

Outdoors Finland kansainvälistymishanke 1.11.2015-30.6.2018

LOPPURAPORTTI

Leena Yli-Piipari, Visit Finland

Pirjo Räsänen, Lahden ammattikorkeakoulu

1. Toteuttajan nimi

Business Finland Oy / Visit Finland -yksikkö

Porkkalankatu 1

00180 Helsinki

Y-tunnus: 0202317-7

Lahden ammattikorkeakoulu Oy

Niemenkatu 73, 15140 Lahti

Y-tunnus: 2630644-6

2. Hankkeen nimi ja hanketunnus

Outdoors Finland (OF) kansainvälistymisohjelma

Hankkeen kesto: 1.11.2015 – 30.6.2018

Hankenumero: 13208

3. Yhteenveto hankkeesta

Outdoors Finland -kansainvälistymishanke (myöhemmin OF-hanke) oli kolmas peräkkäinen Visit Finlandin hallinnoima kesäaktiviteettien kehittämiseen ja kansainvälistämiseen keskittynyt Maaseutuohjelmasta rahoitettu hanke. OF -hanketta toteutti kaksi tahoa: Visit Finland vastasi valtakunnallisten matkailutoimijoiden verkoston sekä kansainvälistymistoimenpiteiden koordinoinnista ja Lahden ammattikorkeakoulu (myöhemmin LAMK) koordinoi reitistötoimijoiden verkostoa ja vastasi luontokohteiden ja reitistöjen kehittämiseen liittyvistä toimenpiteistä sekä monikanavaisen viestinnän neuvonnasta.

Outdoors Finland –kehittämishojelman (2009-2014) painopiste oli vahvistunut toiminnan kehittymisen ja kokemusten kertymisen myötä maaseudun mikro- ja pk –yritysten kansainvälistymiseen ja tätä polkua jatkettiin yhteistyössä alueellisten organisaatioiden ja kehittäjien kanssa. Ensimmäinen OF-hanke (2009 - 2011) tuotti monia tutkimuksia ja selvityksiä, erilaisia suunnitteluoppaita, tuotesuosituksia ja muita hyviä työkaluja yrityksille. Outdoors Finland – kehittämishojelmassa (2011-2014) luotiin yhdessä Outdoors Finland Etelä –hankkeen (Lahden ammattikorkeakoulu, 2011-2014) kanssa testattu,

kokemusten, tutkimusten ja toimijoiden palautteen perusteella hyväksi havaittu toimintamalli, joka perustui luontokohteiden ja reitistöjen kehittämiseen ja niistä tehtävään monikanavaiseen viestintään sekä niihin tukeutuvaan paketointiin ja kansainvälistymistoimenpiteisiin. (Kuva 1.) Mallissa maaseudun mikro- ja pk-yritysten kansainvälistymisen kärkenä olivat helposti toteutettavat ja omatoimiset aktiviteetit. Tätä mallia testattiin toimenpidetasolla jo näiden kahden hankkeen yhteistyönä näiden hankkeiden viimeisen toimintavuoden aikana, mutta alueellisten hankkeiden päättymisen vuoksi malli jäi vielä keskeneräiseksi.

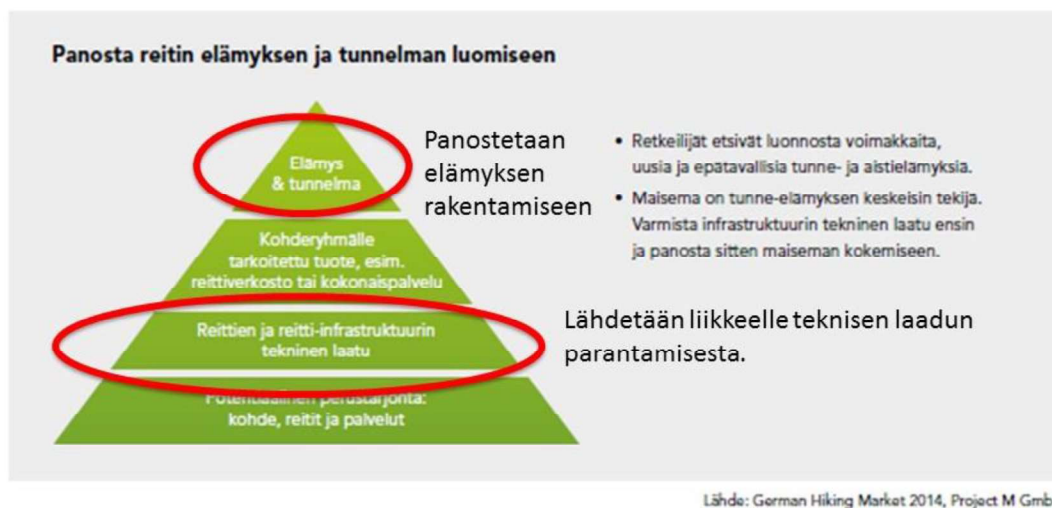


Maaseutuohjelman rahoituskauden aluksi kirjoitettiin kahta hanketta, Visit Finland kansainvälistymishanketta ja LAMK luontokohteiden kehittämishanketta. Rahoittajan pyynnöstä nämä hankkeen yhdistettiin ja tämän OF -hankkeen kirjoittamiseen osallistuivat Visit Finlandista Terhi Hook, Outdoors Finland –kehittämishankkeen II projektipäällikkö Heli Saari ja LAMK:ista Outdoors Finland Etelä -hankkeen projektipäällikkö Pirjo Räsänen. Kattavan pohjatyön ansiosta (Outdoors Finland/Visit Finland ja Outdoors Finland Etelä –toteuttivat yhdessä koko Suomen kattavan aluekierroksen ja kaksi haastattelututkimusta) suurin osa alueista oli sitoutunut yhteistyömalliin ja useita aluehankkeita oli alkamassa tai suunnittelun alla. Pysyvistä matkailun toimijoista muodostuva verkosto oli jo olemassa. Retkeilykohteista vastaavien verkosto oli osin koottuna mutta sen verkoston jäsenten vaihtuvuus todettiin suureksi jo vuonna 2014. Outdoors Finland Etelä -hankkeen tuloksena todettiin, että hanketoimijoiden (liitot, ammattikorkeakoulut, kehittämissyhtiöt ja toimintaryhmät) lisäksi on tärkeää saada mukaan myös pysyviä toimijoita, kuten kuntien ympäristö- ja liikuntatoimia.

OF -hankkeen toimenpiteet rajattiin kolmeen kokonaisuuteen, jonka avulla hanketta vietiin eteenpäin. Kokonaisuudet olivat:

1. Osaamisen kehittäminen ja yhteistyön lisääminen
2. Jakelukanavayhteistyö
3. Kuluttajiin kohdistuvat toimenpiteet ja aktivointi

LAMKin osatoteutuksena järjestettiin alueilla luonto- ja reitistökohteiden kehittämisvalmennuksia, jotka sisälsivät mm. luontokohteiden ja reitistöjen kehittämisen, teknisen laadun, elämyksellisyyden ja digitaalisen viestinnän kehittämisen.



Valmennukset käynnistyivät Luonnosta liiketoimintaa ja hyvinvointia -nimellä ja niitä toteutettiin 1-3 päivän mittaisina valmennuksina lähes kaikkialla Suomessa. Valmennukset oli tarkoitettu yhdistyksille, kuntien liikunta- ja ympäristötoimelle, matkailutoimijoille ja ylipäättään kaikille, jotka suunnittelevat, kehittävät ja ylläpitävät reitistö- ja luontokohteita. Lisäksi järjestettiin seminaareja ja niiden yhteydessä erilaisia infoja esimerkiksi ylläpidon ja huollon suunnittelusta ja monikanavaisesta viestinnästä.

Valmennukset on tarkoitettu yhdistyksille, kuntien liikunta- ja ympäristötoimelle, matkailutoimijoille ja ylipäättään kaikille, jotka suunnittelevat, kehittävät ja ylläpitävät reitistö- ja luontokohteita. Kolmanneksi osallistuttiin ja järjestettiin alueellisia infotilaisuuksia ja seminaareja ja sparrattiin ja neuvoteltiin maakuntien ja matkailukohteiden kanssa alueellisista kehittämistoimenpiteistä.

OF-hankkeen kansainvälistystoimenpiteet kohdistettiin Euroopan markkinoille (Saksa ja muut saksankieliset maat, UK, Italia, Ranska ja Benelux) ja niitä toteutti Visit Finlandissa hankkeen projektipäällikkö tiiviissä yhteistyössä elinkeinon kanssa. Ensimmäisessä vaiheessa kartoitettiin kansainvälisille markkinoille soveltuvat luontomatkailutuotteet, josta tuotettiin teemallinen (digitaalinen) manuaali ja näitä tuotteita esiteltiin erilaisissa myyntitapahtumissa, messuilla, networking-tilaisuuksissa sekä matkanjärjestäjien tutustumismatkoilla potentiaalisille matkanjärjestäjille. Tämän lisäksi tehtiin teemallista kuluttajamarkkinointia kuluttajamessujen, erilaisten kampanjoiden, media- ja PR-työn ja kilpailuitten avulla.

Näitten kokonaisuuksien sisällöt avataan raportissa myöhemmin kohdassa toimenpiteet.

OF -hankkeen aikana moni asia on muuttunut: digitaalisen saavutettavuuden ja ostettavuuden merkitys on kasvanut. Visit Finland on myös käynyt monta muutosta läpi. OF -hankkeen päättyessä Visit Finlandiakaan ei enää ole vaan se on fuusioitunut Business Finlandiin.

Hankkeen lopussa tehtiin hankearviointi, jossa haluttiin arvioida hankkeen ja sen toimenpiteiden onnistumista, arvioida hankkeen tavoitteiden toteutumista sekä kerätä kehittämispalautetta hankkeelle. (Liite 1.) Matkailutoimijoiden (N=30) mukaan päätavoitteista parhaiten oli onnistuttu Suomen profiloitumisessa Outdoors-kohteena (3,7 asteikolla 1-5) ja ulkomaalaisten matkailijoiden tarpeiden ymmärtäminen Outdoors-matkailussa. Reitistötoimijoiden (N=53) mukaan päätavoitteista parhaiten oli onnistunut oman osaamisen kehittyminen reitistöjen laadun suhteen (ka 4,1), alueellinen ymmärrys laadun merkityksestä on kehittynyt (ka 3,9) ja Suomen profiloituminen Outdoors -kohteena (ka 3,9). Hankkeen jatkoa puolsi yli 80% arvioijista ja kokonaisarvosanaksi matkailutoimijat antoivat 3,6 ja reitistötoimijat 3,8.

Hanketta rahoitti Hämeen ELY-keskus valtakunnallisesta Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta 100%:n rahoituksella. Hankkeelle myönnetty rahoitus oli 500 000€.

4. Raportti

4.1. Hankkeen tavoitteet

Valtakunnallisessa matkailustrategiassa on Visit Finlandin tehtäväksi määritelty teemallinen matkailun kehittäminen. Valtakunnallinen luontomatkailustrategia on tehty vuosille 2015-2018. Visit Finlandin teettämien tutkimusten mukaan luontoelämykset ovat jo vuosia olleet yksi Suomeen matkustamisen päämotiiveista ja aktiviteettikokemus on tyypillisesti osa Suomi-loman sisältöä. Kesäaktiviteetteja on kehitetty jo vuodesta 2009 Outdoors Finland –nimellä ja projektirahoituksella ja sitä ennen Pyöräillen Suomessa -, Vaeltaen Suomessa – ja Meloen Suomessa –hankkeissa vanhoilla ALMA ja TAVOITE 1 – alueilla. Tässä hankkeessa keskitytään vahvasti nostamaan aktiviteettiteeman Suomi-profiilia kohdemaissa ja saamaan lisää myyntiä aktiviteettituotteita tarjoaville alueille ja yrityksille. Ohjelmaa toteutettiin yhdessä koordinaatioverkoston ja elinkeinon sekä eri sidosryhmien kautta.

