

Produkt- rekommendationer för kulturturism

2022



Visit Finland

Kära läsare,

Dessa produktrekommendationer har tagits fram som ett verktyg för kultur- och konstsektorn, reseföretag och för framtidsaktörer. Vårt mål är att hjälpa dig med att tillhandahålla upplevelser inom kulturturism som är lätta att köpa och lönsamma. Visit Finlands internationaliseringskriterier är också inkluderade, till din hjälp.

Kulturturism kräver numera ofta inslag av kreativt resande eftersom resenären aktivt vill medverka till sin personliga upplevelse, inte bara vara en passiv betraktare eller lyssnare. Resenären vill medverka, testa nya saker och uppleva framgång på nya arenor.

Ha det i åtanke när du utformar erbjudanden inom kulturturism. Upplevelser kommer från möten. Möten med sig själv, möten med andra. Regionala och internationella möten. Möten med det globala liksom det lokala. Att samlas kring händelser, lärdomar och nya insikter. Det är här som de konstnärliga och kulturella resetjänsterna kommer till sin rätt!

Vänligen,

Susanna Markkola

MANAGER, KULTURTURISM, BUSINESS FINLAND, VISIT FINLAND

Produktrekommendationerna har tagits fram av **Maija Sydänmaanlakka**, **Maya Productions** samt **Susanna Markkola** och **Terhi Hook**, **Visit Finland**.

Innehåll

Definition av kulturturism	s. 3	Arkitektur & design	s. 11
Kulturturismtjänster skapas via nätverk	s. 3	Mat	s. 12
Punkter från internationaliseringskriterier	s. 5	Hållbar utveckling	s. 15
En lyckad kulturturism upplevelse – framgångsfaktorer	s. 8	Länkar	s. 15
Kulturarv och destinationer	s. 9		
Evenemang	s. 10		
Konstaktiviteter	s. 10		
Finsk livsstil	s. 11		



Foto: Mikko Huotari / Visit Finland

Definition av kulturturism

Kulturturism innefattar reseprodukter och tjänster som utformats både för lokalinvånare och besökare med syfte att skydda och värdesätta lokala kulturtillgångar samtidigt som en lönsam affärsverksamhet upprätthålls. Målet är att skapa kulturella upplevelser och möjligheter att utforska och att lära sig av

eller delta i. Detta bidrar till att stärka identiteten samtidigt som det väcker förståelse för och uppskattning av den egna kulturen och andras kultur. Kulturturism drivs av en känsla av rum och allt som är skapat för hand, vare sig det gäller vetenskap, konst, teknologi eller industri.

Tjänster inom kulturturism skapas via nätverk

En kulturturismprodukt är något som innehåller kulturella element och som säljs till resenärer. Det kan vara ett paket som kombinerar boende med resor och kulturella erbjudanden. Det kan också vara ett konstverk, en kulturproduktion, ett evenemang eller en workshop inom konst som erbjuds framför allt till resenärer. Produkten kan vara avsedd för enskilda resenärer eller grupper – eller både och.

Kulturturismprodukter skapas i nätverk genom samarbete med lokala aktörer. Då behövs lockande konst- och kulturinnehåll, kundförståelse, expertis inom produktutveckling och aktuell kunskap inom försäljning. Genom nätverkande behöver konst-

närerna inte klara av digitala plattformar för marknadsföring eller kundsegmentering, resebyråerna behöver å sin sida inte heller utföra modern dans i en bastu. Kulturturismprodukter handlar om samarbete. En nyckelroll i produktutvecklingsprocessen kan genomföras av mellanhänder inom kulturen: producenter och utvecklare av kulturturism kan bygga broar mellan näringsgrenarna. I bästa fall samarbetar de lokala kreativa nätverket och reseoperatörerna och underlättar lyckade möten mellan resenärer och den finska kulturen. I en optimal situation som denna, kommer resenären ta med sig ett varaktigt minne av upplevelsen och lokalsamhället kommer att tjäna på intäkterna och de ökade företagsmöjligheterna.





Foto: Julia Kivelä/Visit Finland

Hur Visit Finlands internationaliseringskriterier kan tillämpas inom kulturturism

VISIT FINLANDS INTERNATIONALISERINGSKRITERIER

1. KVALITET

Du håller koll på kundnöjdheten och utvecklar kvaliteten på ditt erbjudande utifrån den återkoppling du får. Du ägnar särskild uppmärksamhet åt såväl renlighet och estetik som enskilda detaljer.

