

# Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

## Ülevaade ja küsitluse läbiviimine

Käesolev dokument annab ülevaate Läänemaa turismiasjaliste seas tehtud küsitluse tulemustest, mis viidi läbi veebiküsitlusena mais 2026. Kutsed vastamiseks saadeti e-kirjaga SA Läänemaa turismipostiloenditesse ning jagati Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste Facebooki grupis. Küsitlus oli anonüümne.

### Küsimustik hõlmas järgmisi teemasid:

- Ettevõtte taust ja tegevusvaldkond (sektor, asukoht, hooajalisus)
- 2025. aasta käive ja rahulolu küllastajate arvuga
- Peamised sihtgrupid ja välisturud
- Läänemaa kui turismi sihtkoha nähtavus ja tutvustamine
- Koostöö ja suhtluskogemus Visit Haapsaluga
- Peamised takistused ja arenguvõimalused
- Koolitusvajadused
- Kestlikkuse praktikad

Küsitlusele vastas **27** inimest. Nendest 12 jätsid oma kontaktandmed, et osaleda auhinna loosis.

**04.06.2026** loositi välja üks õnnelik võitja. Loosimine jäädvustati videoga ja jagati Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste Facebooki grupis ning võitjaga võeti isiklikult ühendust auhinna üleandmise asjus.

# Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

## Olulised järeldused

### Sektor ja asukoht

Enim vastajaid esindas majutussektorit (13), järgnesid looduturism/tegevusturism ja sündmuste korraldamine (mõlemad 10). Toitlustust ja giidindust/ekskursioone esindas kumbagi 7 vastajat. Enamik vastajaid (52%) tegutseb Haapsalu linnas, Lääne-Nigula vallast oli 24% ja Vormsi vallast 21% vastajatest.

### Hooajalisus ja käive

Sesoonsus on jätkuvalt terav väljakutse: teenuseid täismahus pakuti juulis ja augustis (mõlemal 21 vastajat) ning juunis (20). Madalhooajal (jaanuar - märts) oli aktiivne vaid 8 - 9 ettevõtet. 9 vastajat pakub teenuseid ainult ettetellimisel. Käive 2025. aastal võrreldes 2024. aastaga jäi suurimal osal (8 vastajat) samale tasemele. Kasvust teatas 8 ettevõtet, langust 6. Neli vastajat alustas tegevust alles 2025. aastal. Rahulolu külastajate arvuga 59% vastanutest (16 inimest) oli 2025. aasta hooaja külastajate arvuga rahul. 41% (11 inimest) leidis, et oli oodatust vähem külastajaid.

### Läänemaa nähtavus

Läänemaa kui turismisihtkoha nähtavust hinnati keskmiselt **3,78** punktiga viiest, mis on mõnevõrra parem kui eelmise aasta 3,57.

63% vastanutest andis hindeks 4 või 5, mis näitab üldist rahulolu.

### Koostöö Visit Haapsaluga

Koostöö- ja suhtluskogemus Visit Haapsaluga viimase 12 kuu jooksul sai keskmiseks hindeks 4,04. Enamik vastajaid kirjeldas suhtlust sõbralikuks, abivalmiks ja viisakaks. Tulevaste koostöövõimaluste potentsiaal hindas samuti 4,04 – 10 vastajat andis hindeks 5 ja 9 hindeks 4, mis osutab tugevale ootusele koostöö jätkumisele ja süvenemisele.

### Peamised takistused

Kõige enam näevad turismiasjalised takistusena liigset sesoonsust (14 mainimist) ja rahaliste vahendite/investeeringute puudust (12). Vähene koostöö ettevõtjate vahel tuli välja 10 korral. Piirkondliku turunduse nõrkus ja ebapiisav koostöö avaliku sektoriga/KOV-idega said kumbki 9 märkimist. Võrreldes 2025. aastaga on esile kerkinud uue olulise tegurina rahapuudus.

### Koolitusvajadused

Suurim huvi on digiturunduse (11) ja rahastusvõimaluste ning projektikirjutamise (9) vastu. AI/tehisaru kasutamine (7) püsib samuti tähtsate teemade hulgas. See peegeldab ka laiemalt turismisektori dünaamikat.

## Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

### Üldised järeldused

- Suvekuud ollakse täiskoormusel, kuid talvekuudel on aktiivsete pakkujate arv u. kolmandik suvisest. Madalhooaja arendamine nõuab sihipäraseid tegevusi.
- Investeeringute puudus on jõuliselt turismiasjaliste agendasse tõusnud – see on uus ja oluline signaal, mis vajab tähelepanu nii DMO kui ka avaliku sektori tasandil.
- Koostöö hinnangud (4,04) ja tuleviku koostöö potentsiaal (4,04) näitavad, et turismiasjalised väärtustavad SA Läänemaa ja HRL DMO rolli ning ollakse valmis koostööd süvendama.
- Hinnang Visit Haapsalu nähtavusele tõusis 3,57-lt 3,78-le, mis on positiivne trend.
- Digiturundus, AI ja projektirahastuse tundmine on esmajärjekorras soovitud teadmised.
- Jäätmekoguse vähendamine ja energiakulu langetamine on paljudes ettevõtetes juba rakendunud, ent CO2 arvestus ja Green Key märgis on enamasti veel plaanide faasis.

**Täname kõiki, kes küsitlusele vastasid!**

**Lisainfo:** Küsitluse tulemustega saab tutvuda lähemalt järgnevatel lehekülgedel.

# Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

## 1. Millist turismivaldkonda teie tegevus eelkõige esindab?

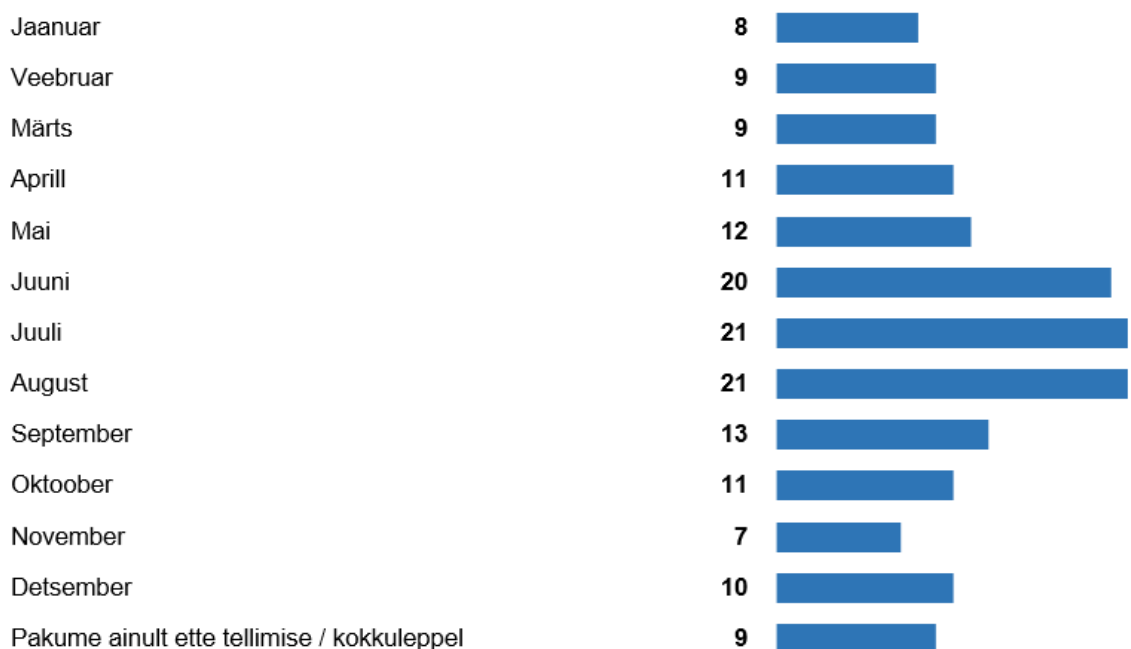


Enim vastajaid esindas majutussektorit (13), järgnesid võrdselt looduturism/tegevusturism ning sündmuste korraldamine (kumbki 10).

## 2. Kus paikneb teie peamine tegevuskoht?



## 3. Millistel kuudel pakkusite 2025. aastal teenuseid täismahus?



## Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

Andmed kinnitavad tugevat suvehooaega (juuli - august: 21 vastajat) ning selget madalhooaega talvekuudel. Detsember on pisut aktiivsem kui november, tõenäoliselt tänu jõulupakkumistele.