OF -hankkeessa pyrittiin rakentamaan pitkäjänteistä yhteistyötä mikro- ja pk- yritysten ja markkinoiden kesken. Tuloksena nähtiin valmisteluvaiheessa maaseudun mikro- ja pk-yritysten oppiminen toimimaan kansainvälisillä markkinoilla ja verkostoitumaan alueellisesti ja valtakunnallisesti. Samanaikaisesti reitistöjen ja luontokohteiden kehittämistyötä ohjattiin yhä enemmän sekä nykykuluttajien että kansainvälisten markkinoiden asiakkaiden vaatimuksia vastaaviksi. Yhä useammin kävijä on edelleenkin ja vielä enemmänkin luonnosta vieraantunut urbaani päiväretkeilijä, jolle luonto tarjoaa paljon, mutta joka tarvitsee yhä selkeämmän reittituotteen, jota käyttää ja kuluttaa.

Hankkeen päätavoitteita olivat:

- lisätä mikro- ja pk-yritysten kansainvälistymistä parantamalla aktiviteettituotteiden näkyvyyttä kansainvälisissä jakelu- ja markkinointikanavissa (Visit Finland)
- saattamalla yhteen kotimaisia palveluntarjoajia ja ulkomaisia ostajia erilaisten toimenpiteiden avulla (Visit Finland)
- parantaa luonto- ja reitistökohteiden laatua, elämyksellisyyttä ja monikanavaista viestintää (LAMK)

Hankkeen päätavoitteita on seurattu erilaisilla mittareilla:

- Osallistuvien määrä BtoB-toimenpiteissä hankkeen aikana (60 pk-yritystä)
- Reitistövalmennuksiin osallistuvien määrä hankkeen aikana (100 henkilöä, toteuma noin 520 henkilöä)
- Toimiva ja pysyvä valtakunnalliseksi laajentunut matkailutoimijoiden ja reitistötoimijoiden koordinaatioverkosto. (Kaksi valtakunnallista verkostoa: matkailu ja reittien kehittäminen)
- Aktiviteettituotteiden määrän lisääntyminen alueiden ja yritysten tuotemanuaaleissa (kasvanut merkittävästi)
- Luontoaktiviteetteihin osallistuneiden ulkomaalaisten matkailijoiden määrän kasvu v 2018 mennessä (+10%)

Useisiin tavoitteisiin on päästy ja joiltain osin mittareiksi asetetut tavoitteet ovat ylittyneet roimasti. Visit Finlandin teettämän matkailijatutkimuksen mukaan luontoaktiviteetteja harrastaneiden ja niistä

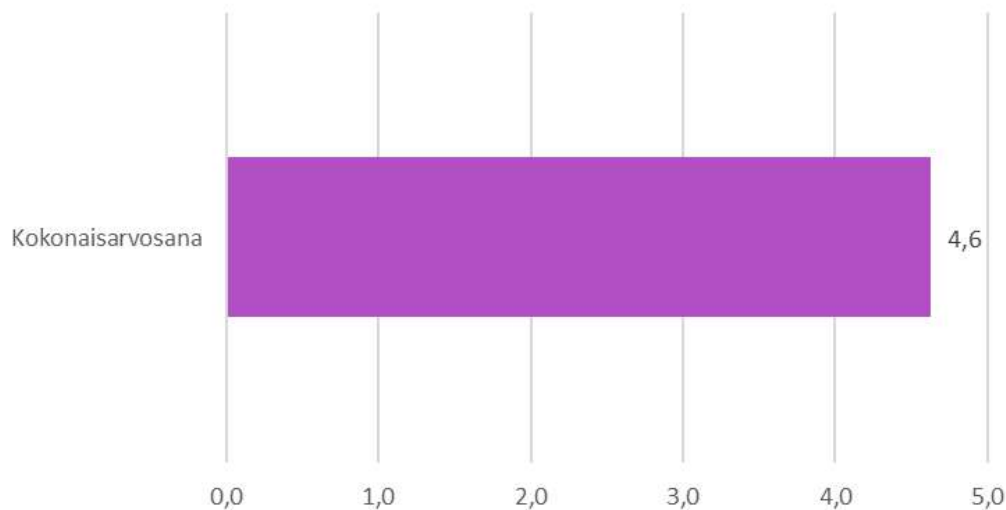
kiinnostuneiden matkailijoiden määrä on viime vuosina myös tuntuvasti kasvanut. Vuonna 2014 25% matkailijoista ilmoitti harrastaneensa tai olevansa kiinnostunut harrastamaan kesäaktiviteetteja ja vuonna 2017 määrä oli 56% kaikista yöpyvistä matkailijoista. Nämä tutkimukset eivät ole täysin vertailukelpoisia erilaisen kysymysten asettelun takia, mutta suunta on vahvasti nouseva.

Hankkeen B2B-toimenpiteisiin osallistuvien tavoite oli 60 yritystä. Tämä tavoite ylittyi ja toteuma oli yli 80 yritystä. Sähköinen tuotemanuaali, joka on läpileikkaus OF-kärkituotteisiin ja tarjontaan, oli mukana 56 yritystä, OF-hankkeen omilla myyntikäynneillä Saksassa ja Hollannissa oli yhteensä 6 yritystä ja matkanjärjestäjien tutustumismatkoilla useita luontomatkailuyrittäjiä, Kansallispuistojen edustajia ja muita palveluntarjoajia.

Valtakunnallisen matkailun koordinaatioverkoston tiivis ylläpitäminen olisi vaatinut enemmän resursseja ja jalkautumista ”kentälle”. Vaikka hankkeen toimenpiteistä on tiedotettu aktiivisesti ja samalle kohderyhmälle kuin aikaisemmin, oli alueiden ja yritysten osallistuminen kansainvälistymistoimenpiteisiin ajoittain määrällisesti vähäistä. Vahvasti kansainvälistymiseen nojaava hankesuunnitelma vaati mukaan sellaiset kumppanit ja yritykset, jotka ovat jo kypsiä kv-markkinoille ja tämä joukko oli loppupelissä verraten pieni. Alue- ja yritystason tapaamiset, jossa projektipääällikkö olisi jalkautunut kentälle sparraamaan ja proaktiivisesti houkuttelemaan ja identifioimaan mukaan partnereita olisi ollut tarpeen. Myös Visit Finlandin uudet kasvuohjelmat Merellinen Saaristo, Finrelax ja Stopover kiinnostivat matkailukenttää laajasti ja alueorganisaatioilla ei ollut resursseja allokoida henkilöitä teemalliseen kehittämiseen, varsinkin kun myös kasvuohjelmat nojasivat vahvasti kansainvälistymiseen.

LAMKin osatoteutuksen reitistövalmennusten tavoitteena oli 100 osallistujaa ja toteuma oli 524 henkilöä. Valmennuspäiviä on ollut 41,5 ja yhteensä on ollut noin 887 henkilökoulutuspäivää. Tavoite on siis ylitetty moninkertaisesti. Lisääkin olisi voinut tehdä kysynnän puolesta mutta resurssit eivät riittäneet. Valmennuksen aineistoa on Slidesharessa katsottu yhteensä 2443 kertaa ja tulostettu 188 kertaa. Valmennukseen osallistuneet olivat erittäin tyytyväisiä, palautteen keskiarvo oli osa-alueittain 4,6-4,8 asteikolla 1-5.

Valmennuksen kokonaisarvosanaksi annan



Tavoitteista myös reitistökoordinaatioverkosto toteutui joiltain osin. Verkosto saatiin koottua ja tuloksena oli lisääntynyt yhteistyö ja osaamisen siirtyminen. Jotta verkosto olisi saatu pysyväksi, olisi se kuitenkin vaatinut enemmän panosta ja suunnitelmallista kehittämistä. Todennäköisesti verkosto hajoaa viimeistään seuraavan vuoden aikana, kun alueelliset hankkeet päättyvät. Ainoastaan niillä alueilla, joissa kehittämistoimintaa hoitaa organisaatio, jolla on pysyvä intressi kehittää reitistöjä, jatkaa alueellista kehittämistyötä. Työnä verkoston vakiinnuttaminen olisi vaatinut vielä enemmän alueellista ohjaamista pysyviin käytäntöihin ja valtakunnallisesti laaja-alaisempaa yhteistyötä kuin käytössä olleilla resursseilla pystyttiin toteuttamaan.

4.2. Toteutus

Hankkeen toimenpiteitä toteutettiin kolmen kokonaisuuden alla. Ne olivat osaamisen kehittäminen ja yhteistyö, jakelukanavayhteistyö ja kuluttajiin kohdistetut toimenpiteet ja markkinointi. LAMKin osuus on keskittynyt ensimmäisen tavoitteen alle ja kaksi viimeistä Visit Finlandille.

a. Toimenpiteet

Osaamisen kehittäminen ja yhteistyön lisääminen

OF -hanke järjesti hankekauden aikana informaatiotilaisuuksia, jossa tiedotettiin hankkeesta yleisesti, sen toimenpiteistä ja osallistumismahdollisuuksista. Tilaisuuksia pidettiin seuraavissa maakunnissa: Uusimaa, Kainuu, Kymenlaakso, Häme, Keski-Suomi, Etelä-Karjala, Etelä-Savo, Satakunta, Pohjois-

Karjala, Pohjois-Savo, Pohjois-Pohjanmaa ja Lappi. Tapahtumiin osallistui yhteensä noin 350 henkilöä laajasti erilaisista organisaatioista ja osallistujia oli paikkakunnasta riippuen vaihtelevasti.

Terhi Hook toimi väliaikaisesti projektipäällikkönä ennen pp:n nimeämistä ja osallistui informaatiotilaisuuksiin. LAMKin projektipäällikkö veti osan tilaisuuksista yksinään (päällekkäiset tapahtumat, ajan ja kustannusten säästö).

LAMK veti OF –hankkeessa luonto- ja reitistökohteiden kehittämistä, joka käynnistyi vauhdikkaasti entisen (Outdoors Finland Etelä –hanke) projektipäällikön jatkaessa uutta hanketta. Reitistökoordinaation puitteissa käynnistettiin hankkeen informaatiotilaisuudet ja kontaktoitiin reitistöjä aiemmin kehittäneitä tahoja, jotka olivat enimmäkseen ammattikorkeakouluja. LAMKin projektipäällikkö sopi lähes kaikkien seminaarien jälkeen alueellisen neuvottelun Skypellä ja lähetti valmiin projektisuunnitelman mallin (Mennään metsään –hankkeen suunnitelmasta muokattu, täydennetty Outdoors Finland –hankkeen suunnitelmalla ja ajankohtaisilla tiedoilla). Projektipäällikkö oli jo edellisellä hankekaudella käynnistänyt Päijät-Hämeessä reitistöjen kehittämishankkeen esiselvityksen ja yhtä aikaa tämän hankkeen kanssa käynnistyi Mennään metsään –hanke, joka oli ensimmäinen alueellinen reitistöjen kehittämishanke. Valmiin suunnitelman luonnos toimitettiin ensimmäisenä Hämeen ammattikorkeakouluun ja Jyväskylän ammattikorkeakouluun, joiden vastaavat hankkeet käynnistyivät seuraavina nimillä Digitrail –hanke ja Keski-Suomen reitit maailmankartalle –hanke. Samassa ”aallossa” käynnistyi Seinäjoen ammattikorkeakoulun hallinnoimana Outdoors Etelä-Pohjanmaa –hanke. Kolmantena käynnistyi Outdoors Uusimaa –hanke yhteistyössä Uudenmaan liiton ja Laurea ammattikorkeakoulun kanssa. Etelä-Savossa käynnistettiin Outdoors ESA –hanke esiselvityshankkeena yhteistyössä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun kanssa. Pohjois-Savossa käynnistyi myös esiselvityshanke, joka johti varsinaisen Outdoors Pohjois-Savo –hankkeen käynnistymiseen 1.6.2018. Outdoors Kainuu –hanke käynnistyi 1.8.2017. Yhteisen hankesuunnitelmapohjan ansioista näissä hankkeissa on suurin piirtein samanlaiset sisällöt. Varsinais-Suomessa käynnistyi Virkisty Varsinais-Suomessa –hanke ProAgrian hallinnoimana. Lisäksi yhteistyöhön on liittynyt muita alueellisia hankkeita kuten KOSEKin hallinnoima Keski-Pohjanmaan reittien kehittämishanke, Satakunnan ammattikorkeakoulun hallinnoimat Outdoors - ja maaseutumatkailuhankkeet, Varsinais-Suomen maaseutumatkailuhankkeet, Oulun seudun (OAMK ja Metsähallitus) luontomatkailun ja kulttuurisisältöjen kehittämishankkeet.

