

## RAPORTTI

Kulttuuritapahtumiin liittyvien ympärivuotisten matkailukonseptien kehittäminen 1.7.2021–1.7.2023  
Oulun kulttuuritapahtumayhdistys ry

Hankkeen aikana toteutettiin seitsemän kulttuurimatkailupilottia oululaisten tapahtumien yhteydessä. Videomateriaalia piloteista löytyy [tästä linkistä](#). Kuusi piloteista toteutettiin kolmen eri tapahtuman yhteydessä (Oulun juhlatapahtumat, Oulun Vanha Musiikki -festivaali sekä Maakinen Martinniemi): ensin yhtenä vuonna yksi kussakin tapahtumassa ja toinen pilotti samoissa tapahtumissa seuraavana vuonna. Tämän lisäksi toteutettiin yksi ylimääräinen pilotti The Irish Festival of Oulun yhteydessä lokakuussa 2022. Budjetin salliessa haluttiin kokeilla myös yksi pilotti syksyllä, koska muut sijoittuivat kesä-, kevät- ja talviaikaan.

Hankkeessa tehtiin myös vuosikello Oulun seudun tapahtumista alueen matkailuyrittäjien työkaluksi, sekä kartoitettiin maakunnan kulttuuritapahtumien tilannetta kulttuurimatkailun saralla: olivatko tapahtumat tehneet kulttuurimatkailutuotteita, tai olisiko sellaisten tekemiseen kiinnostusta.

Hankkeen aikana nousi esiin myös alueen vieraskieliset asukkaat ja heidän tavoittamisensa. Kohderyhmä kiinnostaa myös alueen matkailuyrittäjiä, jotka ovat tapahtumatoimijoiden lailla pohtineet, miten tätä kohderyhmää saisi tavoitettua paremmin. Heille järjestettiin kaksi kulttuuritapahtumiin liittyvää työpajaa yhteistyössä Oulun kaupungin monikulttuurikeskus Villa Victorin kanssa. Pajoissa keskusteltiin alueella järjestettävistä tapahtumista, niiden tunnettuudesta sekä maahanmuuttajien osallistumisesta tapahtumiin ja niiden järjestämiseen.

## PILOTIT

### 1. Kulttuurimelonta Oulun juhlatapahtumien makrotapahtumassa Oulujoen suistossa su 8.8.2021

Yhteistyöyhteistyö: Leijakoulu Lappis / Oulun Melontakeskus

Tapahtumassa yhdistettiin olemassa olevaan melontaretkeen kaksi kulttuuriesitystä: jazzkvartetin keikka saaren rannassa sekä Kat & Jared -akrobatiaduon esitys vedessä. Retken aikana tarjottiin myös eväitä. Sää oli sateinen ja tuulinen, mutta retki saatiin kuitenkin järjestettyä. Retki oli ilmainen ja osallistujat arvottiin (ilmoitus retkestä oli sosiaalisessa mediassa). Kokonaisuudesta tehtiin markkinointivideoita yhteistyössä Oulun kaupungin DigiCult-hankkeen kanssa, joita tosin huonon sään takia on hankala hyödyntää jatkossa markkinointimielessä. Haastavasta säästä huolimatta osallistujilta ja matkailutoimijalta tuli hyvää palautetta kokonaisuudesta. Tuote on suhteellisen helposti toistettavissa.



## 2. Heijastuksia-konsertti (2 kpl) Villa Hannalan Domessa Oulun Vanha Musiikki -festivaalilla la 14.5.2022

Yhteistyöyrittäjä: Villa Hannala

Barokkiyhtye Fidesin konsertti Villa Hannala -kahvilan pihalla sijaitsevassa iglumaisessa domessa/kupolissa. Konserttilipun hinta oli normaalia edullisempi (ennakkoon ostettuna 5–15 €), ja siihen pystyi sisällyttämään myös leivoskahvit. Konsertti oli myynnissä festivaalin kautta Ticketmasterissa.

