajastada. Leida lahendus, idee, kus Green Key märgis puhkemajade puhul ei ole ainuke viide jätkusuutlikkuse näitamiseks, sest märgise omanikke on väikemajutuste puhul äga väike käputäis ning annab vale sõnumi tervikuna, justkui teised seda ei väärtusta ja jätkusuutlikust silmas pidades ei toimetata ... eriti kui silmas pidada Saaremaad kui Green destinationi.
- Kuressaares võiks toimuda rohkem üritusi, kontserte ja seda terve suve läbi, meil on aastaid olnud vaid paar suurüritust, mis meelitab turiste, kuid see ei ole piisav. Toon näiteks Haapsalu, Pärnu kus toimub üritusi terve suve läbi. Ka Orissaare ja Muhu on ürituste poolest meist ees :) Kui vaadata Kuressaaret külastavaid turiste, siis on pigem ülekaalus pensionärid. Melu võiks rohkem olla, turu võiks uuesti käima saada :)
- Ei oska head nõu anda "kuidas", aga küll oleks kena, kui ettevõtjad saaks aru, et koostöö on edasiviiv ning ühiselt oleme tugevamad. Võib olla sellised teema kuud võiks olla, mille Visit Saaremaa välja kuulutaks ning mille järgi võiksid ettevõtted oma sotsmeedias postitusi teha. Fookus oleks üks, teostus ilmselt väga erinev, aga tekitaks sellise mõnusa ühtse fooni.

Täname
vastajaid!

visit
saare-
maa