2. SERVICE

Du erbjuder din kund ett sömlöst servicepaket. Din personal är välbekant med kundgruppen, har goda språkfärdigheter, är engagerad, kompetent och professionell.

3. HÅLLBARHET

Som ansvarsfull aktör främjar du principerna för hållbar turism; du tar hänsyn till lokalsamhälle och miljö i samband med dina aktiviteter, du stöder den lokala ekonomin genom de val du gör och behandlar alla kunder lika.

4. SÄKERHET

Du garanterar säkerheten för lokalbefolkningen, din personal och dina gäster samt följer myndigheternas lagar, regler och rekommendationer.

ATT TÄNKA PÅ NÄR DET GÄLLER KULTURTURISM

1. KVALITET

Se till att servicepaketet är tematiskt baserat efter målgruppens behov (kulturintresserade eller andra resenärers).

Se till att lokalerna är tillräckligt rymliga, rena och i god ordning.

Se till att information om medverkande är aktuell eller att ändringar har meddelats omedelbart.

2. SERVICE

Vid visningar, välj helheten i förhållande till detaljer och glöm inte berättelser. Koppla ihop kända finländare till historien, kulturlivet och sociala förändringar i Finland eller internationellt. Endast ett fåtal finländska personligheter eller historiska händelser är kända utanför Finland.

Beskriv vår nationalkaraktär, våra vardagliga vanor och all dagliga uppfinningar, då som nu. Dela med dig av dina egna upplevelser och din egen berättelse. Engagera resenärerna under visningen. Försäkra dig om att personalen har tillräckligt med generell kunskap om finskt lokalt och kulturellt innehåll.

3. HÅLLBARHET

Försäkra dig om att dina tjänster respekterar socio-kulturell hållbarhet. Var extra noggrann när det gäller samarbeten med lokala konst- och kulturoperatörer, använd lokala tjänster och ta ansvar för din miljöpåverkan. Säkra kulturella utföranden och traditioner bland de som inte är involverade inom turism. Läs de Etiska reglerna för sameturism.

4. SÄKERHET

I samband med kulturturism bör du vara extra noggrann när det gäller till exempel brandsäkerhet i gamla byggnader och besökares säkerhet vid evenemang. Pensionärer deltar ofta i kulturella gruppresor. Var noga med tillgänglighet, vilket inkluderar skyltning, ljus och framkomlighet. Försäkra dig om att du har tydlig vägledning när det gäller produkter relaterade till det finska livet. Vad som kan vara självklart för finländare, kanske inte är det för resenärer. I värsta fall kan det skapa farliga situationer när man handskas med öppen eld, rök eller kyla.

5. KAPACITET OCH NÄTVERK

Din egen kapacitet eller den kapacitet som erbjuds genom nätverkssamarbete garanterar en bred service för enskilda resenärer och/eller gruppresor. Du har tillgång till ett nätverk av lokala tjänsteleverantörer.

5. KAPACITET OCH NÄTVERK

Observera att regionens totala kapacitet är viktig och relevant för intresset och framgången med ditt kulturella erbjudande. Se bland annat till att det finns tillräckligt med övernattningsmöjligheter för dina kunder.

6. TILLGÄNGLIGHET

Platsen där du har din verksamhet har bra kommunikationer. Du kan ordna transport från närmaste buss-, tågstation eller flygplats.

6. TILLGÄNGLIGHET

Betona hur speciell din tjänst är, speciellt om den är svår att nå. Hjälp människor att finna dina lokaler och försäkra dig om att all skyltning också finns på engelska.

7. TILLGÅNG OCH MÖJLIGHET TILL KÖP

Dina produkter och tjänster är tydligt beskrivna och prissatta på din hemsida på målgruppens språk (eller engelska). De är lätta att hitta och kan köpas genom researrangörer eller andra säljorganisationer samt på din hemsida eller via andra digitala bokningskanaler.

7. TILLGÅNG OCH MÖJLIGHET TILL KÖP

Försäkra dig om att dina lokaler har regelbundna och klara öppettider. Tänk på hur kollektivtrafiken och säsongsbundna förändringar kan påverka tillströmningen.

Offentliggör ditt kulturella erbjudande, tillsammans med beskrivningar och datum, åtminstone ett halvår i förväg. Försäkra dig om att ditt erbjudande med säkerhet kan genomföras när det är bundet till en specifik plats och tid.