Kahdessa identtissä konsertissa pääsi kokeilemaan, miten paljon akustiikka muuttuu eri kohdissa domea kuljeskelemalla konsertin aikana pitkin tilaa. Palautetta yleisöltä tuli puolin ja toisin: osaa kulkeminen häiritsi ja osa koki sen mielenkiintoisena. Kylmät ja kosteat olosuhteet toivat haasteita soittimien osalta. Tuote on siinä mielessä toistettavissa, että domea voi viedä melkein mihin tahansa, vaikka meren jälle. Lämpötilan ja kosteuden puolesta kesällä toteutus tosin on helpointa. Tilan saa lämmitettyä, mutta lämmittäminen on todella epäekologista: lämmitys tapahtui diesellämmittimellä, mikä tuli järjestäjälle yllätyksenä.

Villa Hannalassa oli juuri aloittanut uusi yrittäjä, ja oli mielenkiintoista päästä kokeilemaan uutta konseptia heidän kanssaan. Tämä toi myös jonkin verran haasteita, sillä kahvilan ja domea konsepti ei ollut vielä aivan selvä ja yrittäjät olivat hyvin kiireisiä.

Keskiviikko 11. toukokuuta 2022

FORUM24

19

# Barokkia kupolissa

Villa Hannalan pihaan noussut dome taipuu moneksi. Viikonloppuna se toimii Oulun Vanha Musiikki -festivaalin konserttitilana.

OULU  
Jani Kähkönen

Barokkiyhtye Fidesin konsertti lauantaina kahdeksan otteeseen kupolissa. Yhtye esittää Hietasaaresta sijaitsevan Villa Hannalan pihapiirissä nauttimaan domessa kantaakseen eurooppalaisia musiikkia 1600- ja 1700-luvulta.

Domea kupolilähteen kerrotaan avavan musiikin ystäville mahdollisuuden kokea ääriä uudella tavalla. Orkesterin soitti maantou sen mukaan, missä kohtaa tilaa musiikkia kuuntelee.

Fidesin barokkiohjelmiin kuuluu Kalle Kumpulainen sanoo, että dome on esintymäpaikkana uusi kokonaisuus yhteisellä.

Konkreettinen kerrotaan odottavan Oulun Vanha Musiikki -festivaalin ohjelmassa kuuluvien domekonserrien mielenkiintoisella. Hänen mukaansa barokki-instrumenttien kanssa vaaditaan muutenkin herkkyttä, ja jokainen tila on erilainen.

–Tila on ikään kuin yksi instrumentti, Kumpulainen toteaa.

### Moneen taipuu

Villa Hannalan yhtiönsä viime vuonna hankittua Martti Haapala korvasi domoa ulkoisesti hauskaksi näköiseksi, vaikka kukaan ei ehkä ai-van ennenkin pitänyt villan pihapiirin seipästä. Hän korostaa kuitenkin paikan toiminnallisuutta.

–Akustiikka toimii aivan kättä-mättömän mielenkiintoisella tavalla. Sisällä ei kuulu ulos mitään, mutta sisällä kuulu sellaisiin ääniin, joita ulkona ei. Esimerkiksi korkealla lesvivät kotoonostettiin kuulu-vat viirre.

Domea on Villa Hannalan taiteilijain johtajan Heikki Mäntylän hauskaksi. Se oli aikaisemmin Kerttu Linnilän oma ja tuotti Hietasaareen viime vuonna. Myös Mäntylä korostaa tilan akustiikkaa.

–Se on aivan uudeksi. Riippuen siitä, missä kohtaa domea on, voi



Kupolin sisällä paikka vaikuttaa elämyksen.



Martti Haapalan mielestä dome on hauskan näköinen, vaikka se voisi ihaa näyttöön paremminkin.

kuulostaa siltä kuin olisi jokin instrumentin sisällä.

Mäntylä sanoo, että domessa on ennen konserttia järjestetty muitakin tilaisuuksia. Hänen mukaansa kupoli taipuu monipuoliseen.

–Puolipallon muotoisessa se muodostaa hyvät peijsoveripinnat. Sitä voi tehdä mielenkiintoisella ja riittävästi virtuaalisella todellisuudella, jossa on tähtitaivas, reitit ja ihon mitä vain.

