

Yhteistyön askeleet
kulttuuritoimijalle

MUKAAN MATKAILUUN

2021



Visit Finland



Matkailun ja kulttuurin yhteistyö = win-win

Kulttuuri antaa monipuolisia sisältöjä matkailulle ja matkailijat ovat siten jatkuvasti uusiutuva kohderyhmä taide- ja kulttuuritoimijoille. Olemme keränneet ehdotuksia ja ideoita edistämään eri toimijoiden välistä yhteistyötä. Ota siis suunta uusiin mahdollisuuksiin kulttuurimatkailun parissa!

Matkailun hyödyt kulttuurille

- Uusia työmahdollisuuksia
- Laajempia yleisöjä
- Lisäresursseja paikallisten kulttuuripalveluiden, -perintökohteiden ja -ympäristöjen ylläpitämiseen
- Paikallisten arvostus omaa kulttuuria kohtaan lisääntyy

Kulttuurin hyödyt matkailulle

- Vetovoimaa, erottautumis- ja kilpailutekijöitä
- Elämyksellisiä sisältöjä
- Pidentää viipymää
- Lisää matkailijoiden rahankäyttöä ja tyytyväisyyttä

KULTTUURINNÄLKÄISET MATKAILIJAT jotka ovat erityisen kiinnostuneita kulttuurista

- Yksittäiset esiintyjät tai genret voivat olla ostopäätöksen ratkaisevin tekijä.
- Erottautumistekijä voi olla taiteellisessa sisällössä tai kokonaiselämyksessä, esimerkiksi oheispalveluissa tai tapahtumapaikassa.

MUUT MATKAILIJAT joille kulttuuri on yksi mahdollinen kiinnostuksen kohde

- Matkailijat hakevat yleisesti uusia elämyksiä tuntematta välttämättä tapahtuman teeman taiteellista tarjontaa syvällisemmin. Ostopäätös voi syntyä lähellä matkustusajankohtaa tai vasta matkakohteessa.
- Tarjottavassa viestinnässä ja opastuksissa esitellään suuria linjoja ja laajempia genrejä, paikallisten tekijöiden omaleimaisuutta sekä mahdollisesti kansainvälisesti tunnettuja teoksia.

Oletko kulttuuritoimija ja kiinnostunut yhteistyöstä matkailun kanssa?

Käyntikohde
tai nähtävyys

Tapahtuma
tai festivaali

Kulttuuritalo
tai taidelaitos

Taiteilija, kulttuurituottaja
tai muu luovan alan toimija



Esimerkkejä yhteistyömuodoista

1) Laajempi yleisöpohja kulttuurille – kiinnostavampi ohjelmasisältö matkailupakettiin

Olemassaolevia paikallisia taide- ja kulttuurisisältöjä

- a) tuotteistetaan matkailijoille **kulttuuri- ja matkailutoimijoiden yhteistyönä** tai
- b) yksittäiset matkailijat ostavat verkosta lippuja/teoksia suoraan taiteentekijöiltä.
- c) Mukana tarjonnassa myös pienempimuotoiset, taiteen vapaan kentän tuotannot ja tapahtumat – ei siis ainoastaan suurten kulttuuritalojen ohjelmisto.



Photo by källu / CC BY-SA 2.0

2) Tilaustaidetta matkailijoille – asiakaslähtöisyydestä lisää toimintamahdollisuuksia

Paikallisyhteisön (vakituisten yleisön) ulkopuolisille ostajille, tässä tapauksessa matkailijoille, tuotetaan tilauksesta

- kohderyhmälähtöisesti räätälöityjä kulttuurisisältöjä: esittävän taiteen teoksia, visuaalisen taiteen teoksia, käsitöitä, soveltavan taiteen lajeja jne.
- Tilaajana (välittäjänä kulttuuri- ja matkailualan välillä) esimerkiksi yksittäinen matkailuyrittäjä, matkailukeskus, matkanjärjestäjä, kulttuurimatkailutuottaja.



3) Osallistava elämyksellisyys – matkailija aktiivinen osa elämyksen syntyä

Matkailija itse rakentaa oman kulttuurisisältöisen elämyksensä osallistumalla, pistämällä "itsensä likoon".

- Matkailija maalaa oman taideteoksensa paikallisen kuvataiteilijan opastamana, valmistaa itselleen matkamuiston paikallisen käsityöläisen myymälässä, perehtyy paikallishistoriaan eläytymällä rooliin osana draamaopastusta, tutustuu paikalliseen ruokakulttuuriin valmistamalla itse poimimistaan marjoista piirakan tai onkimistaan kaloista sopan...
- Tuottajana (tai tilaajana) esim. paikallisoppaat, matkailuyritys tai yhdistystoimijat. Voidaan myös välittää (myydä) asiakkaalle suoraan eri alustojen kautta, esim. Doerz, Johku jne.