Luonto – ja reitistökohteiden kehittämisvalmennuksia on pidetty yhteensä 17 kertaa ja ne ovat toteutuneet seuraavasti:

- Lahti, Lahden ammattikorkeakoulu yhteistyössä Mennään Metsään -hankkeen kanssa, 25.-26.4.2016 ja 13.5.2016
- Kajaani, Kajaanin ammattikorkeakoulu, 27.-28.4.2016 ja 16.5.2016, Kajaanin ammattikorkeakoulu
- Eura ja Säkylä, Satakunta, Yhteistyössä Säkylän Pyhäjärven alueen luontomatkailuhankkeen kanssa, 17.-18.5.2016 Sieravuori ja Harjureitti, 30.5.2016 Kristalliranta
- Tampere, 3 päivää, yhteistyössä SasKyn kanssa
- Rovaniemi, 3 päivää. Yhteistyössä Reila –hanke ja Lapin amk. (23.-24.8.2016 ja 13.9.2016 Rovaniemi)

- Luosto ja Pyhä, 3 päivää, yhteistyössä Metsähallitus ja Sodankylän kunta. 25.-26.8.2016 ja 14.9.2016
- Saariselkä, 2 päivää, yhteistyössä Metsähallitus, 15.-16.9.2016
- Rokua Geopark, 2 päivää. Yhteistyössä Metsähallitus ja KASKU –hanke (11.-13.10.16)
- Mikkeli ja Puumala, 24.-25.11.16 yhteistyössä Outdoors ESA –hanke, XAMK
- Keski-Suomi, Jyväskylä, 3.-4.5.2017, yhteistyössä Keski-Suomen retkeilyreitit maailmankartalle, JAMK
- Tahko 1.6.2017, 1 pv, yhteistyössä Outdoors Pohjois-Savo esiselvityshanke, Savonia, maastokäynti
- Lapua, 5.-6.6.2017 yhteistyössä Outdoors Etelä-Pohjanmaa, 2 pv valmennus
- Eerikkälän urheiluopisto, 22.-23.5.2017, yhteistyössä Digitrail –hanke, HAMK, 2 pv valmennus,
- Kemi 29.-30.5.2017, yhteistyössä Kemin kaupungin vetämän retkeilyhankkeen kanssa, 2 pv valmennus
- Varsinais-Suomi, Mynämäki 14.-15.9.2017, yhteistyössä ProAgrian hallinnoimien hankkeiden kanssa
- Lestijärvi, Keski-Pohjanmaa, 27.-29.9.2017, yhteistyössä KOSEKin reitistöjen kehittämishankkeen kanssa
- Imatra 3.-4.10.2017, yhteistyössä Imatran Kehyn ja Etelä-Karjalan virkistysalueasätiön kanssa, 2 pv valmennus

Osallistujat ovat olleet kyläyhdistyksistä, toimintaryhmistä, hanketoimijoita, kunnista, kehittämissyhtiöistä, Metsähallituksen henkilöstöä ja alan opiskelijoita. Valmennuksessa on käyty läpi asiakkaat, kohderyhmät ja markkinat, reitistöjen kehittämisen perusteet (tekninen laatu, elämyksellisyys ja digitalisointi) ja kokonaisvaltaisen suunnittelun perusteet. Osana valmennusta osallistujat ovat tehneet reittiluokittelun, reittiesitteen ja käyttäneet erilaisia työkaluja. Reittityöskentelyä varten on kehitetty työkaluina draaman kaari ja pisteytyslomake, jonka avulla arvioidaan reitin matkailullista potentiaalia. Pisteytys näyttää toimivan, sitä on muokattu ja kehitetty eteenpäin saadun palautteen pohjalta. Ennestään on ollut käytössä aistihavaintolomake sekä luokittelu, jota olisi kehitettävä eteenpäin. Valitettavasti OF -hankkeet resurssit eivät riitä, että näitä työkaluja koottaisiin yhteen tai tuotettaisiin niistä materiaalia, jota voitaisiin jatkossa käyttää osaamisen siirtämiseen. Tämä tarkoittaa myös sitä, että työkalut pikkuhiljaa hiipuvat ja uusien hankkeiden aloittaessa niitä ei enää aktiivisesti käytetä.

OF-uutiskirjeen kautta on informoitu hankkeen toimenpiteistä kuten reitistövalmennuksista ja muista ajankohtaisista tapahtumista, kiinnostavista tutkimuksista ja tilastoista. Toteutettavia kansainvälistymistoimenpiteitä esiteltiin tarkoituksena löytää yhteistyökumppaneita osallistumaan toimenpiteisiin (esim. kuluttajamessut ja myyntikäynnit sekä manuaali). Reitistökoordinaation osalta tiedottaminen jäi vajavaiseksi kahdesta syystä: projektipäällikön resurssit olivat noin 1 pv/vko ja reitistökoordinaation asiat poikkesivat osittain niin paljon Visit Finlandin uutiskirjeiden sisällöstä, että kaikkia uutisia ei ollut järkeä koota sinne. Reitistökoordinaation asiat olivat yksittäisten hankkeiden järjestämiä tilaisuuksia, tapahtumia ja raportteja.

Uutiskirjeen lisäksi tehtiin 2 mediatiedotetta: toinen Outdooractiven ja Visit Finlandin yhteistyöstä ja toinen kestävän kehityksen merkityksestä luontomatkailuelinkeinolle.

Kotimaan tiedotuksen lisäksi lähetimme Outdoors-teemaiset mediatiedotteet päämarkkinoillamme UK:ssa ja Saksassa sekä aktiivisesti tiedotimme VF-edustajia uusista tuotteista, tapahtumista ja muista ajankohtaisista asioista.

Hanke järjesti 3 seminaaria, joista ensimmäinen järjestettiin yhteistyössä Virtuaaliluonto- ja Mennään Metsään –hankkeiden kanssa, toinen Visit Finlandin kestävän kehityksen teeman kanssa ja kolmas oli OF-hankkeen päätösseminaari. Kaikissa seminaareissa on tuotu vahvasti esille kansainvälisille markkinoille soveltuvan tuotteen sisältöä, kansainvälisiä esimerkkejä alue- tai luontokohteen kehittämisestä, digitaalisuutta luontomatkailussa sekä maailmalla näkyviä luontomatkailun trendejä. Hankkeen partnerit ovat molemmat järjestäneet puhujia; Visit Finland/OFF –hanke on vastannut markkinanäkökulmasta ja LAMK/reitistökoordinaatio on vastannut kansainvälisestä alue- tai luontokohteen kehittämisen ja digitaalisuuden puheenvuoroista. Iltpäivisin seminaareissa on ollut esillä hieman eri teemoilla kotimaisia esimerkkejä. Kahdessa viimeisessä seminaarissa nostettiin esille kotimaisia menestystarinoita.

Kaksi ensimmäistä seminaaria toteutettiin 2-päiväisenä ja toisena päivän keskityttiin paikalliseen kehittämiseen, Outdoors -hankkeiden tarinoihin ja verkostoitumiseen.

Seminaarit olivat poikkeuksetta hyvin suosittuja ja saivat erinomaista palautetta (Liite nr, syksyn 2017 seminaari). Ne oli nähty myös erinomaisina paikkoina solmia uusia yhteistyöverkostoja. Pääosa seminaareihin osallistujista on tullut reitistökoordinaation kautta ja ollut reitistökoordinaatioon osallistuvia organisaatioita ja hankkeita. Yritysten edustajia oli mukana valitettavan vähän.

Outdoors Finland –hankkeen omat seminaarit:

Aika	Nimi	Paikka	Osallistujia
1.-2.11.2016	Luonnosta kansainvälistä liiketoimintaa	Lahti	170 henkilöä
14.-15.11.2017	Outdoors Finland ja VF kestävä kehitys -seminaari	Helsinki	110 henkilöä (170 ilmoittautunutta)
23.5.2018	Outdoors Finland -pätösseminaari	Helsinki	128 henkilöä
	Yhteensä		408

Seminaarit, joissa OF-esittely (infokierrosten lisäksi, VF projektipäällikkö):

13.12.2016	Satakunnan Outdoors-seminaari	Pori
10.5.2017	Nature Hack	Salo
30.8.2017	Luonto-Rovaniemi työpaja, Rovaniemen kesäbrändi	Rovaniemi

20.6.2017	Lahti Region / Outdoors työpaja	Asikkala
-----------	---------------------------------	----------

Yllä mainittujen tapahtumien lisäksi Visit Finlandin projektipäällikkö on osallistunut useisiin erilaisiin sidosryhmien järjestämiin tilaisuuksiin ja tapahtumiin, kuten Rural Finland koordinaatiorahastuksen järjestämät yhteistyötilaisuudet, Tekesin järjestämä pyöräala nousuun –seminaari ja Kuusamon järjestämään ATTA (Adventure Travel Trade Association) Adventure Connect –tapahtuma.

Seminaarit ja tilaisuudet, joihin LAMKin projektipäällikkö on osallistunut:

- Turku, alueellinen matkailuparlamentti, 1 päivä, 20.9.16 Yhteistyössä Varsinais-Suomen liitto ja Turku amk
- Kuopio, 23.11.16, yhteistyössä Savonia amk
- Kuopio: reittimerkinnot ja opasteet –seminaari 25.1.17 yhteistyössä Savonia AMK
- Uusimaa: alueelliset infotilaisuudet monikanavaisesta viestinnästä: 3.2.17 Lohjanjärvi, 16.2.17 Pornainen, 23.3.17 Porvoo, 31.3.17 Tuusulanjärvi
- Kokkola: Outdoors –info 29.3.17
- Vierumäki: Outdoors –monikanavainen retkeilyviestintä yhdessä Mennään metsään –hankkeen kanssa
- Evokeskus: yhteistilaisuus 5.4.17 Mennään metsään- ja Digitrail –hankkeet
- Kiljavan opisto: 20.4.17 Outdoors –info
- Kouvola: Outdoors –keskustelutilaisuus Kinno Oy ja Cursor Oy 27.4.17
- 6.8-11.8.2017 Lapin kierros, Lapin kohteiden aktivoimiseksi- Ukkohalla-Paljakka-Ruka-Salla-Kemijärvi (Pelkosenniemi ja Sodankylä)-Saariselkä (Utsjoki-Inari)-Rovaniemi-Ylläs-Levi. Tavattu sekä matkailukohteita että yrityksiä).
- 30.8-1.9.17 Pohjois-Pohjanmaan matkailuparlamentti Rukalla
- 18.-22.9.17 Saksan opintomatka, 21 osallistujaa eri puolilta Suomea. Kohteena Saksan Sauerland. Matkaraportti liitteenä (Liite nr. x)
- 25.9.17 TEM:ssä briiffi Outdoors –hankkeen reitistöosuudesta
- 29.9.17 KASKU –hankkeen loppuseminaarissa Oulussa esitys Luontokohteiden tarinallistamisesta

Lisäksi projektipäällikkö on osallistunut alueellisten hankkeiden ohjausryhmätyöskentelyyn ja Rural Finland –hankkeen tilaisuuksiin.