### 4. Kuidas muutus teie ettevõtte käive 2025. aastal võrreldes 2024. aastaga?



Suurim osa vastanutest (8) hindas käibe jäänud samale tasemele. Kasvu märkis 8 ettevõtet, langust 6. See näitab turismimajanduses suhtelist stabiilsust, ent arengupotentsiaal on märgatav.

### 5. Kas olete rahul 2025. aasta hooaja küllastajate arvuga?



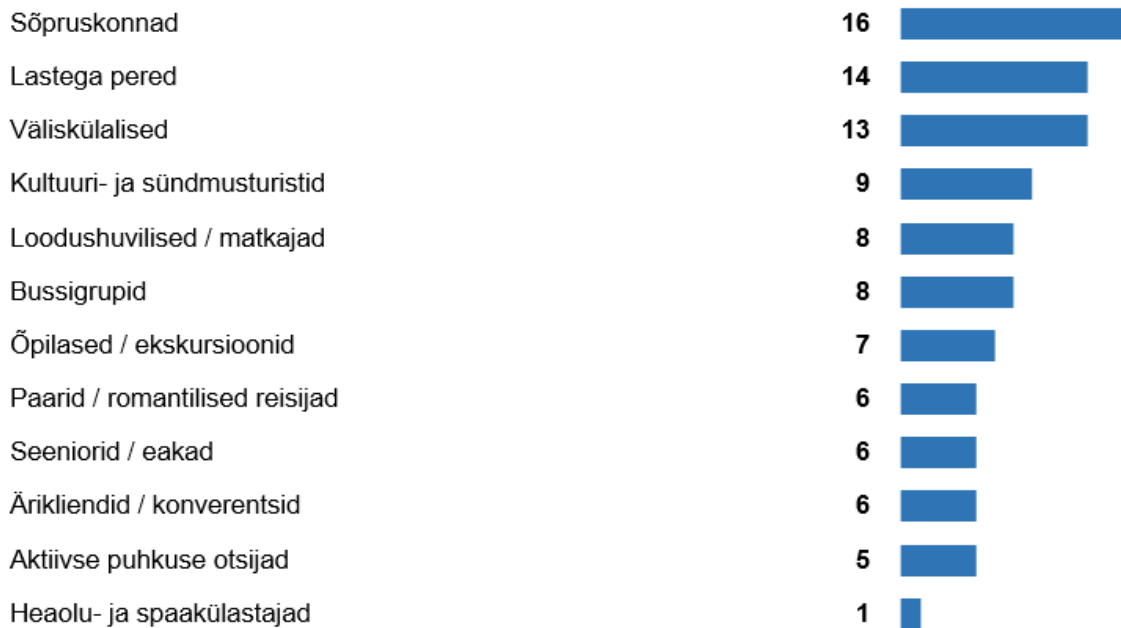
59% vastanutest oli küllastajate arvuga rahul. 41% leidis, et küllastajaid oli oodatust vähem. Kommentaarides märgiti, et küllastajate üldine liikumisaktiivsus on võrreldes COVID-eelse ajaga väiksem, kuigi külaliste kvaliteet (motivatsioon, teadlikkus) on olnud hea.

### Palun täpsustage lühidalt eelmist vastust.

Kommentaaridest selgus, et küllastajate arvu mõjutasid eelkõige majanduslik ebakindlus, ilmastikuolud, 2 vastajat märkis, et väliskülalisi oli vähem. Samas töid mitmed vastajad välja, et Eesti siseturistide huvi püsis hea ning püsiklientidel oli oluline roll külustusmahtude hoidmisel. Alustavad ettevõtted märkisid, et küllastajate arv oli veel tagasihoidlik, kuid esimesed kogemused ja tagasiside olid positiivsed.

## Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

### 6. Millised on 2025. aasta põhjal teie peamised sihtrühmad? (märkige kuni 4 olulisemat)



Peamisteks sihtgruppideks on sõpruskonnad (16), lastega pered (14) ja väliskülalised (13).

### Kui peamise nelja sihtrühma hulgas olid väliskülalastajad, palun täpsustage peamised turud

Vastustest selgub, et Läänemaa peamised väliskülalastajad olid jätkuvalt **soomlased**, keda mainiti kõige sagedamini. Järgnesid **sakslased**, seejärel **lätlased** ja **rootslased**. Üksikute vastustena nimetati veel Šveitsi, Hollandi, Suurbritannia, USA, Prantsusmaa, Itaalia ja Leedu külalastajaid.