### Uusi elämä

Vuonna 1869 rakennettu Villa Hannala palveli viimeiset vuodet ennen omistajavaihdosta etupäässä kahvilana.

Haapalan ja Mäntylän visioissa on laadua siitä monipuolinen kulttuuritoimipaikka. Koronarajoitusten ja muiden epävarmuuksien vuoksi toiminta on kuitenkin ollut tähän saakka hiljaista.

–On otettu vähän aikaa, kun ei ole voinut tulla, mihin tämä maailma kehittyi. Mäntylä sanoo.

Nyt pihavillan uuden elämän alku on alkuun käynnissä. Mäntylän mukaan muun muassa domea kaavailaan ensiksi muitakin konsertteja.

–Nykyään Villa Hannalassa on ollut esimerkiksi joggaa ja muita hyvinvointitilaisuuksia, mutta tavoitteita on edelleen kehittää sitä monipuoliseksi kulttuuripaikaksi.

### Pitkin kaupunkia

Tuistaina alkaneen Oulun Vanha Musiikki -festivaalin ohjelma levittäytyy eri puolille Oulua ja yhden tapahtuman verran Tyrnävälle.

Festivaaliohjelmaa mukaan tulevan vuoden lemmaksi on lähestynyt vuorokausittain uutuuksia nähtävyyksiä. Kupolikonsernit lisäksi sitä edustaa ainakin Hietasaareen Teatteripuolella toteutaine nähtävä musiikkiohjelma Laura Mäkelä, jossa kuullaan muun muassa orkestraatioita.

Oulun Vanha Musiikki -festivaali 10.–14.5. Ohjelma: oulunvanhamausiikki.fi



### **3. Opastettu bussimatka Maakinen Martinniemi -kylätapahtumaan la 11.6.2022**

Yhteistyöyritys: Saaga Travel Oy

Kyläjuhlamaiseen monitaidetapahtuma Maakiseen Martinniemeen tarjottiin opastettu bussimatka Oulun keskustasta. Matkan hinta oli 13 € (itse tapahtumaan ei ollut pääsymaksua), ja se oli myynnissä Saaga Travelin verkkokaupassa. Tuote on helposti toistettavissa myös jatkossa.

Bussi teki kierroksen Martinniemen vanhan sahan maisemissa ja jatkoi tapahtumapaikalle. Matkan aikana opas kertoi Martinniemen historiasta. Opastuksen oli tarkoitus olla englanninkielinen, ja tapahtumaa markkinoitiin enimmäkseen englanniksi Oulun seudulla asuville vieraskielisille sillä kärkeä, että he pääsisivät tutustumaan alueen historiaan ja suomalaiseen kylätapahtumaan. Sairastapauksen vuoksi opastus olikin suomeksi, mutta se tulkittiin englanniksi vieraskielisille osallistujille.

Kaatosateen vuoksi myös tapahtumapaikka vaihtui lennosta merenrannalta ja metsästä Martinniemen Kerholaan ja pihateltaan. Kaikkinensa tapahtuma siis muuttui eriluonteiseksi suunnittelusta, mutta osallistajat ottivat muutokset hyvin vastaan ja antoivat silti hyvää palautetta tunnelmasta.

### **4. Kulttuurimelonta ilmakitaristien seurassa Oulun juhaviikoilla Ilmakitaransoiton MM-kisojen aikana ke 24.8.2022**

Yhteistyöyritys: Leijakoulu Lappis / Oulun Melontakeskus

Toinen kulttuurimelonta oli jatkoa edellisen vuoden melonnalle. Ilmakitaransoiton MM-kisaviikon melontaretkeä Oulujoen suistossa rikastuttivat Ouluun kisaamaan saapuneet ilmakitaristit. Isäntänä toimi kaikkien aikojen ilmakitaristiksi valittu amerikkalainen Justin "Nordic Thunder" Howard. Matkan varrella kuultiin myös kansanmuusikko Emmi Kuittisen itkuvirsiesitys.