Yhteistyö Metsähallituksen kanssa oli tiivistä koko hankkeen ajan. Yksi kehittämiskohteista oli matkailukalastuksen kehittäminen, jossa pyrittiin tekemään kalastuksesta aktiviteettina helpommin lähestyttävämpi ja mielenkiintoinen lyhyt aktiviteetti uusille kohderyhmille, kuten perheille. Käytännössä pidimme asian tiimoilta muutamia tapaamisia Metsähallituksen edustajien kanssa ja saimme alustavia askelmerkkejä mietittyä, mutta tämän pidemmälle ei asiaa ehditty viedä. Vuoden 2017 Luonnonpäivät –tapahtumista tiedotettiin aktiivisesti Visit Finlandin edustajille ulkomailla ja median uutiskirjeissä ja mediamatkojen ohjelmissa oli aina vierailu alueen kansallispuistoon.

Yksi suurimpia yhteistyöprojekteja oli Metsähallituksen tuottamat kiertomatkat omatoimisille autoilijoille. LAMKin projektipäällikkö toteutti Metsähallitukselle yhteensä 4 valmennusta kiertomatkojen tuotteistamisesta ja näihin osallistui yhteensä 25 henkilöä enimmäkseen verkon kautta. Näistä 3 ensimmäistä olivat alueellisia, 4 h mittaisia ja neljäs koko päivän kestävä. Valmennuksissa käytiin läpi kiertomatkatuotteen sisältöä, toteuttamistapoja ja mietittiin lisäksi mitkä voisivat olla

parhaimmat teemat. Metsähallitus tuotti konsultoidut sisällöt ja Visit Finland viesti reiteistä kansainväliselle yleisölle visitfinland.com verkkosivujen kautta. OF-projektipäällikkö hyödynsi materiaalia myös erilaisissa kansainvälisissä myyntitilaisuuksissa. LAMKin projektipäällikkö huolehti, että reitit vietiin kaikki OutdoorActive –portaalin LAMKin opiskelijoiden toimesta. Niitä on sittemmin hiottu ja täydennetty. Kiertomatkarouteista Cultural Landscapes of Finland on ollut suosituin ja sitä on katsottu tuhansia kertoja www.outdooractive.com –portaalissa ja lisäksi se on levinnyt laajalti OutdoorActive –portaalin partneriportaalien kautta.

Visit Finland Akatemian Outdoors-teemaiset valmennukset aloitettiin vuoden 2017 alussa ja niitä oli maaliskuuhun mennessä toteutettu yhteensä 17 valmennuspäivää. Steady-tason valmennus keskittyy tuotteiden viimeistelyyn, hinnoitteluun ja myyntikanaviin Outdoors-teeman näkökulmasta ja valmentajia on tällä hetkellä 3 henkilöä. Projektipäällikkö on valmentanut osan kouluttajista teemakokonaisuuteen. Hankkeessa pilotoitiin 2 erilaista valmennusta: Outdoors Satakunta kv-valmennus (aluetason pilotti) ja Lohjanjärven Kierros (teemallinen tuotteistusvalmennus, pyöräily). Lohjanjärven pyöräilymatka –pilottiin tavoiteltiin vain pyörämatkan tuotteistamiseen osallistuvia yrityksiä, koska tavoitteena oli vain Lohjanjärven pyörämatkan parempi tuotteistaminen. Tilaisuus toteutettiin alueorganisaation kanssa. Ongelmaksi tuli, että alueorganisaation näkökulmasta tilaisuuteen haettiin määrällisesti paljon osallistujia ja pilotin näkökulmasta olisi ollut parempi hakea vain itse matkan tuotteistamiseen tarvittavat, välttämättömät partnerit. Tilaisuuteen osallistui lopulta yli 20 yritystä, ja tuotteistamisessa jäätiin yleiselle tasolle, joskin puhuttiin pyörämatkailusta.

LAMK suunnitteli ja toteutti myös yhden kansainvälisen kohteen benchmarking -matkan. Kohteena oli Saksan Sauerland, joka on Saksan vanhin vaellusmatkailukohde. Matkalle osallistui 21 henkilöä. (Liite 2 ja 3 matkaraportit).

Jakelukanavayhteistyö

Hankkeen alkuvaiheessa kartoitettiin kv-markkinoille jo soveltuvien tuotteiden ja palveluiden määrää mm. infotilaisuuksissa, yhteistyössä alueitten kanssa sekä suoraan projektipäällikön toimesta. Tuotteet koottiin aluksi powerpoint –pohjaan mutta jo 2016 syksyllä tiedot siirrettiin olemassa olevaan Visit Finlandin sähköiseen Suomi-tuotemanuaaliin, johon tuotteet käännettiin sekä englanniksi että saksaksi. Outdoors-teemalle tehtiin oma esittelysivu tuotteineen. Tuotetarjontaa päivitettiin läpi hankkeen aina kevääseen 2018 asti. Tuotemanuaali toimi pohjana teemalliselle kesä-aktiiviteettitarjonnalle, jota projektipäällikkö esitteli edustaessaan OF-teemaa erilaisissa myyntitapahtumissa kuten workshoppeissa ja ammattimessuilla hankkeen kohdemarkkinoilla.

Tuotemanuaalin tarkoituksena oli koota markkinoille sopivia, houkuttelevia tuotepaketteja, jotka ovat hinnoiteltu kokonaisuuksina (majoitus, aktiviteetit, opastukset ja varusteet) ja joita matkanjärjestäjien on helppo ottaa myyntiin. Tämä malli oli Visit Finlandilla todettu toimivaksi ja tehokkaaksi tavaksi tarjota uusia ja laadukkaita tuotteita jakelukanavien käyttöön ja OF:n oli luontevaa lähteä tähän kokonaisuuteen mukaan. Manuaalissa on tällä hetkellä 56 outdoors tuotetta sekä teemallinen sivu, jonne nämä tuotteet on aktiiviteeteittain koottu <http://www.finland-product-manual.com/outdoors-finland.html>

Hankesuunnitelman mukaisesti projektipäällikkö edusti teemaa useissa myyntitilaisuuksissa, joissa hän esitteli matkanjärjestäjille kiinnostuksensa mukaisia alueita ja tuotteita. Yleisesti ottaen kiinnostus Suomen luontoon ja aktiviteettituotteisiin on korkealla ja ne tapahtumat, joissa on ollut etukäteen sovitut tapaamiset ovat poikineet parhaita kontakteja. Myyntitapahtumien jälkityö oli isossa roolissa, joten jokaisen myyntikäynnin jälkeen tehtiin follow-up, jolloin OF-hankkeen jakeluportaan edustajille lähetettiin tietoa haluamistaan kohteista ja tuotteista ja autettiin heitä eteenpäin löytämään oikeanlaisia yhteistyökumppaneita Suomessa. Myyntitapahtumien vaikutusta on vaikea mitata määrällisesti, mutta kyselyitten perusteella partnerit ovat saaneet näitten perusteella jonkin verran kauppaa.

Hankkeen projektipäällikkö on edustanut teemaa am. myyntitapahtumissa (messut ja workshopit):

Päivämäärä	Nimi	Markkina	Kontaktien määrä
19.-21.4.2016	Sales Run Pariisi-Antwerp-Amsterdam networking-tilaisuus	Ranska, Belgia, Hollanti	20 kontaktia
7.-9.11.2016	World Travel Market messut	UK	10 etukäteistapaamista
22.-24.11.2016	Sales Run Düsseldorf-Köln-Frankfurt	Saksa	20 kontaktia
18.1.2017	Meet Finland, Matkamessut	Eurooppa	12 etukäteistapaamista
8.-12.3.2017	ITB Berliini	Saksa	8 etukäteistapaamista + ad hoc
23.-26.3.2017	BeNordic, Milano	Italia	11 etukäteistapaamista
21.-23.11.2018	Sales Run Sveitsi	Sveitsi	10 kontaktia
29.11.2017	Nordic Workshop, Pariisi	Ranska	9 kontaktia
6.-8.3.2018	ITB Berliini	Saksa	9 etukäteen sovittua tapaamista + ad hoc
17.4.2018	Summer Seminar Lontoo	UK	Networking event, 42 PAX osallistujaa

Ym. myyntitapahtumien lisäksi hanke tuotti pilotin teemallisista ryhmämyyntikäynneistä Saksassa. Yhteistyössä Saksan VF edustajan kanssa suunniteltiin kaksi OF-teemaista myyntikäyntiä Saksaan ja Hollantiin, jonne Outdoors-hankkeen yhteistyökumppaneiden eli yrittäjien/alueitten oli mahdollista osallistua. Yrityksen tuotteiden täytyi täyttää Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit. Saksassa mukana oli 4 yritystä ja Hollannissa 5 yritystä ja molempien myyntikäyntien saavutuksena aktiviteettiyrittäjät saivat erinomaisia kontakteja ja monet heistä tuotteitaan myyntiin matkanjärjestäjien valikoimiin.

Myyntikäyntien palautteet olivat kaikki positiivisia: parhaimmillaan yrittäjä oli saanut 5 matkanjärjestäjän kanssa kaupan jo vuoden sisällä. Vain yksi yrityksistä ei ollut tähän mennessä onnistunut saamaan kauppaa, mutta koki hyötывänsä myyntikäynnistä, koska sai arvokkaita kontakteja ja tietoa, miten tällaisiin tilaisuuksiin pitää varautua. Myyntikäyntien kustannukset olivat kohtuulliset

pienyrittäjän budjetille ja tämä koettiin suurena lisäarvona. Samanlaisia toimenpiteitä toivottiin tulevaisuudessa lisää.

Toteutetut myyntikäynnit:

26.-28.9. Pohjois-Saksa

Tällä myyntikäynnillä oli mukana 4 aktiviteettiyritystä eri puolilta Suomea ja he vierailivat yhteensä 6 matkanjärjestäjän luona 3 päivän aikana. Saksan edustaja oli järjestänyt kaikki tapaamiset ja he myös edustivat teemaa tapaamisissa. Suoraa kauppaa sai näistä ainakin kaksi yritystä, toinen niistä kymmenen matkan sarjan tälle kesälle Nuuksiin.

8.-10.1. Benelux, Hollannin ”matkamessut”

Outdoorsin projektipäällikkö edusti teemaa ja emännöi ryhmää, jossa oli yhteensä 5 aktiviteettiyritystä. Tapaamislistalla oli 10 Hollannin suurinta matkanjärjestäjää, joilla on tuotantoa Pohjoismaihin. VF:n edustaja Beneluxissa oli sopinut tapaamiset etukäteen.