Se till att den information och de instruktioner som finns på biljetten också finns lättillgängligt på din hemsida. Använd flera kanaler för att kommunicera kulturturismtjänsterna, betona de mest attraktiva delarna och erbjud aktuell information genom dina huvudsakliga kanaler. Inkludera fina bilder och videofilmer av hög kvalitet i din kommunikation.

8. AUTENTICITET OCH ATTRAKTION

Inom produktutveckling och marknadsföring använder du dig av äkta finska upplevelser och komponenter som är baserade på tillgångar, traditioner, kultur och livsstil i regionen.

8. AUTENTICITET OCH ATTRAKTION

Hitta olika sätt att porträttera Finland och finsk kultur. Gör det på ett så genuint och naturligt sätt att resenärer från alla håll kan gilla och relatera till det. Understryk platsen värde: vad tillför platsen och dess miljö till det kulturella innehållet. Skapa intressanta berättelser kring den finska kulturen. Kommunicera sanningsenligt om det lokala livet, kulturen och traditionerna. Skydda kulturella verksamheter och traditioner för dem som inte är involverade inom turism. Läs de etiska reglerna för sameturism.

9. AFFÄRSMÅL

Ditt arbete är professionellt och lönsamt, du känner till de lagar som tillämpas inom branschen och du har definierat en internationaliseringsstrategi med budget i din affärsplan.

9. AFFÄRSMÅL

Samarbeta och hitta verksamhetsmodeller som gagnar aktörer både från kultur- och resebranscherna finansiellt. Var noggrann med prissättningen. Bedriv hållbara verksamheter på lång sikt. Fördela resurser för att skapa internationell handel. Satsa på vinstdelning.

Två målgrupper – olika tillvägagångssätt

1. Kulturdrivna resenärer (speciellt intresserade av kultur)

- Ett enskilt uppträdande eller en enskild genre kan vara tillräckligt för ett köpbeslut.
- Differentierande faktorer kan vara konstnärligt innehåll eller hela upplevelsen. Tilläggstjänster eller arenor kan bidra.



Foto: Finlands nationalopera och -balett

2. Andra resenärer (kultur är ett intresse bland andra)

- Kommunikation och guidning bör fokusera på den stora bilden och breda genrer, de lokala talangerna autenticitet och, i förekommande fall, internationellt uppmärksammade verk.
- Resenärerna är vanligtvis intresserade av nya upplevelser och har kanske inte en djupare anknytning till det konstnärliga innehållet. Deras köpbeslut kan komma nära tiden för resan eller till och med på plats.