Edellisestä melonnasta poiketen retki oli maksullinen (hinta 50 €), ja se oli myynnissä Lappiksen verkkokaupassa. Osallistajat olivat Ouluun saapuneita kansainvälisiä ilmakitaristeja sekä heidän perheenjäseniään ja ystäviään. Mukana oli myös yksi paikallinen asiakas. Paikallisten osallistujien vähyyttä saattoi osaltaan selittää huono sää, mutta myös ajankohta (keskiviikon alkuiltapäivä), joka oli ainut ilmakitaristeille sopiva aika.



Retkestä tuli hyvää palautetta, ja siitä olisi oltu valmiita maksamaan enemmänkin. Tuote on periaatteessa toistettavissa, mutta mahdollisesti eri sisällöllä, sillä kansainväliset ilmakitaristit ovat paikalla Oulussa vain kerran vuodessa.



##### 5. Sauna, Songs & Stories -ilta The Irish Festival of Oulun yhteydessä pe 14.10.2022

Yhteistyöyritys: Koivurannan saunalautta Oy

Tapahtumassa yhdistettiin irlantilaisista tarinankerrontaa ja musiikkia suomalaiseen saunakulttuuriin. Koivurannan saunalautalla esiintyivät Órla Mc Govern ja Niceol Blue Galwaysta Irlannista. Duo esiintyi lautalla illan aikana kaksi kertaa. Ohjelma kuului yleisen saunavuoron hintaan, joka maksettiin paikan päällä (hinta 8–11 €). Ilta oli onnistunut, mutta tila osoittautui liian pieneksi. Kysymysmerkiksi myös jäi, olisivatko ihmiset tulleet paikalle, jos hintaan olisi sisällytetty myös kulttuurisisältö (lopullinen hinta olisi ollut todennäköisesti vähintään kaksinkertainen).



**6. Gambat tunturissa – talvinen konserttipäivä Iso-Syötteellä Oulun Vanha Musiikki -festivaalilla su 19.2.2023**

Yhteistyöyritykset: Saaga Travel Oy, Hiihtokeskus Iso-Syöte Oy, Pudasjärven kaupunki

Toinen Oulun Vanha Musiikki -festivaalin yhteydessä tehty pilotti järjestettiin hiihtokeskus Iso-Syötteellä, jonne oli bussikuljetus Oulusta ja matkan varrelta. Päivän aikana pystyi yhdistämään ulkoilun ja gambayhtye Eloisa Consortin konsertin LumiAreenalla. Tarjolla oli myös ohjattu lumikenkäretki. Konserttia pystyi halutessaan kuuntelemaan myös makuuasennossa joogamaton päällä ja esiintyjien keskellä.

Yhdistelmäliput olivat myynnissä Saaga Travelin verkkokaupassa ja konserttiliput Ticketmasterissa. Hinnat: konsertti + bussi 35 €, konsertti + bussi ja ohjattu lumikenkäretki 75 €, skibus 24 €, pelkkä konsertti 10–15 €. Bussi toimi myös ylimääräisenä skibus-vuorona.

Konsepti toimi todella hyvin: asiakkailta tuli paljon positiivista palautetta ideasta ja matkan tunnelmasta. Poiminta palautteesta: ”Yhteinen matka- ja konserttikokemus lähensi minusta matkalaisia ja vapaamuotoinen oleskelu konsertissa auttoi keskittymään olemiseen hetkessä ja nauttimaan musiikista.” Ajatuksena oli, että kaikki voisivat tulla paikalle vaikka talvivarustuksissa ja suoraan ulkoilemasta. Osa yleisöstä saapui paikalle kirjaimellisesti sukset kainalossa. Pohdittavaksi jäi, kuinka paljon yleisöä olisi tullut, jos hinta olisi ollut korkeampi. Tuote on helposti toistettavissa.