Oman työn tueksi sekä yhteistyöverkostolle työkaluksi päivitettiin vuonna 2012 tuotettu jakelukanavakartoitus Iso-Britannian markkinoilla toimivien aktiviteettimatkailun sähköisten ja perinteisten jakelukanavien kartoituksen päivytystä ja uusien kanavien kartoittamista. Aktiviteettimatkailutarjonnan jakelukanavakartoituksessa ja kartoituksen päivytyksessä huomioitiin Outdoors Finlandin kansainväistymisohjelman teemat vaellus-, melonta-, pyöräily-, eläintenkatseilu/wildlife-, kalastus- ja vaellusratsastustuotteet ja näihin matkoihin liittyvä tyypillinen oheistarjonta. Tutkimus löytyy Visit Finlandin sivuilta: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2017/05/Outdoors-Finland-UK-jakelukanavakartoitus-2017.pdf?dl>

Tutustumismatkat

Hankkeessa tuotettiin myös teemallisia matkanjärjestäjien tutustumismatkoja, joiden ohjelmassa pyrittiin monipuolisesti esittelemään erilaista aktiviteettitarjontaa ja -kohteita Suomessa. Tutustumismatkoja tehtiin yhteensä 4, osa niistä yhteistyössä Visit Finlandin teemallisten tai alueellisten kasvuohjelmien kanssa (jaetut kustannukset). Matkat on järjestetty vierailtavien alueiden kanssa yhteistyössä siten, että alueet tekevät ohjelman ja vastaavat pääosin kaikista palveluiden kuluista (majoitus, ruokailut, ohjelmat), OF kustantaa kuljetukset (lennot Suomeen, maakuljetukset). Matkat tehtiin eri puolille Suomea sellaisiin kohteisiin, joiden aktiviteettitarjonta on monipuolista ja palvelut ja muut elämykset ovat kiinnostavia. Luontokokemukseen liittyy vahvasti ”live like a local” kokemus ja matkat pyrittiin toteuttamaan peilaten tähän trendiin.

2016

29.6.-3.7.2016 Lakeland - Punkaharju - Oravi - Repovesi

Lakeland-alueen vesi- ja luontoaktiviteetit ja kansallispuistot ohjelmassa vahvana. Mukana yhteensä 7 matkanjärjestäjää kaikilta OF-markkinoilta.

Matkanjärjestäjä otti myyntiin uuden melontatuotteen Lakelandin matkan jälkeen 2016 ja sama tuote on vieläkin myynnissä:

<https://www.naturetravels.co.uk/canoeing-finland-lake-saimaa-linnansaari-national-park-seo6cs1.htm#cTab11|pHTab1|cTab23>

2017

12.-15.7. Helsinki West – cycling and activities in archipelago

Tämä tutustumismatka järjestettiin yhteistyössä Saaristo-ohjelman kanssa ja 4 päivän kierros päättyi Helsinkiin saaristo-ohjelman järjestämään workshopiin. Vierailussa mukana merellistä rannikkoseutua, siihen liittyviä aktiviteetteja kuten pyöräilyä ja melontaa, paikallisia elämyksiä ja ruokaa. Mukana 8 matkanjärjestäjää kaikilta OF-markkinoilta

Matkanjärjestäjällä myynnissä kesälle 2018 oleva tuote, joka syntynyt tämän matkan seurauksena:

<https://www.best-served.co.uk/destinations/finland/itineraries/southern-finland-self-drive-148438>



16.-20.7. Bear Watching & summer activities fam, Kainuu, Wild Taiga

Ohjelmassa Wild Taiga alueen aktiviteetteja, pääosassa karhunkatselu. Mukana yhteensä 6 matkanjärjestäjää ja kaikki sellaisia, jotka olivat ilmaisseet kiinnostuksensa karhunkatseluun. Mukana osallistujia UK:sta, Saksasta ja Italiasta.

25.-29.9. Rovaniemi and Pyhä-Luosto, autumn activities Lapland

Lapin ruska ja syksyn aktiviteettielämykset. Strategian mukaisesti kesäsesonkia yritetään pidentää ja tuoda esille elo-syyskuun raikkaat, hyttysettömät säät, tilava Lappi ja hyvät mahdollisuudet monipuolisiin luontoelämyksiin. Mukana yhteensä 7 matkanjärjestäjää Saksasta, UK:sta, Italiasta ja Ranskasta.

Hankkeessa kerättiin palautteet kolmen tutustumismatkan jälkeen ja OF-myyntikäynnin jälkeen projektipäällikkö kyseli palautteita sähköpostitse. Yleisesti ottaen vieraamme olivat tyytyväisiä matkojen ohjelmiin ja vierailukohteisiin, mutta haasteeksi muodostuu aluetason paketointi sellaisissa kohteissa, joissa ei ole myyjätahoa. Jos alueen palvelut ja tuotteet ovat kiinnostavia, tarvitsee matkanjärjestäjä usein välikäden pystyäkseen tuottamaan näistä kokonaisuuksia. Ryhmämatkoja myyville tahoille on verraten huonosti tarjolla tarpeeksi isoja majoituskohteita esim. saaristossa ja Järvi-Suomessa.

Sekä kuluttajille suunnatut erilaiset markkinointitoimenpiteet, että kansainvälisten matkanjärjestäjien valikoimissa lisääntynyt Suomeen suuntautuva aktiviteettiomatointi vahvistaa Suomen mielikuvaa potentiaalisena ja mielenkiintoisena aktiviteettikohteena.

Kuluttajiin kohdistetut toimenpiteet ja markkinointi

Hanke tuotti heti alkuun teemallisen kuluttajille suunnatun esitteen kolmella kielellä; englanti, saksa ja ranska ja näitä esitteitä jaettiin sekä ammattitapahtumissa, OF-hankkeen osallistumilla kuluttajamessuilla ja kaikilla Euroopan VF-messuilla (lähinnä ammatti). Kuluttajiin kohdistuvaa aktivointia tehtiin pääosin päämarkkinoilla UK:ssa ja Saksassa ja jonkin verran Ranskassa.

Kuluttajamessut

Osallistuimme hankkeen aikana yhteensä 3 aktiviteettiteemaisille messuille, jonne osallistui partnereita Suomesta (sekä alueorganisaation edustajia, että yrityksiä). Vuoden 2017 TourNatur messuille Saksaan emme enää saaneet mukaan elinkeinon edustajia ja näin ollen hankkeen aikana ei muille kuluttajamessuille enää osallistuttu.

11.-14.2.2016 The Telegraph Outdoor Adventure & Travel Show, Lontoo (Terhi Hook edusti)
Osastolla yhteensä 3 yritystä/alueorganisaatiota

2.-4.9.2013 TourNatur, Düsseldorf
Osastolla yhteensä 3 yritystä/alueorganisaatiota OF:n projektipäällikön lisäksi.

16.-19.2.2017 The Telegraph Outdoor Adventure & Travel Show, Lontoo.
Messuilla mukana 5 yritystä + yksi yritys esitejakelulla ja OF:n projektipäällikkö.



Mediamatkat

Outdoors-teeman näkymiseen ulkomaisessa mediassa panostettiin paljon. Toimme hankkeen aikana Suomeen yhteensä noin 50 erilaista median edustajaa kokemaan monipuolisesti Suomen luontoaktiviteetteja ja paikallista kulttuuria, ruokaa ja elämyksiä.

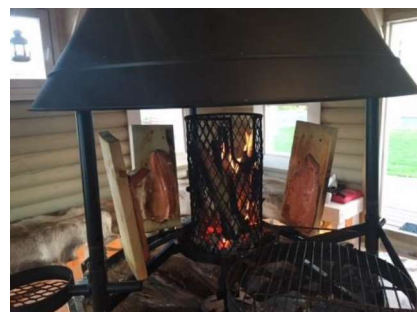
Hankkeen tarkoituksena oli saada Suomeen nimenomaan aktiviteettimedian edustajia, koska halusimme näkyä juuri siellä missä alan harrastajatkin ovat. Näissä julkaisuissa Suomen tunnettuus aktiviteettikohteena oli matala eikä siihen aikaisemmin ole ollut resursseja panostaa. Tässä onnistuttiin erinomaisesti ja esim. saksalainen Outdoor-lehti kirjoitti hienon jutun melontalomasta Saimaalla. Ruka-Kuusamo Adventure Camp mediamatkalle oli tarkoitus saada mukaan myös muilta toimialoilta (Suunto), mutta heidän vähäisten resurssien takia yhteistyökuvio ei toteutunut. Suunto on tehnyt yhteistyösopimuksen OutdoorActive GmbH:n kanssa.

Hankkeen aikana järjestetyt mediamatkat

2016

23.-27.8. Kansainvälinen sosiaalisen median vaikuttajien tutustumismatka aktiviteettiteemalla, Kuusamo-Iso-Syöte

19.-23.9. Wild and Free in Northern Karelia



2017

24.-28.8. Wild and Slow in Kainuu, Nature Day special in Wild Taiga, mixed media

30.6.-4.7. Cycling in Turku Archipelago, cycling and outdoors media

30.6.-4.7. Hard adventure+gold mining in Inari-Saariselkä (hiking, mountain biking), outdoors bloggers

16-20.9. Ruka Adventure Camp, Kuusamo, outdoors/adventure media

Yksittäiset median edustajien vierailut 2017

UK	Paul Sharman - fishing in Northern Lapland, Inari-Saariselkä area
DE	Outdoor Magazine - kayaking, Oravi, Linnansaari
DE	Frankfurter Allgemeine Zeitung - horseback riding tour in Kittilä area
DE/UK	Travel Dudes influencers, small social media campaign including video production, images, blog posts - Hossa National Park + area
ES	Touring in Southern/Western Finland including national parks
IT	Travel Globe visiting Finland on Nature Day 26.8. Touring around in SouthWest Finland incl. Örö (yhteistyössä saariston kasvuohjelman kanssa)

Kampanjat ja aktiviteettiteeman tunnettuuden lisääminen (B2C)

Hankkeessa tehtiin monia erilaisia kuluttajia aktivoivia Suomi-nostoja ja kampanjoita aktiviteettiharrastajien kohderyhmälle näkyvyyden lisäämiseksi. Niitä tehtiin yhteistyössä sekä kotimaisten että ulkomaisten partnereitten kanssa. Tämän lisäksi on tuotettu uusia videoita ja kuvia kuvapankkiin elinkeinon ja matkanjärjestäjien käytettäväksi.

- OF sosiaalisen median kuluttajakampanja Saksassa 15.5-15.6.2016 Verkossa toteutettava kampanja toteutetaan You Tuben, Facebookin ja blogien kautta. Ohjaukset www.visitfinland.com/outdoors -sivulle, josta vahvat linkitykset outdoorsfinland.com ja My Stay:n OF-tuotteisiin. Kilpailun palkintona 4-päivän aktiviteetti/luontoloma Wild Taigan alueelle. Yhteensä 16.000 henkilöä osallistui kilpailuun ja kampanjaraporttia alla.

Client:	Visit Finland
Campaign:	Social Media Campaign „Outdoors Finland“
Agency:	VIRAL LAB
Campaign Span:	18.05.2016 – 15.06.2016
Seeding Content:	https://www.youtube.com/watch?v=-MMdbKPs8q4

Performance Overview: Outdoors Finland

Channel / KPI	Final Campaign Target	Actual	Delivered
YouTube Network	30.000 Video Views	31.347 Video Views	104,49 %
		1.383 Clicks to Site	
		4,41 % CTR	
Native Content Recommendations	5.000 Clicks-to-Landingsite	5.468 Clicks-to-Landingsite	109,36 %
Blog Contribution/Social Video Hubs	15 Blog Contributions	15 Blog Contributions	100,00 %
Facebook Reach	100.000 User Reach	106.279 User Reach	106,30 %

Performance Data: True View InStream/Google Adwords

- Näkyvyys Dein Finnland digilehdessä Saksan markkinoilla, <https://www.dein-finnland.de/>, 3 artikkelia on tuotettu OF:n toimesta eri teemoilla. Kävijämäärä 2000 hlöä / kk.

- Skandinaviaan keskittyvä NORR-lehti yhteistyö: vuodelle 2017 joka numerossa oli maksettua näkyvyyttä (teeman tapahtumia, uusia aktiviteettituotteita) ja 10.3.-31.5. välisenä aikana online kilpailu ”100 Jahre Finnland” Outdoors-teemalla. Palkintona vaellusmatka Suomeen. NORR-kilpailusta tehtiin ITB-messujen kuluttajapäiville esittelylehtinen, jota jaettiin Visit Finland ITB-messuosastolla. Lehdellä on 78.000 lukijaa per lehti. Kilpailuun osallistui 2500 henkilöä.