Ota kulttuurimatkailun materiaalit haltuun



Sukella kulttuurimatkailun maailmaan:

- **Kulttuurimatkailu osana Suomen matkailuvientiä:**
[Visit Finland / Culture Finland](#)
- **Miten kulttuurisisällöt ja matkailu yhdistetään ja mitä kannattaa huomioida:**
[Kulttuurimatkailun tuotesuosituks](#)
- **Mitä tulee ottaa huomioon kansainvälisille matkailijoille myytävissä kulttuurimatkailupalveluissa:**
[Kansainvälistymiskriteerit](#)
- **Kulttuurimatkailutuottaja-valmennusmateriaalia:**
[Luova matka -kulttuurimatkailutuottaja](#)
- **Kulttuuri- ja matkailukohteiden laatuasiat -käsikirja:**
[Laatutesteri](#)
- **Useiden kirjoittajien blogikokoelma**, toim. Maija Sydänmaanlakka:
[Näkökulmia kulttuurimatkailuun](#)
- **Yhteinen polku – opas elävän perinnön matkailulliseen tuotteistamiseen**
Tulossa alkuvuodesta 2022.
- **Luovat sisällöt ja tapahtumat matkailun vetovoimatekijöinä:**
[Luovan talouden tiekartta](#)

*Tutki näitä ajan
kanssa:
paljon on
materiaalia jo
olemassa!*

Kuuntele: Asiaa kulttuurimatkailusta!

Kuusiosaisessa videopodcast-sarjassa Culture Finlandin ohjelmapäällikkö Susanna Markkola on kutsunut joukon kiinnostavia vieraita keskustelemaan kanssaan kulttuurimatkailun ajankohtaisista ilmiöistä. Keskustelun moderoi Kati Uusi-Rauva AGMAsta, keskustelutarjan ideoijana ja tuottajana toimi Maija Sydänmaanlakka/Maya Productions.

[Kuuntele keskustelutarja täältä!](#)

Osa 1: Luova elämystalous & kulttuurimatkailu

Outi Raatikainen, Pink Eminence Oy ja Mika Kylänen, LAB

Osa 2: Kulttuurielämykset lähimatkailussa

Susanna Kyllönen, FMA Creations ja Tomi Virtanen, Doerz

Osa 3: Culture in Nature - luonnon merkitys kulttuurimatkailussa

Sari Rusanen, Kuhmon Kamarimusiikki ja Virpi Aittokoski, Visit Finland

Osa 4: Kulttuurimatkailu huomenna

Elina Hiltunen, Futurist Oy ja Matti Kemi ja Juha Kumari, Saunakonkeli

Osa 5: Kulttuuriteemaiset matkailureitit

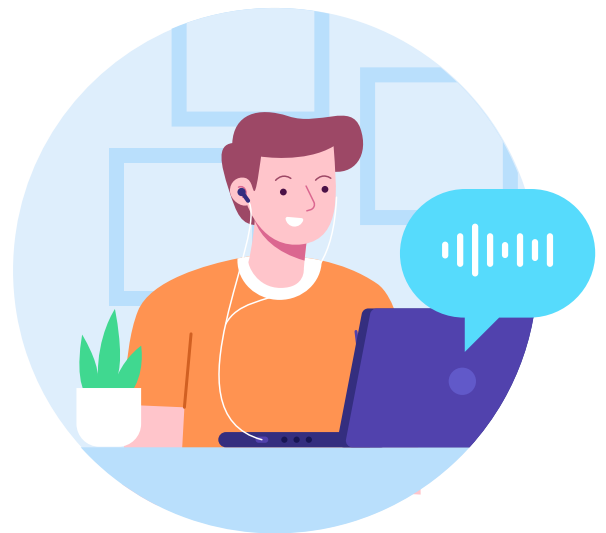
Noora Kiili, Alvar Aalto -reitti ja James Simpson, Pyhän Olavin reitti

Osa 6: Esittävä taide kulttuurimatkailussa

Krista Petäjäjärvi, TAIKE ja Mikael Aaltonen, Tanssin Talo

Kulttuurimatkailun määritelmä

Kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille ja tarjotaan niitä liiketoiminnallisin perustein. Tavoitteena on luoda elämyksiä ja mahdollisuuksia tutustua kulttuuriin voimavaroihin, oppia niistä tai osallistua niihin. Näin vahvistetaan ihmisten identiteetin rakentumista, sekä oman että muiden kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta. Kulttuurimatkailun voimavaroja ovat paikan henki sekä kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama tieteessä, taiteessa, teknologiassa ja elinkeinoissa.