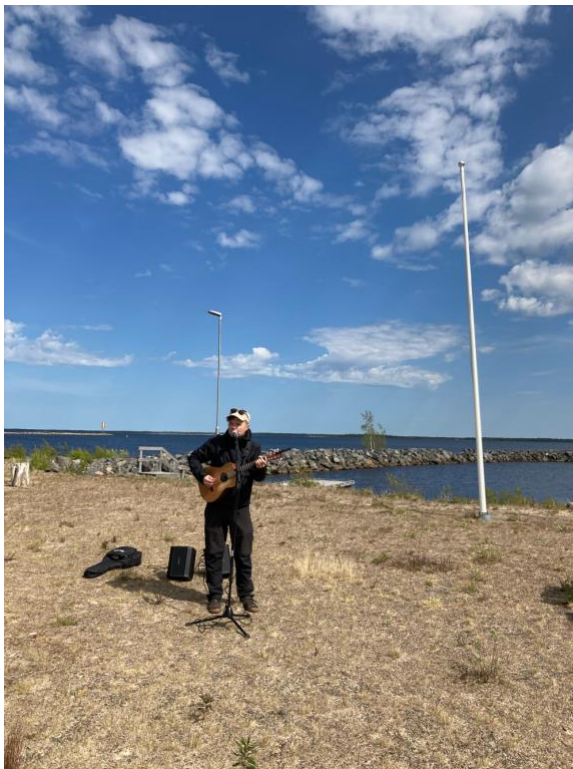
**7. Maakinen veneretki lin Röyttään Maakinen Martinniemi -kylätapahtuman yhteydessä su 11.6.2023**

Yhteistyöyritykset/-yhdistykset: Saaga Travel Oy, Terwarent Oy (Sea Oulu), Perämeren Pookit ry

Toinen pilotti Maakinen Martinniemi -tapahtuman yhteydessä sisälsi bussikuljetuksen Oulusta, venematkan lin Röytän saareen Sea Oulun veneellä ja venetaksilla, Jukka Takalon keikan ja kahvit saarella sekä Mikko Koskelan keikan ja Perämeriteemaisen keskustelun Martinniemen Kerholassa. Retki maksoi 49 €, ja se oli myynnissä Saaga Travelin verkkokaupassa. Todellisuudessa hinta pitäisi myös tämän tuotteen kohdalla olla huomattavasti korkeampi, jotta kulut saataisiin katettua.

Sea Oulu oli juuri aloittanut toimintansa Oulussa, joten oli mukava päästä kokeilemaan yhteistyötä heidän kanssaan heti alkuun. Muuten kaikki toimi päivän aikana hyvin, mutta merenkäynti oli venetaksille liian rajua tuona päivänä, mikä aiheutti pienen vaaratilanteen. Veneen kapteeni hoiti tilanteen kuitenkin ammattimaisesti ja asiakkaiden kanssa käytiin tilanne läpi. Paluureittiin myös tehtiin muutoksia tämän johdosta.

Retkestä, tunnelmasta ja yhteisöllisyydestä tuli runsaasti hyvää palautetta, ja kiiteltiin erityisesti sitä, että hyödynnettiin Oulun merellisyyttä ja annettiin veneettömille mahdollisuus päästä merelle ja tutustumaan paikkaan, johon muuten heidän olisi mahdoton päästä. Tuote on toistettavissa vaihtuvilla kulttuurisisällöillä.



**TULOSTEN YHTEENVETO**

**Pilottit/kulttuurimatkailutuotteet**

Hankkeen tavoitteena oli luoda paikalliseen kulttuuriin sopivia ja vastuullisia matkailutuotteita olemassa olevien tapahtumien ympärille. Tässä onnistuttiin luomalla kuusi erilaista kulttuurimatkailutuotetta, joista suurin osa on toistettavissa myös jatkossa.

Tuotteiden rakentamisessa luotiin uusia yhteistyömuotoja tapahtumien ja matkailutoimijoiden välillä. Hankkeessa otettiin huomioon matkailualan lainsäädäntö ja löydettiin sopivia myyntikanavia tuotteille matkailuyritysten verkkokaupoista. Muutaman matkailuyrittäjän kanssa yhteistyötä tehtiin usean eri pilotin tiimoilta, ja yhteistyötä haluttaisiin tehdä resurssien puitteissa myös jatkossa.