- Metsähallituksen tuottamat kiertomatkareitit löytyvät Visit Finlandin sivulta kunkin suuralueen alta:
 - o <http://www.visitfinland.com/lapland/>
 - o <http://www.visitfinland.com/lakeland/>
 - o <http://www.visitfinland.com/helsinki/>
 - o <http://www.visitfinland.com/archipelago/>

- Outdoors-teema oli mukana näkyvyydellä Stopover Finland –ohjelman online matkatoimisto Expedian kampanjassa UK:ssa pienellä panostuksella huhti-kesäkuussa 2017.

- www.sommer-in-finnland.com –portaali (portaali ei ole enää aktiivinen) oli Visit Finlandin Saksan kesäkampanja keväällä 2017, jossa OF-teemalla mukana 4 aktiviteettituotetta, jotka projektipääällikkö valitsi. Kampanja toteutui 1.5.-15.6. välisenä aikana.

- Travel Dudes –yhteisön sisällöntuotanto- ja sosiaalisen median kampanja heinä-elokuussa 2017. Materiaalin kuvauskohde Hossan Kansallispuisto. Visit Finland ja Outdoors-hanke sai lisäksi käytettäväkseen kaksi luonto/aktiviteettivideota ja kuvia. Yhteisön jäsenet ovat pääosin Keski-Euroopasta ja UK:sta. Kampanjan materiaaleilla oli 92,000 katselukertaa.

- ADFC:n (Saksan kansallinen pyöräily-yhdistys, vrt. pyöräilykuntien verkosto) vuosittainen julkaisu: Suomi oli partnerimaa vuoden 2018 julkaisussa. Mukana myynnissä olevat 3 saksalaisen matkanjärjestäjän pyöräilytuotteet Suomeen: Turun saariston, Ahvenanmaan ja Järvi-Suomen alueille. Lehti ja verkkosivusto tavoittavat 315.000 pyöräilystä kiinnostunutta kuluttajakontaktia.

- Visit Finland kesäkampanja UK:ssa, mukana teemat ruoka, kesäaktiviteetit ja kulttuuri. National Geographicin artikkelissa esiteltiin Suomen kymmenen parasta kesäseikkailua ja lopussa oli kilpailu. Lisäksi verkkomainontaa laajasti eri mediassa ja ohjaukset kampanjasivulle, jossa esiteltiin kesätekemistä laajasti ja ohjattiin Visit Finlandin MyStay –palveluun.
- pyöräilyteeman edistäminen: kuvaukset Järvi-Suomen ja saariston alueella sisältäen sähköpyörät. Uudet kuvat kuvapankkiin, palvelee sekä kotimaisia yrittäjiä että matkanjärjestäjiä ulkomailla.
- Uusi video kalastusteemalle: materiaalit Pellon alueelta, Outdoors kustantaa uuden leikkauksen VF-brändin mukaiseksi, vf.com verkkosivuille <https://www.youtube.com/watch?v=0lplgTngx40>
- World Fishing Day 23.6. / Suomi kalastusmatkailukohteena –esittely Fishing TV:ssä. Esittelijöinä mm. Jasper Pääkkönen. Kuvaustuotannon tukeminen, mukana myös Rapala ja muita kumppaneita.
- Yhteiskampanja ranskalaisen matkanjärjestäjän 66 Nordin kanssa sosiaalisessa mediassa. Kustannukset jaettiin 66 Nordin, Visit Finlandin ja OF-hankkeen kesken. Etusivunäkyvyys ja bannerit National Geographicin ja GEO Travelin -sivuilla ja linkitys suoraan 66 Nordin Suomimatkojen kesäsivulle (Hossan alueen multiaktiviteettipaketit).
- Outdooractiven mediakanavissa Suomi-sisältökampanja, jonka aktiviteetteina mm. uutiskirje Suomi-sisällöillä, erilaisia etusivunostoja ja houkuttelevia tarinoita, joihin Suomi-tuotteet oli linkitetty. Mukana pyöräilytuotteita, vaellustuotteita, kiertoreitit, kansallispuistot sekä sauna ja yöttömät yöt. Outdooractive-portaalin kuukausittainen kävijämäärä on noin 4 miljoonaa käyntiä.

AKTIV UNTERWEGS IN FINNISCHER NATUR



© Harri Tarvainen, Visit Finland

Wandern

Bei aller Ruhe bietet es sich an, das Land aktiv, wandernd kennenzulernen. Auf den Wanderwegen geht es durch endlos scheinende Wälder und die typisch nordische Landschaft der Fjells.



© Kim Östman, Visit Finland

Radfahren

Das dünn beliedelte Finnland lässt sich auf zahlreichen abwechslungsreichen Radstrecken in allen Schwierigkeitsgraden bestens bereisen. Dabei locken auch einige tolle Mountainbike-Runden.



Visit Finland ja Outdoors Finland –hanke on ollut mukana kehittämässä ja tuottamassa Outdooractiven Suomi-sisältöjä ja hankkinut Outdooractive –lisenssin, jonka sisältämä rajapinta on liitetty www.outdoorsfinland.com –sivustolle. Näin kaikki www.outdooractive.com –portaalin sisällönhallintajärjestelmään syötetty tieto tulee näkyviin myös outdoorsfinland.com –portaaliin. Yhteistyösopimus on voimassa vuoden 2019 tammikuun loppuun saakka. Visit Finland on omissa kanavissaan sitoutunut edistämään portaaliin näkyvyyttä mm. linkittämällä omille visitfinland.com sivuilleen ja on myös lisännyt Metsähallituksen kiertoreitit ja vuoden 2018 kärkituotekilpailun voittajatuotteet portaaliin. Tällä hetkellä portaalissa on 246 reittiä, joista 109 on julkaistu.

www.outdooractive.com on Keski-Euroopan suurin luonto- ja liikuntamatkailuportaali, jolla on yhteensä noin 4 – 5 miljoonaa käyttäjää kuukausittain, jonka omistaa Outdooractive GmbH & Co. KG. Outdooractive tavoittaa ylivoimaisesti eniten Euroopan luonto- ja aktiiviharrastajia ja tarjoaa heille informaatioita luontokohteista ja –reiteistä. Outdooractive GmbH on sekä teknologiatoimittaja että sisältöpankki ja media, jonka kautta Suomen luontomatkaileusisällöt leviävät itse portaalin ja partnereitten, joita on yli 2000 kpl, kautta laajasti. Partneriverkoston jäsenet ovat esim. urheiluvälinevalmistajia, matkailualueita, matkanjärjestäjiä ja outdoors median edustajia ja mediataloja

Saksassa ja muualla Euroopassa. Partnerit voivat poimia Outdooractiven sisällöistä omia kohderyhmiään kiinnostavia sisältöjä omien asiakkaittensa käyttöön.

b. Aikataulu

Hankkeen toimenpidesuunnitelma toteutettiin välillä 1.11.2015-30.6.2018. Hankkeeseen haettiin 3 kk pidennystä alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen ja se myönnettiin.

c. Resurssit

OF –hankkeessa toimi kaksi projektipäällikköä. Visit Finlandin kokopäiväisen projektipäällikön Leena Yli-Piiparin tehtävänä oli kansainvälistymisohjelman toimenpiteiden suunnittelu ja toteutus, kotimaisen yritysverkoston ja matkailun koordinaattoriverkoston ja alueorganisaatioiden välisten yhteisverkostojen neuvonta ja ohjaus, tiedotus sekä hankkeen raportointi ja sidosryhmäyhteistyö. LAMK resurssoi OF -hankkeeseen osa-aikaisen (25 %) projektipäällikön, Pirjo Räsäsen, jonka keskeinen tehtävä oli valmentaa aluetoimijoita ymmärtämään erityisesti ulkomaisten matkailijoiden tarpeet aktiviteettimatkailussa. Näin luonto- ja reitistökohteiden laatu ja kestävyys paranisivat ja kokonaisvaltaisen kehittämisen malli toteutuisi maakunnissa, retkeilyhankkeissa ja matkailukohteissa.

OF –hankkeen käynnistyessä vuoden 2015 lopulla Visit Finlandin kehittämispäällikkö Terhi Hook hoiti OF-hankkeen käynnistymistoimenpiteitä sekä joitakin alueellisia informaatiotilaisuuksia. LAMKin projektipäällikkö hoiti näitä tilaisuuksia myös yksinään.

OF –hankkeen aikana Visit Finlandin budjetista siirrettiin LAMKin budjettiin kahteen otteeseen lisää rahoitusta; ensimmäisellä kerralla 8.500 euroa ja toisella kertaa 5.000 euroa, joilla LAMKin projektipäällikön työpanosta lisättiin. Erityisesti luonto- ja reitistökohteiden kehittämisen resurssi on ollut riittämätön. Resurssien niukkuus tunnistettiin jo edeltävässä Outdoors Finland Etelä –hankkeessa ja vaikka silloinkin hankearviointin tuloksena yli 90 % katsoi, että hankkeella oli paljon jatkopotentiaalia, ei resursseja saatu kuitenkaan enempää. LAMK haki omaa hanketta ja rahoittajan pyynnöstä Visit Finlandin Outdoors Finland –hanke ja LAMKin hakema luontokohteiden kehittäminen yhdistettiin ja luontokohteiden kehittämisen resurssiksi annettiin 25 % työpanos. Tämä johti monin tavoin kestävämpään tilanteeseen: alueellisten hankkeiden oli vaikea ymmärtää, että valtakunnallisen verkoston kehittämiseen oli resurssoitu vain osa-aikainen työpanos. Tietoisuus edellisen Outdoors Finland Etelä -hankkeen tuotoksista oli kuitenkin levinnyt laajasti ja alueiden odotukset valmennuksista, laadun ja elämyksellisyyden työkaluista ja yhteistyöstä eivät vastanneet odotuksia.

Haettaessa jatkohanketta luonto- ja reitistökohteiden koordinaatiolle tuli esille myös käsitys, että luonto- ja reitistökohteiden kehittämisosaamista on tehty Outdoors –hankkeiden puitteissa jo vuodesta 2009. Ensimmäisessä Outdoors –hankkeessa tuotettiin kaksi suunnitteluopasta: Melontareittien suunnitteluopas ja Vaellusreittien suunnitteluopas, ja siinä hankkeessa ei ollut resursseja reitistöjen kehittämisosaamisen lisäämiseen.