Tuunaa viestintäsi matkailuun sopivaksi



- **Kerro** mikä on kiinnostavinta matkailijan kannalta!
- **Tee** kotisivuillesi vähintään yksi alisivu, joka on suunnattu matkailijalle (vähintään suomeksi ja englanniksi)
- **Tuo esille** kenelle tarjontasi sopii parhaiten? Minkä tyyppiselle MATKAILIJALLE?
- **Esittele** osaamisesi/tarjontasi ja kerro se nettisivuilla, esitteillä, videoilla tai muutoin MITÄ? (sisältö) MISSÄ? MILLOIN?
 - HINTA (pääsylipun, keikan jne.)
 - Saavutettavuus ja esteettömyys

Sinun tarjontasi voidaan yhdistää matkailupalveluihin:

- “Perinteinen” kulttuurimatkailupaketti, jossa yksi tai useampi, esimerkiksi festivaali-, teatteri-, taidenäyttely- tai muu käyntikohdelippu yhdistetään majoitukseen, aterioihin ja/tai kuljetukseen
- Huom! Yleensä matkailutoimija paketoii!

USP
= Unique Selling
Point
= ylivoimainen
myyntiväittäjä

Esiintyvä
taiteilija, katso
Gikker.fi



Matkailutoimijan/ yhteistyökumppanin tarvitsemat tiedot

- Tee yhteistyön aloittaminen helpoksi, sillä kulttuurimatkailutuotteet syntyvät **verkostossa**
- Kerro:
 - miksi **matkailutoimijan** kannattaa tutustua juuri sinun osaamiseesi/tarjontaan ja tehdä yhteistyötä?
 - saatavuus (esim. esityskalenteri, voiko esitystä tilata, millaisia tiloja/varusteita paikalta vaatii ja hinta/hintahaarukka jne.)
 - taustatiedot esim. taitelijasta, esityksestä jne.
 - laita kuvia, videoita, somelinkkejä, linkkejä arvosteluihin jne.
- Tutustu: [Kulttuurimatkailun tuotesuosituks](#)

HUOM!
Kovalinkki yhteis-
työkumppaneille
– materiaalia
käyttöoikeuksilla!

Matkailijan kannalta oleelliset asiat

- **Perustele** miksi omatoimimatkailijan kannattaa tulla/nähdä/kokea juuri sinun tarjontasi – jo suunnitteluvaiheessa tai paikkakunnalla ollessaan
- **Laita sivuille näkyviin:**
 - Milloin tapahtuu: päivämäärät, aukioloajat
 - Mistä saa ostaa lippuja: pitääkö varata etukäteen
→ eli saatavuus ja ostettavuus
- **Linkitä** omille sivuille lisäksi matkailun Visit-sivusto(t)
- **Jaa** kuvia, videoita myös matkailun kanaviin
- **Käytä somekanavissa** myös alueesi matkailumarkkinoinnin #-tunnisteita!

*Muista
kansainväliset
asiakkaat!
Tärkeimmät
asiat vähintään
englanniksi*



- Tavoitat matkailijat, kun olet mukana myös:
 - alueellisilla sivustoilla (mm. kunnan/kaupungin, Visit-organisaation)
 - maakunnallisilla sivustoilla (esim. maakuntaliitot, Visit-organisaatiot)
 - teemallisilla sivustoilla (esim. museo-, festari-, tapahtuma-, ruokamatkailusivustot)
- Visit Finland DataHub (yhteistyöpaketit) / Katso esittelyvideo!
 - *Visit Finland DataHub on tietokanta, johon suomalaiset matkailupalveluja tuottavat yritykset voivat tallentaa tietoa yrityksestään sekä tarjoamistaan tuotteista ja palveluista. Rajapinnan kautta eri toimijat voivat hakea ja julkaista matkailualan yritys- ja tuotetietoa omissa kanavissaan.*
 - *Myös tapahtumia voi lisätä DataHubiin!*

Näytä netissä siellä, missä matkailijat ovat?