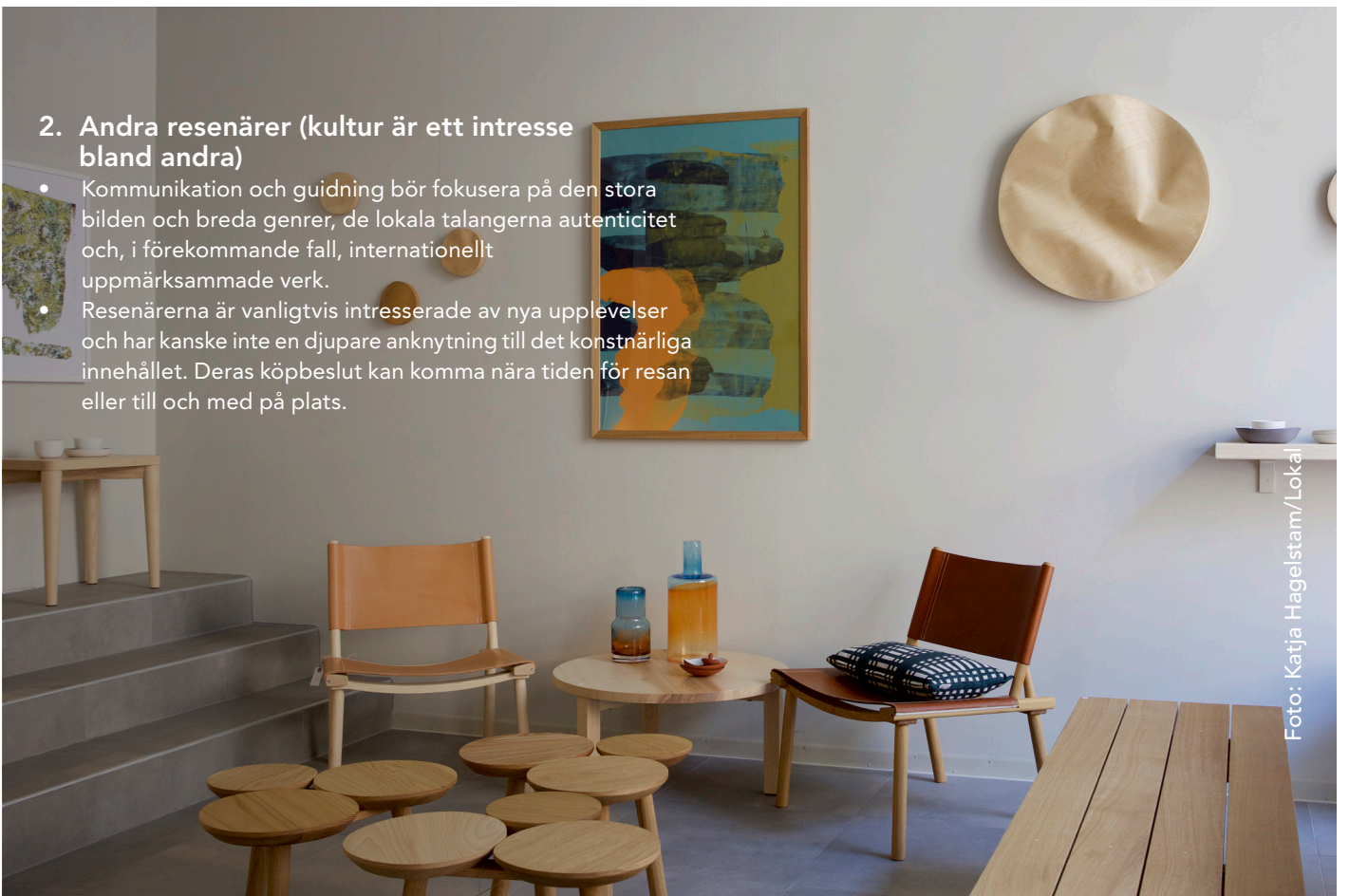


Foto: Katja Hagelestam/Lokal

En lyckad kulturturism upplevelse – framgångsfaktorer

Inkluderande upplevelser

Den moderna resenären är intresserad av inkluderande aktiviteter där den kan vara skaparen av sitt eget äventyr och sina upplevelser. I en inkluderande konstnärlig eller kulturell upplevelse är resenären mer än ett passivt föremål. Som bäst kan skapandet, deltagandet och fördjupningen erbjuda en djupt

meningsfull upplevelse och ett minne för livet! Kulturturism erbjuder möjligheter till lärande och introducerar människor för nya kulturer och livsstilar, historia och färdigheter. Att komma i kontakt med lokalbefolkningen höjer toleransen på bägge sidor.



Foto: Juho Kuva/Visit Finland

Särskiljande faktor i finskt kulturturism: Kultur i Natur

Kultur i Natur kombinerar våra unika naturresurser med konstnärligt och kulturellt innehåll av hög kvalitet.

Kulturturism i Finlands botten på flera olika sätt i den finska naturen och vårt förhållande till den. Temat Kultur i Natur skapar i vår nordliga natur ett unikt ramverk för kulturellt innehåll av hög kvalitet: kammarmusik och björnar, filmer av världsklass i den vita natten, modern dans i skogen, elektronisk musik på toppen av ett fjäll, internationellt erkänd konst i skärgården, världskänd klassisk musik vid stranden. Koncept som kombinerar natur och kultur på nya sätt attraherar morgondagens kulturturismresenärer som värderar utrymme, lokal plats, kvalitet och hållbarhet.

- Försök att kombinera dina kultur-, natur- och matrese tjänster för att skapa nya spännande koncept. En besökare på en konstfestival kan exempelvis även vilja satsa på en cykeltur med besök på lokala matdestinationer eller musikframträdanden.

- Använd olika erbjudanden inom välbefinnande och kombinera med i ditt kulturinnehåll: skogskonserter, poesi i bastun och symfonier vid stranden eller bastun som en viktig del av den finska livsstilen och källan till lycka.
- Lägg tonvikt på kontakten med naturen i din kommunikation: de djupaste skogarna kan innehålla arkitektur av världsklass, design eller kulturupplevelser tillika lokala matupplevelser med råvaror från naturen.
- Var lokal! Främja lokal kultur, lokala produkter och hantverkare eller den finska konsthistorien genom tilläggstjänster (café och restaurangtjänster, butiker, pop up-evenemang, inredningsdesign, etc.).