Tuotteissa otettiin huomioon ympäristövastuullisuus: kulttuurimelonta on jo itsessään ympäristöystävällistä, ja useisiin pilotteihin tarjottiin bussikuljetuksia, mikä vähensi tarvetta kulkea henkilöautoilla. Domekonsertin kohdalla kylmä ja märkä kevät yllätti, ja tilaa jouduttiin lämmittämään ja kuivattamaan pitkään diesellämmittimellä.

Lähes jokaisen pilotin tiimoilta kävi ilmi, että suurin haaste kulttuurimatkailutuotteiden luomisessa on niiden kannattavuus. Sekä tapahtuma- että matkailutoimijoilla on halu tehdä yhdessä uusia tuotteita, mutta ammattimaisten kulttuurisisältöjen yhdistäminen matkailutuotteisiin nostaa tuotteen hintaa korkeaksi. Lisäksi tarvetta olisi koordinoivalle taholle, joka yhdistää kulttuuri- ja matkailutoimijan (hankkeen työntekijä toimi piloteissa koordinaattorina). Ilman ulkopuolista rahoitusta myös koordinaattorin työpanos tulisi lisätä tuotteen hintaan. Sekä kulttuuri- että matkailutoimijat ovat usein pieniä yrityksiä tai yhdistyksiä, joiden resurssit eivät riitä miettiä kulttuuri- tai matkailusisältöjä tuotteisiin, vaikka kiinnostusta siihen olisi.

Tämä huomioiden, kulttuurimatkailutuotteiden suurin potentiaali olisi kansainvälisissä ryhmissä, jotka olisivat valmiita maksamaan laadukkaista tuotteista korkeampaakin hintaa.

### **Vuosikello**

Vuosikello Oulun seudun tapahtumista toimii työkaluna alueen matkailuyrittäjille, jotta he voisivat hyödyntää tapahtumia entistä paremmin joko omien tuotteidensa lisäpalveluina tai mahdollisina yhteistyötahoina. Vaikka erillisten kulttuurimatkailutuotteiden rakentamiseen ei olisi resursseja, tapahtumien sisällöistä löytyy jo itsessään paljon tuotteita, joita voisi tarjota asiakkaille.

### **Kulttuuritapahtumien kartoitus**

Keskusteluja kulttuurimatkailusta käytiin seuraavien festivaalien henkilökunnan kanssa:

- Art li Biennaali (Ii)
- Täydenkuun Tanssit (Pyhäjärvi)
- Raahen Rantajatsit
- Haapavesi Folk
- Oulun lasten ja nuorten teatterifestivaali
- Weteraanikonepäivät (Oulainen)
- Päätaloviikko (Taivalkoski)
- OuDance (Oulu)
- The Irish Festival of Oulu
- Lumo Light Festival (Oulu)
- IIK!-kauhuelokuvafestivaali (Ii/Oulu)
- Oulun Musiikkivideofestivaalit
- Oulun kansainvälinen lasten- ja nuortenelokuvien festivaali

Yleisimmät kulttuurimatkailuun liittyvät jo kokeillut tuotteet olivat kuljetuksen tarjoaminen tai yhdistäminen lippuihin sekä erilaiset majoitus+lippu- sekä ruokailu+lippupaketit ja ruokatarjoukset. Jonkin verran oli tehty myös markkinointiyhteistyötä esim. esitteen muodossa.

Kaikki tapahtumat olivat kiinnostuneita yhteistyöstä matkailutoimijoiden kanssa, mutta aika- ja raharesurssit ovat olleet esteenä asian eteenpäin viemiselle. Ideoita monilla toimijoilla olisi paljonkin, mutta yhdistävä koordinoiva taho matkailupuolelle puuttuu. Erityisesti luontomatkaillen sekä erilaisten

ruokailupakettien yhdistäminen tapahtumiin nousi esiin. Myös joukkoliikenteen saaminen yhteistyötahoksi kiinnostaa. Monille potentiaalisin kohderyhmä matkailua ajatellen olisi Pohjois-Suomi, mutta muutamiin tapahtumiin saapuu jo nyt asiakkaita myös muualta Suomesta ja myös jonkin verran ulkomailta.