### 7. Mida teie külalised 2025. aastal kõige rohkem küsisid? Märkige eraldi, kui mõni neist on Läänemaa pakkumisest praegu puudu.

Vastustest selgub, et küsimused olid peamiselt kolmele teemale: kus saab süüa (sh kohalikku toitu), mida piirkonnas teha ja näha ning transpordi kohta (sh rattarent, paadirent).

### 8. Milliseid kanaleid kasutate oma teenuste tutvustamiseks ja klientideni jõudmiseks?



## Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

Oma koduleht (21), sotsiaalmeedia (19) ja suusõnaline soovitus (19) on selgelt peamised turunduskanalid. Visit Haapsalu platvorm midateha.visithaapsalu.com jõuab 12 vastajani, mis on positiivne näitaja.

### 9. Kuidas hindate Läänemaa kui turismisihtkoha tutvustamist ja nähtavust? (1 = väga rahulolematu, 5 = väga rahul)

Keskmine hinnang: 3,78 viiest (2025. aastal oli 3,57)



63% vastajatest andis hindeks 4 või 5, mis näitab üldist rahulolu. Võrreldes 2025. aastaga on hinnang tõusnud (3,57 → 3,78), mis viitab positiivsele arengule.

#### Palun täpsusta eelmist valikut lühidalt

Turundust ja nähtavust hinnati üldiselt heaks ning märgiti selget arengut ja järjepidevat tööd valdkonnas. Kiideti sotsiaalmeedia aktiivsust ja nähtavust, kus Läänemaa on hästi esindatud ja postitused on kaasahaaravad. Samuti toodi esile rahulolu koostöö ja turismivaldkonna tegijate tööga ning leiti, et põhiteave on kättesaadav ja üldpilt on positiivne.

Üks vastaja, kes andis 1 punkti, tõi esile, et Läänemaa loodusturismi potentsiaali ei ole piisavalt aktiivselt ega selgelt tutvustatud ei Eestis ega välismaal. Samuti märgiti, et turundus on liialt Haapsalu-keskne ning maapiirkonna võimalused jäävad tagaplaanile.

Üks vastaja, kes andis 2 punkti, ei olnud turunduskanalite või info kasutamisega kokku puutunud ning seetõttu ei osanud hinnangut anda.

### 10. Kuidas hindate oma senist koostöö- ja suhtluskogemust Visit Haapsaluga viimase 12 kuu jooksul?" (1–5: 1 = väga halb, 5 = väga hea)

Keskmine hinnang: 4,04 viiest



Enamik vastajaid (14) andis hindeks 5, mis näitab kõrget rahulolu.

## Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

### Palun täpsusta eelmist valikut lühidalt

Vastustest selgub, et koostööd ja suhtlust hinnatakse valdavalt positiivselt. Paljud vastajad tõid esile, et abi on alati kergesti kättesaadav ning suhtlus on kiire, sõbralik ja abivalmis. Samuti märgiti, et koostöö on üldiselt professionaalne, sujuv ja toetav.

Mitmed vastajad on osalenud infopäevadel ja õppereisidel ning tunnevad, et saavad piisavalt infot toimuvast. Esile toodi ka hea koostöövalmidus ja konstruktiivne suhtumine probleemide lahendamisel.

Samas leidis ka neid, kes ei ole veel koostööd alustanud või ei ole sellega kokku puutunud, ning üksikud vastajad ei osanud hinnangut anda või ei tunneta valdkonnapõhist aktiivsust.

### 11. Kui suurt potentsiaali näete Visit Haapsalu tulevasteks koostöövõimalusteks teie ettevõtte jaoks?" (1–5: 1 = väga väike, 5 = väga suur)

Keskmine hinnang: 4,04 viiest



70% vastanutest näeb koostööpotentsiaali kõrgena (tase 4 või 5). See kinnitab, et turismiasjalised on võrreldes praeguse koostöötasemega valmis intensiivsemaks koostööks.

### 12. Milline Visit Haapsalu tegevus on viimase 12 kuu jooksul teie ettevõtet kõige rohkem aidanud? Palun nimetage 1–2 ja põhjendage lühidalt.