Toinen Outdoors –hanke keskittyi kansainvälistymistehtäviin ja siinä ei ollut mukana laisinkaan reitistöjen kehittämistä. Tästä syystä käynnistettiin sen ohella viiden maakunnan pilottina Outdoors Finland Etelä –hanke, jossa luotiin kokonaisvaltainen kohteen kehittämispolku (Kuva 1.), ja pilotoitiin www.outdoorsfinland.fi –portaali, monikanavaisen viestinnän malli ja pilotoitiin nyt toteutettu Luonnosta liiketoimintaa ja hyvinvointia -valmennus. Tämän hankkeen päätteeksi projektipäällikkö kirjoitti kaksi suunnitteluopasta, toisen Visit Finlandin hankkeen rahoittamana ja toisen Outdoors Finland Etelä –hankkeen työpanoksena. Osaamisen kehittämisessä päästiin hyvään alkuun vuonna 2014 ja tässä Outdoors Finland –hankkeessa osaamista ryhdyttiin siirtämään muualle. Toimenpiteet jäivät vajanaiseksi, monia hyviä mittareita pilotoitiin, valmennus sai hyvän vastaanoton. Tuotettua materiaalia olisi pitänyt uudistaa niiden pohjalta, sitouttaa organisaatioita yhteiseen materiaalin ja toimintamallien tuottamiseen ja rakentaa yhteistyötä vielä tiiviimmin. Osaamisen siirtämiseen ei riitä yksi valmennus. Yhteenvetona voidaan todeta, että reitistöjen kehittämisen osaaminen on tehty pienillä resursseilla ja pätkittäin.

d. Toteutuksen organisaatio

Hankkeen hallinnoijana toimi Business Finlandin Visit Finland –yksikkö (entinen Finpro Oy). Valtakunnallisessa matkailustrategiassa on määritelty Visit Finlandin rooliksi olla matkailun kansainvälisen markkinoinnin edelläkävijä, kehittäjä ja koordinoija sekä Suomen matkailun tunnettuuden edistäjä. Visit Finlandin ydintehtävät ovat kehittää matkailuista Suomi-kuvaa maailmalla, kerätä ja analysoida markkinatietoa elinkeinon käyttöön ja tukea matkailualan yritysten ja alueiden kansainvälistymistä, tuotekehitystä ja tuotteistamista. Valituilla kohdemarkkinoilla Visit Finland -tehtäviä hoitavat Business Finlandin toimistoissa nimetyt matkailutoimialan asiantuntijat tai Visit Finland -edustajat.

e. Kustannukset ja rahoitus

Hanketta rahoitti Hämeen ELY-keskus valtakunnallisesta Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta 100%:n rahoituksella. Hankkeelle myönnetty rahoitus oli 500 000€. Hankkeen arvioitu toteuma on 490 000.

f. Raportointi ja seuranta

Hankkeella on ohjausryhmä, joka käsittelee sille kuuluvat asiat. Ohjausryhmä on kokoontunut hankkeen aikana 5 kertaa. Ohjausryhmän puheenjohtaja oli Tarja Koistinen Uudenmaan liitosta.

Ohjausryhmän jäsenet olivat seuraavat:

Timo Kukkonen, Hämeen ELY-keskus, rahoittajan edustaja

Reijo Martikainen, Maaseutuvirasto

Tarja Koistinen, Uudenmaan liitto

Kristiina Hietasaari, Visit Finland

Johannes Sipponen, Reitit Menestykseen –hanke

Tuula Pohjalainen, Metsähallitus 31.12.2017 saakka

Erkki Ollila, Metsähallitus 1.1.2018 alkaen

Yritysjäsenenä:

Urpo Heikkinen, Upitrek

Kaisa-Leena Korhonen, Fememare

Sami Hänninen, Repovalkea, varajäsenenä Marika Hänninen, Repovalkea

Projektipäälliköt:

Pirjo Räsänen, Lahden ammattikorkeakoulu, projektipäällikkö

Leena Yli-Piipari, Visit Finland, projektipäällikkö

Toteutuksen seuranta

Visit Finland seurasi hankkeen toimenpiteisiin osallistuvien yritysten tyytyväisyyttä seuraavasti:

-Matkanjärjestäjien tutustumismatkojen osallistujille lähetettiin palautekyselyt, jossa sai antaa palautetta sekä matkaohjelman toteutuksesta ja vierailtujen kohteiden/aktiviteettien laadusta. Tämän lisäksi matkanjärjestäjiltä kysyttiin, oliko matka tuotteistuksen vinkkelistä onnistunut ja syntyykö sen seurauksena uusia tuotteita. Lisäksi Visit Finlandin edustajat tekivät touko-kesäkuussa 2018 hankkeen pyynnöstä seurantaan tutustumismatkojen johdosta syntyneistä tuotteista.

-Kahdesta viimeisestä OF-seminaarista on lähetetty osallistujille palautekysely

-OF-hankkeen myyntikäynneistä on kysytty sähköpostilla vapaamuotoiset palautteet, uuden tuotannon arviointi on parasta-aikaa käynnissä

-Kuluttajamessujen osallistujille on lähetetty palautekysely, jossa kysyttiin messujen osaston toimivuutta, tiedotuksen sujuvuutta ja yleisesti messujen onnistumista ja kiinnostusta osallistua samantyyliin messuihin uudelleen

Lahden ammattikorkeakoulu seurasi osallistujien tyytyväisyyttä Luonnosta liiketoimintaa – valmennuksiin lähettämällä jokaisen valmennuksen jälkeen palautelinkin alueellisen partnerin kautta kaikille osallistujille. Palaute oli valtaosin positiivista. Valmennuksen sisältöä, valmennuksen tavoitteiden toteutumista ja projektipäällikön ammattitaitoa ja osaamista kiitettiin. Parantamisen varaa oli esimerkiksi materiaalin lähdetietojen esittämisessä.

4.3. Yhteistyökumppanit

Lahden ammattikorkeakoulu, reitistöjen kehittämisen koordinaatio

- Oulun ammattikorkeakoulu, Kasku –hanke
- Hämeen ammattikorkeakoulu, Digitrail –hanke ja Tavastia Blueways -hanke
- Keski-Suomen ammattikorkeakoulu, #Keski-Suomen reitit maailmankartalle –hanke
- Lahden ammattikorkeakoulu, Mennään metsään –hanke
- Kajaanin ammattikorkeakoulu, Outdoors Kainuu –hanke
- Savonia ammattikorkeakoulu, Outdoors Pohjois-Savo –hanke ja esiselvityshanke
- Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, ESA Outdoors –hanke
- ProAgria, Varsinais-Suomi, Virkisty Varsinais-Suomessa -hanke
- Laurea ja Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Outdoors Uusimaa –hanke
- Seinäjoen ammattikorkeakoulu, Outdoors Etelä-Pohjanmaa –hanke
- Kokkolan seudun kehittämissyhtiö, Reitistöjen Keski-Pohjanmaa –hanke
- Metsähallitus
- Etelä-Karjalan virkistysaluesäätiö
- Saimaa Geopark –yhdistys
- Lapin ammattikorkeakoulu, Reila-hanke
- Pyöräilykuntien verkosto
- Suomen melonta- ja soutuliitto
- Suomen Latu

Visit Finland, kansainvälistymistoimenpiteiden koordinaatio

Visit Finland toteutti hankkeen tiiviissä yhteistyössä hankekumppani LAMKin kanssa. Muita tärkeitä kumppaneita oli Metsähallitus, osa alueellisista OF-hankkeista, Visit Finland Akatemia –kouluttajat, matkailuorganisaatiot ja mikro- ja pk-yritykset eri puolilta Suomea. Tämän lisäksi myös Visit Finlandin koko organisaatio ja etenkin oma tuotekehityksen tiimi sekä edustajat hankkeen kohdemaissa UK, Saksa, Ranska ja Italia olivat tärkeässä roolissa kansainvälistymistoimenpiteiden suunnittelussa ja toteuttamisessa.

4.4. Tulokset ja vaikutukset

OF-hankkeen ulkopuolinen arviointitutkimus tehtiin Innolinkin toimesta ja siinä hankkeen onnistumista käsiteltiin osittain erikseen matkailutoimijoitten (N=30) ja reististötoimijoiden (N=53) näkökulmasta. Hankkeen kokonaisarvosanaksi matkailutoimijat saivat 3,6 ja 59% arvioi hankkeen tuloksia paremmaksi kuin hankkeiden yleisesti. Reististötoimijoiden antamaksi arvosanaksi tuli 3,8 ja 65% arvioi hankkeen tuloksia paremmaksi kuin hankkeiden yleisesti.

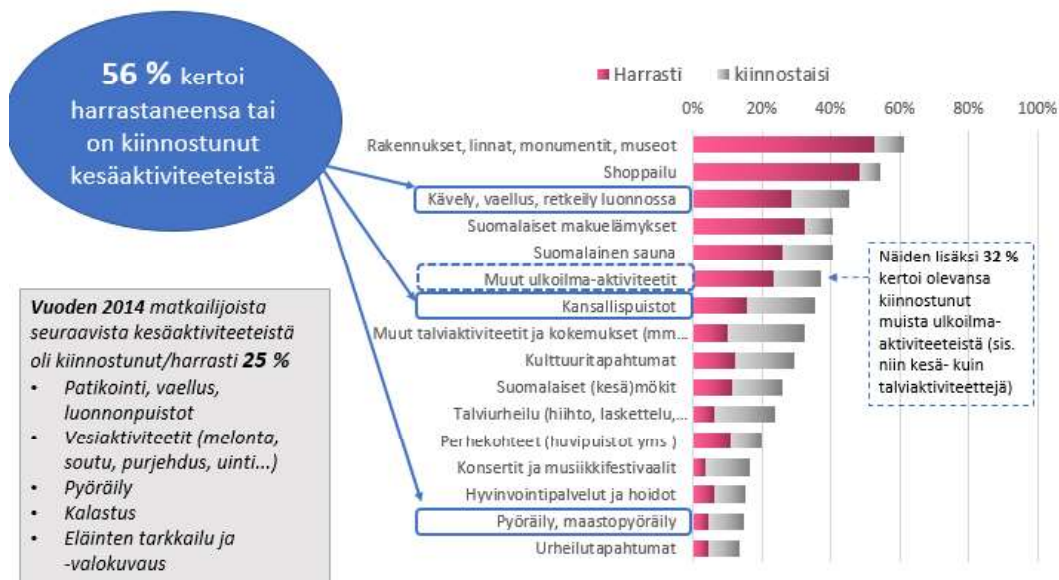
Matkailutoimijoiden mielestä hankkeen merkittävimpinä toimenpiteinä nähtiin seminaarit (4.0), teemapohjaisen tuotemanuaalin sisällön tuottaminen (3.9), Visit Finland Akatemia kansainvälistymisvalmennukset, media- ja bloggaajamatkat, matkanjärjestäjämatkat ja yhteistyöverkoston rakentuminen.

Hankkeen päätavoitteita on seurattu erilaisilla määrällisillä mittareilla. Hankesuunnitelmassa tavoiteltiin 10% kasvua luontoaktiviteetteja harrastaneiden ja niistä kiinnostuneiden määrässä vuosina 2014-2017. Visit Finlandin teettämän matkailijatutkimuksen mukaan luontoaktiviteetteja harrastaneiden ja niistä kiinnostuneiden matkailijoiden määrä kasvoi tuntuvasti kolmen vuoden aikana: Vuonna 2014 25% matkailijoista ilmoitti harrastaneensa tai olevansa kiinnostunut harrastamaan kesäaktiviteetteja ja vuonna 2017 määrä oli 56% kaikista yöpyvistä matkailijoista. Nämä tutkimukset eivät ole täysin vertailukelpoisia erilaisen kysymysten asettelun takia, mutta suunta on vahvasti nouseva.

Matkailijatutkimuksen matkailijamäärät 2014 & 2017

Visit Finlandin Matkailijatutkimus 2017 & 2014

Mikä Suomessa kiinnostaa ja mitä harrastit – lomamatkailijat



Visit Finlandin vetovoimatutkimuksen mukaan luontoelämykset nousivat edelleen yhdeksi päämotiiviksi matkustaa Suomeen. Aktiviteettikokemus on tyypillisesti osa Suomi-loman sisältöä. Saksassa jakelukanavissa myynnissä olevien aktiviteetteja sisältävien tuotteiden määrän kehitys on tutkimuksen mukaan yksittäisten aktiviteettien kohdalla noussut 10-50% ja multiaktiviteettipakettien kohdalla 56% vuosien 2016-2017 välillä. Positiiviseen kehitykseen vaikuttaa mm. laadukkaiden, kansainvälisille markkinoille suunnatun aktiviteettituotteiden tarjonnan lisääntyminen (tuotekehitys) ja pienyritysten kansainvälistymisen tukeminen esim. erilaisten toimenpiteiden kautta alueellisissa ja valtakunnallisissa hankkeissa.