Osa toimijoista erityisesti pienemmiltä paikkakunnilta mainitsi, että paikalliset yrittäjät eivät välttämättä lähde kovin helpolla mukaan tapahtumayhteistyöhön, mutta yhteistyötä voisi tehdä myös lähikuntien yrittäjien kanssa. Moni puhui myös villeistä ideoista, joita otettaisiin mielellään vastaan. Näistä puhuivat pilottien yhteydessä myös matkailutoimijat. Kiinnostusta yhteistyöhön on siis molemmilla osapuolilla, kunhan ajatukset vain saataisiin yhdistettyä.

### **MAANTIETEELLINEN LAAJUUS**

Maantieteellinen laajuus hankkeessa oli Pohjois-Pohjanmaan maakunta. Laajuus ei toteutunut aivan siinä mittakaavassa, mitä se olisi voinut. Pilotteja toteutettiin Oulussa ja Pudasjärvellä (Iso-Syöte), ja myös yhteistyötahot olivat Oulusta ja Pudasjärveltä. Tapahtumien vuosikello, joka tehtiin seudun matkailuyrittäjille, sisältää tapahtumia Oulun Matkailu Oy:n toiminta-alueelta. Tapahtumien kulttuurimatkailun kartoitusta tehtiin laajemmin ympäri maakuntaa: Oulun lisäksi tapahtumia oli Oulaisista, Haapavedeltä, Pyhäjärveltä, Iistä, Taivalkoskelta ja Raahesta.

### **TYÖNTEKIJÄT, SIDOSRYHMÄT JA VAPAAEHTOISET**

Hankkeessa työskenteli yksi osa-aikainen työntekijä ja mukana pilottien toteuttamisessa oli festivaalien työntekijöitä, matkailutoimijoita sekä yhteensä yhdeksän vapaaehtoista.

Yhteistyö eri sidosryhmien kanssa sujui pääosin erittäin hyvin. Festivaalit, joissa pilotteja tehtiin, olivat ennalta tuttuja, ja yhteistyötä oli heidän kanssaan tehty jo aiemmin. Osan matkailutoimijoista kanssa yhteistyö oli erittäin jouhevaa ja hedelmällistä, ja ideoita ehdittiin pallorella enemmän myös yhdessä. Varsinkin pienempien toimijoiden kanssa yhteistyö oli välillä haastavampaa erityisesti viestinnän kannalta, sillä he olivat erittäin kiireisiä omien töidensä kanssa. Oulun Matkailu Oy:n kanssa käytiin keskusteluja matkailuyrittäjien tarpeista ja toiveista kulttuurimatkailun suhteen.

### **KOHDERYHMÄN TAVOITTAMINEN JA OSALLISTUMINEN**

Kohderyhmä pilottien rakentamisessa oli alueen kulttuuritapahtumien tuottajat (tapahtumat, joiden yhteydessä pilotit toteutettiin), luovan alan toimijat (esiintyjät) ja matkailuyritykset. Pilottien kohderyhmään kuuluivat elämyksellisiä ja yksilöllisiä palveluja ja vastuullista matkailua haluavat lähialueen ihmiset. Hankkeen aikana kohderyhmäksi muotoutuivat myös alueella asuvat vieraskieliset asukkaat, joille tehtiin markkinointia englanniksi. Myös yksi piloteista suunniteltiin kokonaan tuolle kohderyhmälle.

Tapahtumien henkilökuntaa ja esiintyjä oli hankkeessa mukana 42 henkilöä ja yritysten sekä sidosryhmien henkilökuntaa 47 henkilöä. Asiakkaita / pilotteihin osallistuneita oli 200 henkilöä. Festivaalien kulttuurimatkailukartoituksessa oli mukana 16 henkilöä (tuottajia ja muuta festivaalien henkilökuntaa). Pilottien mainosten kattavuus Facebookissa ja Instagramissa oli 75 500 ja näyttökerrat 166 000.