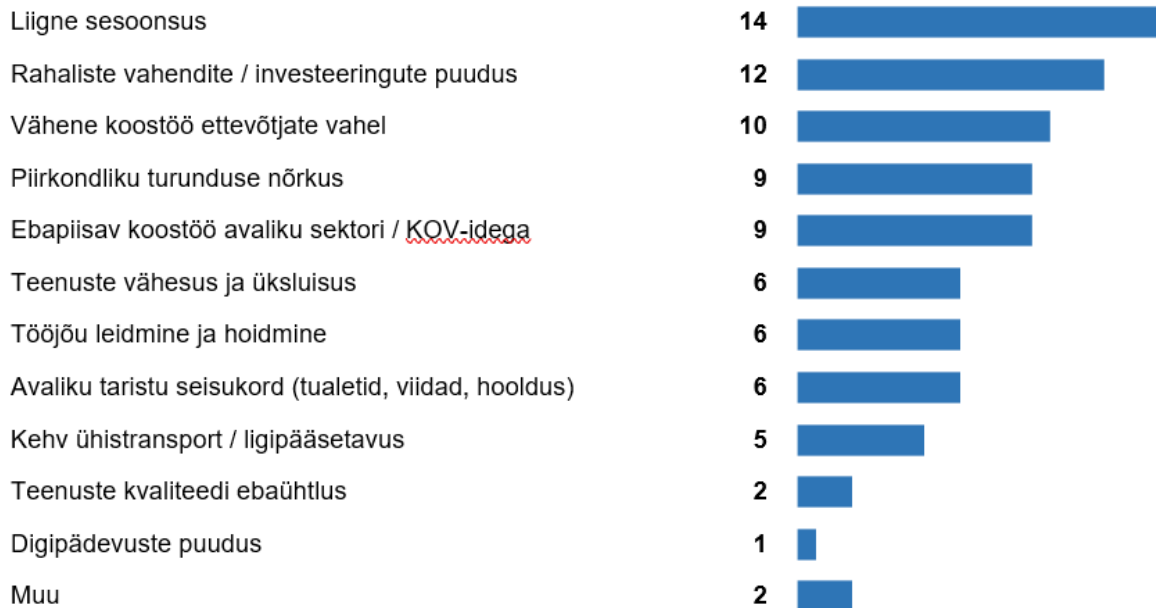
Vastustest selgub, et kõige enam on kasu olnud **koolitustest, seminaridest ja õppereisidest**, mida hinnati kasulikuks, inspireerivaks ning praktilist infot andvaks. Samuti toodi esile **FAM-reisid**, mis aitavad piirkonda paremini tutvustada ja kontakte luua.

Oluliseks abiks peeti ka messidel osalemist (nt Tourest) ning ühist Läänemaa tutvustamist. Mitmed vastajad tõid esile **info ja kontaktide kättesaadavuse**, eriti giidide info, sündmuste kalender ning turismikanalid, mida saab klientidele edasi jagada. Lisaks märgiti kasulikena trükiseid ja turundusmaterjale (nt Haapsalu kaart) ning sotsiaalmeedia ja sündmuste kajastamise võimalusi.

Samas oli kuus vastajat, kes ei osanud konkreetseid tegevusi nimetada või ei ole otsest kasu tunnetanud.