- Vie tai linkitä tuotteesi myös matkailun näkyvyys sivustoille ja verkkokauppoihin omien lipunmyyntialustojen (Lippu.fi, Tiketti.fi, Holvi jne.) lisäksi!
- Näkyvyys sivustoja: TripAdvisor, Google My Business, alueen Visit-sivustot
- Myyntialustoja: Doerz, Johku, Bókun jne.
- Tästä vinkit: Matkailuyrityksen DIGI ABC ja Digiloikan e-oppimiskokonaisuus



- **Ota yhteyttä** paikkakuntasi
 - matkailun Visit-organisaatioon tai kunnan/seutukunnan matkailuvastaaviin
 - katso tästä maakunnittain [Visit Finlandin alueasiantuntijat](#)
 - kulttuurituottajiin ja kulttuurimatkailutuottajiin
- **Tilaa** Visit Finlandin uutiskirje ja oman alueesi matkailun uutiskirje (yleensä Visit-organisaatio)
- **Osallistu** rohkeasti esim. Visit-organisaatioiden tai matkailuhankkeiden verkostoitumistilaisuuksiin
- **Kysele, etsi ja tutustu** samanhenkisiin matkailu-, luonto- ja kokoustoimijoihin (ja kulttuuritoimijoihin) alueellasi
- **Ehdota**, esim.
 - taide- & kulttuurisisältöjesi tarjoamista matkailuyrityksen asiakkaille
 - kulttuurisisältöjen yhteistuotantoa, kohderyhmänä matkailijat
 - yhteisiä markkinointitoimenpiteitä
 - esim. vastavuoroista sivulinkitystä, somekampanjaa, julisteita
 - lähde jatkossa mukaan mahdollisiin yleisiin kehittämishankkeisiin esim. näkyvyyteen ja yhteismarkkinointiin tai palvelujen tuotteistamiseen liittyviä. Kysy vinkkejä alueesi kehittämissyhtiöltä!
- **Laajenna verkostoasi** myös muualle Suomeen (ketjuta hyviä kohteita/tapahtumia → ole aktiivinen!)
- **Tutustu** esim. näihin:
 - [Visit Alvar Aalto](#)
 - [Taiteiden reitti Kammista Skantziin](#)
 - [Via Karelia](#)
 - [Museokortin kulttuurireitit](#)

*Alueellasi
voi myös olla
käynnissä kulttuuri-
matkailuun liittyviä
hankkeita!*



Kerro ajoissa!

Matkailun **markkinoinnin** kannalta on hyvä antaa tiedot 6 kk - 1,5 vuotta aikaisemmin

- Kerro perustiedot + teema + ajankohta!
Kerro myös mitä genreä kulttuuritarjontasi edustaa*
Huom! Nämä myös vähintään englanniksi
- Lisää heti kun mahdollista, myös
 - hintatiedot (usein voi käyttää alkaen-hintoja!)
 - ohjelmatiedot
- Lisätietoja ja yksityiskohtia voi täydentää matkailutoimijoille jatkuvasti

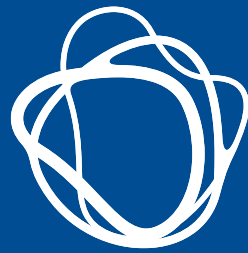
*aina ei esim. tapahtuman nimi kerro matkailijalle, mistä on kysymys!

Ideoi ja inspiroidu

- Nettiin tarjolle ”tiisereitä”. Museoon/kohteeseen/esitykseen houkutteleva teksti ja kuvat
- Oma tarjonta mukaan matkapakettiin; esim. pesäpallo-ottelu & museokäynti & konsertti?
- Matkailubloggari-yhteistyö (matkailuorganisaation kanssa!)
- Myös valmiit tekstit kuvineen matkailun markkinointimateriaaleihin
- Kuvauspaikka matkailijalle: tee helpoksi jakaminen somessa: kehykset, tintamareskit, taustat, portit

Tartu toimeen ja päätä ainakin 3 asiaa, mitä heti teet:

- Teen omasta osaamisesta kuvauksen ”matkailutuotteeksi” (USP, teksti, kuvat, hinnat, avoinna)
- Kilautan parille paikalliselle matkailutoimijalle ja verkostoidun
- Kilautan parille muualla olevalle kulttuuritoimijalle
- Lisään omille nettisivulle ”must see” -jutun
- Tuunaan kohteeseen kuvauspaikan somea varten
- Ehdotan yhteistyötä Visit-organisaatiolle: kulttuuri myös matkailun vetonaulaksi! Esim. Culture in Nature!
- Muistan, että norsukin syödään pala palata - ei kaikkea tarvitse tehdä heti!



Visit Finland

visitfinland.fi

TOTEUTUS: Aurana Oy ja Culture Finland -työryhmä: Soila Palviainen,
Maija Sydänmaanlakka, Arja Korttesluoma, Marjo Ranta-Irwin
sekä Visit Finland: Susanna Markkola

KUVAT: Business Finland Mediabank

TAITTO: Entra Marketing Oy

12/2021