Yhteensä hankkeessa tavoitettiin siis 305 henkilöä sekä markkinoinnilla tavoitetut henkilöt. Lisäksi hankkeen työntekijä oli mukana useissa matkailualan verkostoitumistapahtumissa, joissa hän kertoi hankkeesta. Näissä tapahtumissa oli mukana yhteensä satoja ihmisiä.

Kohderyhmän tavoittamisessa onnistuttiin melko hyvin. Tavoitteena oli markkinoida tuotteita myös Pohjois-Ruotsiin, -Norjaan ja -Venäjälle, mutta sitä ei tällä kertaa tehty, vaan keskityttiin markkinoinnissa tuotteiden/tapahtumapaikkojen lähialueille.



Hankkeen työntekijä piti pilottien suunnittelun aikana tapaamia tapahtumien tuottajien sekä matkailuyrittäjien kanssa. Osassa tuotteista myös luovan alan toimijat (esiintyjät) osallistuivat tuotteiden suunnitteluprosessiin. Huomasimme monen tuotteen kohdalla, että matkailuyrittäjät ovat niin kiireisiä, että paras tapa toimia oli miettiä konsepti melko valmiiksi ja ehdottaa sitä yrittäjälle, vaikka heiltä olisi varmasti saanut hyviä näkökulmia tuotteen toimivuuden kannalta suunnitteluvaiheessa.

Pilottien toteutus tehtiin yhteistyössä tapahtumien, luovan alan toimijoiden ja yritysten kanssa. Päävastuu niistä oli hankkeen työntekijällä. Osa yrityksistä osallistui myös tuotteiden markkinointiin sekä hoiti myynnin verkkokaupassaan.

## **PALAUTTEET**

Jokaisesta tuotteesta/pilotista tehtiin palautekysely osallistujille. Osallistujien kanssa keskusteltiin myös paikan päällä. Hankkeen työntekijä kertoi sekä asiakaspalautteen että oman palautteensa yhteistyötahoille, joiden kanssa palautteita vaihdettiin sähköpostitse sekä osan kanssa myös kasvokkain palautekeskusteluissa.

Joissakin piloteissa kävijäkyselyiden vastausprosentti oli melko pieni, mutta kaikkien pilottien palaute oli pääosin hyvin positiivista. Tunnelma pilottien aikana oli hyvä, ja monesti mainittiin myös yhteisöllisyys. Tuotteet koettiin usein yllätyksellisinä ja erikoisina ja kulttuurisisältö sopi hyvin yhteen matkailusisällön kanssa. Lähes jokainen vastaaja kertoi, että osallistuisi vastaavanlaiseen tapahtumaan uudelleen. Kehitysehdotukset kohdistuivat usein käytännön seikkoihin, kuten ruokailun järjestämiseen, viestintään tai tapahtuman aikataulutukseen.

Tuotteita suositeltaisiin sekä paikallisille että muualta tuleville: uusia elämyksiä haluaville ja ihmisille, jotka haluavat yhdistää luontoretken tai liikunnan ja kulttuurielämyksen. Monien tuotteiden kohdalle mainittiin, että vastaavanlaisia haluttaisiin tarjolle lisää.

Tuotteiden hinnat olivat hyvin maltillisia, jotta pilotteihin saatiin varmasti osallistujia. Suurin osa vastaajista kertoi hinnan olleen sopiva, osa olisi voinut maksaa joistakin tuotteista enemmänkin. Jos vastaavia tuotteita tehtäisiin ilman ulkopuolista rahoitusta, täytyisi hintojen kuitenkin olla paljon korkeampia.

Tuotteille tuntuisi vastausten perusteella olevan kysyntää, mutta kysymykseksi tulevaisuuteen jää, olisivatko osallistujat todella valmiita maksamaan niistä sellaista hintaa, että tuotteiden tekeminen olisi kannattavaa sekä matkailu- että kulttuuritoimijoille. Erilaiset ryhmät (varsinkin kansainväliset matkailijat) voisivat olla yksi potentiaalinen asiakasryhmä, joka olisi mahdollisesti valmis maksamaan tuotteista enemmän, mutta tätä kohderyhmää ajatellen tulisi markkinointiin varata paljon resursseja.