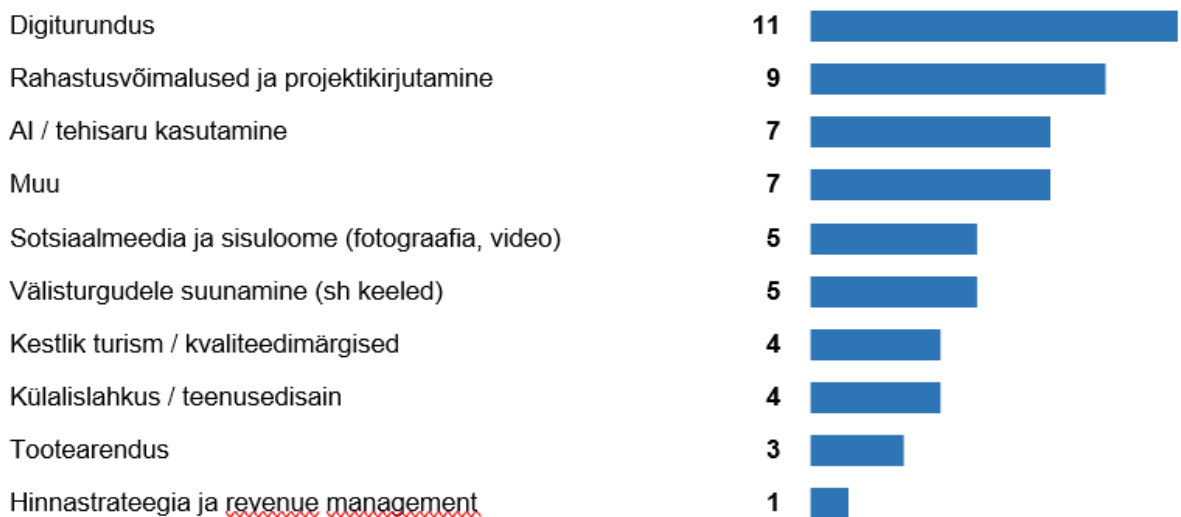
## Haapsalu ja Läänemaa turismiasjaliste küsitluse tulemuste kokkuvõte 2026

### 13. Kus näete hetkel peamisi takistusi või arenguvõimalusi Läänemaa turismisektoris? (märkige kuni 5 olulisemat)



Sesoonsus on jätkuvalt peamine takistus (14 mainimist). Uue olulise probleemina on esile kerkinud rahaliste vahendite ja investeeringute puudus (12 mainimist), mis 2025. aasta küsitluses ei olnud eraldi välja toodud. Vähene koostöö ettevõtjate vahel (10) ja piirkondliku turunduse nõrkus (9) on samuti olulised.

### 14. Milliseid koolitusi või teadmisi vajate enim oma igapäevatoos? (märkige kuni 4 olulisemat)



Digiturundus (11) on endiselt esikohal. Tähelepanuväärne on rahastusvõimaluste ja projektikirjutamise koolitussoov (9), mis peegeldab ka takistuste seas nähtud rahapuuduse probleemi. AI-teema (7) on jätkuvalt aktuaalne.

### 15. Kestlikkuse praktikad ettevõttes.

Küsitlus uuris viit kestlikkuse valdkonda. Tulemused näitasid, et:

- Jäätmekoguse vähendamine ja energiakulu vähendamine on paljudes ettevõtetes juba rakendunud.
- Küllastajate teavitamine kestlikest valikutest on osades ettevõtetes olemas, osades alles plaanis.
- CO2/kasvuhoonegaaside heite arvestamine on enamasti alles planeerimise faasis või pole veel rakendunud.
- Kestlikkuse märgis (nt Green Key) on väheste ettevõtete juures olemas; enamik plaanib seda tulevikus rakendada.

See näitab, et praktilised kestlikkuse sammud on teatud määral alguse saanud, kuid süsteemsem lähenemine, eriti mõõtmine ja sertifitseerimine, vajab veel tööd.

### Valik tsitaate jäetud ettepanekutest ja kommentaaridest:

- *Eestisse saabujatest ca'30% plaanib viibida looduses (EAS uuring). Osakaal peaks olema põhjendatud lisada majutuse statistikasse reisieesmärk "LOODUSPUHKUS". Statistikaametil on valmidus lisada, vaja on katusorganisatsiooni tahet. Soovin jõudu ja visadust argumenteerimisel!*
- *Arendada visitHaapsalu lehte, teha kõik omaltpoolt, et Haapsalu ja Läänemaa oleks positiivses mõttes pildis, seda eriti digimeedias ja seda ka professionaalsel tasemel*
- *Kui rääkida aasta ringsest turismist siis tuleb hoolitseda linna välimuse eest ka aastaringelt. Pestud vitriinid ja läbitavad tänavad näiteks.*
- *Tegevus on piisav, olete üles otsinud ja pakkunud infot, mis innustab oma tegevuses. Suur tänu!*
- *Kui soovin purjetada Haapsalust Rohukülla kui liigun merel läbi Matsalu looduskaitseala, keset Väinamerd, vaikselt purjedega, siis peaksin selleks tellima Keskkonnaameti loa... . Mootorpaadi plärinal kihutas keskkonnaametnik meile sellekohast märkust tegema...*
- *Jätkake samas vaimus!*