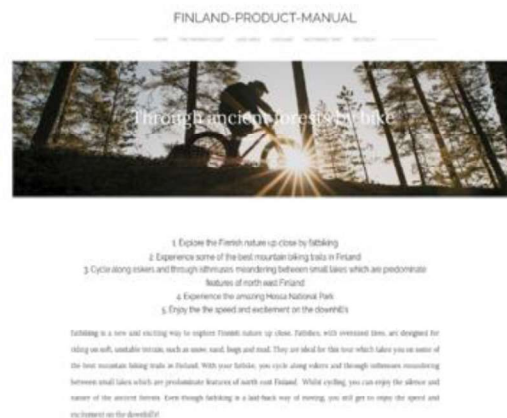
Visit Finland tuotemanuaalin www.finland-product-manual.com raportti toukokuulta 2018 osoitti, että pyöräilytuotteet olivat katsotuimpia tuotteita manuaalissa. Manuaalin kävijämäärät ovat noin 30.000 / kk sekä englannin- että saksankielisillä sivuilla. Kävijät ovat kansainvälisiä matkanjärjestäjiä ja incoming-toimistoja. Tämä osoittaa, että aktiviteettituotteet ovat houkuttelevia sisältöjä, kun suunnitellaan Suomi-tuotteita.

The most visited product pages in April/ May:

Hit product in www.finnland-produkt-manual.de:



Hit product in www.finland-product-manual.com:



Muita mittareita oli B2B-toimenpiteisiin osallistuvien pk-yritysten määrä hankkeen toimenpiteissä. Tavoitteeksi asetettiin 60 yritystä. Tuotemanuaalissa oli mukana noin 50 yritystä, Saksan ja Hollannin myyntikäynneillä yhteensä 6 yritystä ja matkanjärjestäjien 4 tutustumismatkoilla yhteensä 30-40 ohjelmapalveluyritystä, majoittajaa ja ravintolaa.

Arviointitutkimuksen mukaan noin 80% sekä reitistö- että matkailutoimijoista näkivät hankkeelle jatkopotentialiaa. Jatkoa toivottiin mm. laatukriteereiden määrittämiseen ja yhtenäisten käytäntöjen

valtakunnalliseen kehittämiseen. Tuotteistus ja erityisesti paketoitiossaaminen, sekä rohkeampi teemallinen pilotointi pienemmille osa-alueille tarvittaessa yli maakuntarajojen toisi helpommin konkreettisia tuloksia ja uusia paremmin saatavilla olevia tuotteita kansainvälisten matkailijoiden käyttöön.

Matkailutoimijoiden verkostosta oli kommentoitu näin:

”Tämän ei pitäisi olla jatkumassa hankkeena, vaan pysyvänä toimintamallina. Hankkeilla on alku ja loppu. Valtakunnallisella tasolla yhteistyö on erittäin tärkeää, sillä usein esim. hankkeet tuntevat toisensa vain omalla maantieteellisellä alueella. Opittavaa ja yhteistyömahdollisuuksia on kuitenkin eri puolilla Suomea, jos vain tieto kulkee. Siinäkin pysyvyys on jatkuvan kehittämisen takia tärkeää. Digipuolella kehitettävää on markkinoinnin ja myynnin osaamisessa - ei riitä, että reittejä ja reittiesittelyjä laitetaan kuntoon. Entä mitä yhteistyömahdollisuuksia löytyy digipalveluissa rajapintojen ja avoimen datan avulla? Erityisesti kotimaisia luontomatkailijoita on hyvä pyrkiä hyödyntämään hyviä olemassa olevia digiratkaisuja, ei aina kehittää upouutta.”

Reitistötoimijat olivat kautta linjan tyytyväisiä hankkeen toimintaan, keskiarvoa laski yksi erityisen negatiivinen palautteen antaja. Reitistöjen laatuun liittyvän oman osaamisen nähdään kehittyneen sekä myös alueellinen ymmärrys laadun merkityksestä on kehittynyt. Myös he ovat tyytyväisiä Suomen profiloitumiseen outdoors-kohteena. Reitistötoimijat näkevät suurimpina hyötyinä osaamisen ja laadun paranemisen, tuotteistukseen sekä alueellisen yhteistyön. Reitistötoimijoille keskeisimpiä kehittämiskohteita ovat informaation saaminen, sparraus, konsultointi ja vastaava sekä yhteistyöverkostojen rakentuminen. Esille nousi mm. seuraavat kommentit:

- Outdoors Finland -hankkeen rinnalla on ollut maakunnallisia hankkeita, joten pelkästään OF-hankkeen tulosten erottaminen näistä on mahdotonta. OF-hankkeella on ollut joka tapauksessa merkittävä edistämisaikutus näihin aiheisiin.
- Alueellinen profilointi ja erottautuminen on vielä kesken. Suomen luonto on aika lailla samanlaista missä päin tahansa liikutaan, ehkä Lappia lukuun ottamatta. Tärkeintä OF-työssä on mielestäni ollut luontomatkailun eri osa-alueiden yhteisen kriteeristön luominen, elämyksellisyyden ja laadun huomioiminen. Alueellisten hankkeiden myötä tieto on jalkautunut kohtalaisen hyvin toimijoiden keskuuteen.

Työryhmän arvio hankkeen toteutumisesta

Outdoors Finland –hankkeiden pitkä kehittämispolku on ollut loogisesti rakennettu ja jokaisessa hankkeessa on valtakunnallisella tasolla saatu hyviä tuloksia aikaan. Reitistöjen ja matkailutuotteiden kehitystyö ovat oikeasti edenneet eteenpäin hankekauden aikana. Luontomatkailuteeman kehittäminen on seuraillut hyvin yleistä matkailun kehittämistyötä Suomessa ja sitä on tehty oikeaan aikaan. Vaikka työtä on jo pitkäjänteisesti tehty, ei se valmistu yhdessä hankekaudessa ja nyt täytyy miettiä miten tästä eteenpäin. Toivotaan, että hankkeiden avulla rakennetut verkostot vievät työtä osittain eteenpäin. Kansainvälisten markkinoiden osalta on tärkeää saada luonto- ja aktiviteettimatkailu integroitua

kaikkeen muuhun matkailun kehittämiseen ja edistämiseen yhtenä sisältöalueena, koska se on varmasti yksi vahvimpia sisältöjä. Hankkeen edistämät asiat ovat hyvin näkyvissä monissa paikoissa ja matkailualueet ymmärtävät nykyään reitistöjen tärkeyden - reitistöt on yksi matkailualueen tuotteista jota pitää yhdessä vaalia ja kehittää.

5. Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Luontomatkailun (aktiviteetit ja hyvinvointi) kansainvälistymistä tulisi ehdottomasti jatkaa. Luontoaktiviteetit ovat tyypillisesti osa Suomi-loman sisältöä ja joskus se on jopa syy matkustaa Suomeen. Visit Finlandin viime vuonna tuottaman kohderyhmätutkimuksen mukaan 3 pääsegmenttiin liittyy läheisesti luonnon kokeminen luonnon ihmeiden kokemisesta luonnosta nauttimiseen ja aktiviteetteihin.



Kesäaktiviteetit säilyvät yhtenä läpileikkaavana teemana Visit Finlandin tuotekehityksessä, koska tuotteet ovat helposti ja monipuolisesti yhdistettävissä erilaisiin tuotepaketteihin ja monenlaisille kohderyhmille (perheet, erilaiset ryhmät, yksittäiset matkailijat). Tulevaisuudessa teemaan tullaan vahvasti yhdistämään kestävyys, vastuullisuus ja kuten kaikkiin muihinkin matkailun sisältöihin, digitaalisuus. Haasteeksi muodostuu laadukkaan ja nykyaikaista kysyntää vastaavan kansainvälisille markkinoille tuotetun sisällön kehittäminen ja koordinointi ilman erityisiä resursseja.

Suomen Matkailustrategia määrittelee Visit Finlandin tuotekehitysstrategiat, jotka ovat teemakohtaisia ja ohjaavat tuotekehitystä ja elinkeinon kehittämistyön oikeaan suuntaan. Tämänhetkiset strategiat ovat voimassa vuoteen 2018.

Visit Finland tulee kehittämään matkailua tulevaisuudessa vahvasti neljän suuralueen kautta: Helsinki Region, Saaristo, Järvi-Suomi ja Lappi. Yksittäisen teemallisen valtakunnallisen kehittämisen sijaan tulisi panostaa (suur)aluetason koordinointiin, jossa kehitettäisiin monia teemoja ja sisältöjä yhteisesti. Aluetason kehittäminen ei sulje pois muuta teemallista kehittämistä vaan toimii paremmin kokonaisvaltaisen kehittämisen mallina, jossa teemat täydentävät toisiaan ja parhaimmassa tapauksessa luovat alueelle omaperäisen ja houkuttelevan identiteetin. Näin mm. pienten alueorganisaatioiden resurssit riittäisivät paremmin kehitystyöhön ja alueen toimijoiden yhteistyö kehittyisi paremmin.

Luontomatkailun parissa toimivat pk-yritykset ovat avainasemassa tuottamassa matkailijoille houkuttelevia lomasisältöjä. Nämä sisällöntuottajat jäävät alueorganisaatioiden toiminnassa usein vähälle huomiolle, kun veturiyritykset määrittävät suunnan ja saavat suurimman näkyvyyden. Matkailualueille voisi soveltaa uudenlaista ”summer activity hub” ajattelua ja konseptia, jossa aluekohtaisesti kehitettäisiin palveluiden keskittymiä, josta löytyisi vuokrauspalvelut, välineet, vaatetus, ravintolapalvelut ja joka toimisi alueella kaikkien retkien lähtöpaikkana ja josta saisi halutessa myös vuokrata lisäpalveluita kuten eväskoreja tms. Tämä konseptin kehittämien edesauttaisi pienyrittäjiä tuotteidensa löydettävyydessä ja myynnissä, vastuiden jakamisessa ja resurssien hallinnoinnissa. Matkailijat löytäisivät alueiden palveluita paremmin ja tarjonta olisi monipuolista. Osittain tähän voisi verrata Lapin hiihtokeskuksia, jotka talvella toimivat aktiviteettikeskuksina.

www.outdoorsfinland.com –portaalin jatkokehittäminen tulisi turvata, että vuosien työ ei menisi hukkaan. Miten jatketaan tästä eteenpäin, kenellä on resursseja ja kenellä budjettia? Tässä hankkeessa ei löydetty vastausta tähän kysymykseen, mutta toivomme, että keskustelu jatkuu tulevaisuudessa.

On erityisen tärkeää, että myös yksittäiset pienet luontomatkailun ohjelmapalveluyritykset saataisiin myös kytkettyä erilaisiin kansainvälisiin informaatio-, markkinointi- ja myyntialustoihin ja tuotteet tätä kautta markkinoille.

Luonto- ja reitistökohteiden kehittämisen sparraamista ja valtakunnallista yhteistyötä kannattaisi jatkaa. Jo nyt on nähtävissä uusien kohteiden nousu, joissa on saatu jo hyviä tuloksia. Uudet kohteet vaativat pitkäjänteisen työn taakseen ja nyt olisi ollut aikaa kiihdyttää kehittämissyклиä. Valtakunnallinen halukkuus ja innostus yhteistyöhön on selvästi nähtävissä. Reitistökoordinaatioon aktiivisesti osallistuneet olivat nähneet yhteisen laadun kehittämisen erittäin tärkeäksi ja olivat sitoutuneet yhteistyöhön. Laatu –hankkeelle yritettiin saada jatkoa mutta valtakunnallisten hankkeiden hakeminen on niin työlästä, että se jäänee tällä erää. Pilotoidut mittarit jäänevät joiltakin osin elämään mutta hiipunevat pikkuhiljaa.

6. Allekirjoittajat ja päiväys

Helsinki 29.6.2018



Kristiina Hietasaari

Business Finland, Visit Finland -yksikkö



Leena Yli-Piipari

Business Finland, Visit Finland -yksikkö

LIITTEET:

1. Outdoors Finland hankearvioinnin raportti, s. 5
2. Sauerland matkaraportti, s. 13
3. Sauerland opintomatkan kuvasatoa, s. 13