Kulturarv och destinationer

Kulturarv och kulturella miljöer utgör en viktig del av kulturturism. Museer, kulturläder, UNESCOs världsarv, kyrkor, hantverk, levande kulturarv och kulturlandskap har en bred och djup lockelse bland internationella resenärer. Redan vid resmålet får resenären bekanta sig med både den nutida och dåtida kulturen samt den lokala livsstilen.

Vi riktar en stor del av vår kommunikation gällande vårt kulturarv och våra lokala tjänster till inhemska besökare även om den kan vara av intresse också hos internationella resenärer, antingen som en del av deras resplan eller som den huvudsakliga orsaken för deras resa. Det blir allt vanligare att självständiga resenärer tar sina köpbeslut direkt under resans gång.

- Se till att din lokal har regelbundna och tydliga öppettider och offentliggör dem synligt på din hemsida samt på andra viktiga sidor. Kom ihåg att anpassa resescheman och olika säsonger (den huvudsakliga semestersäsongen i Centralamerika är i augusti-september exempelvis). Dina öppettider är samordnade med andra lokaler och evenemang i regionen, vilket ökar intresset för samtliga.
- Skapa intressanta visningspaket på olika teman. Se till att dessa även finns tillgängliga för den som vill göra det på egen hand (skyltar, mobilapplikationer, QR-koder, röststyrning).
- Försäkra dig om att teman, utställningarna och berättelserna kring din kulturarvsplats även finns att tillgå på andra ställen, som exempelvis museibutiker, caféer och restauranger.



Foto: Nationella styrelsen för antikviteter

Evenemang

Stora upplevelser, breda genrer och originalitet attraherar resenärer till evenemang. Lokala festivaler och kulturevenemang kan fungera som drivkraft för val av resmål. Din kommunikation kring evenemanget bör belysa dess särdrag, dess läge och den stora övergripande upplevelsen kring evenemanget på ett sätt

som är attraktivt för resenärer: använd visuella, narrativa och lokala exempel. Låt folk veta varför det är värt deras tid att uppleva evenemanget, lämna det inte åt dem.



Foto: Julia Kivela Visit Finland

Konstaktiviteter

Teaterföreläsningar, konserter, spelningar, utställningar, konstperformances samt dans- och cirkusföreläsningar producerade av kultur- och konstinstitutioner lockar också turister. Produktioner från mindre grupper och konstnärskollektiv är också av intresse för resenärer – förutsatt att de är tillgängliga

för internationella besökare. Konstupplevelsen kan utvecklas genom att lägga till tjänster före och efter huvudevenemanget, så som workshops inom konst, guidade turer, ateljébesök och möten med konstnärer.

- Försök att bygga upp attraktiva och tillgängliga konstupplevelser. Se till att ha information på engelska: introducera konstnärerna och deras verk, översätt program och planer och använd dig av digitala tjänster där så är möjligt. Om språkliga och kulturella skillnader är ett problem, så kan besökare behöva en del förklaringar. Kom ihåg att du även kan använda dig av olika översättningslösningar.
- Tillhandahåll relevant information (som datum och biljetter) på din hemsida och via andra viktiga tjänster som din lokala Visit-organisations sida.
- Överväg möjligheten att skapa programmerade konsttjänster för resenärer i samarbete med konstnärer och reseföretag. Kom ihåg att en sådan tjänst bör vara tillgänglig åtminstone i ett år.

Den finska livsstilen

Trenden att "leva som en lokalinvånare" är mycket populär bland internationella resenärer. Besökarna vill uppleva den finska livsstilen tillsammans med lokalinvånare. Erbjudandena i denna kategori inkluderar hantverk, hembesök, matupplevelser i hemmet, bastuupplevelser eller bär- och svamplockning som

- Försäkra dig om att du kan kommunicera med besökarna och hjälpa dem förstå vår nationalkaraktär.
- Försäkra dig om att platsen och all utrustning är ren och ändamålsenlig, ha tillräckligt med utrymme för det maximala antalet besökare och försäkra dig om att dina tillstånd och säkerhetsföreskrifter är giltiga.

en del av en fördjupning i den finska naturen, gemensamma urbana kulturevenemang, by-festivaler och olika typer av tematurer med en lokal guide. Det handlar helt enkelt om att möta lokala invånare i deras vardagliga miljö, men paketerade som en produkt gjord för resenärer.

- Under hembesöken kan du berätta för dina gäster om finsk mat, köksutrustning och design, vårt rena kranvatten och finsk etikett.

Arkitektur & design

Finsk arkitektur och design har skapat verk och varumärken som är kända över hela världen. Bland de mest kända finns Alvar Aalto, Mumintrollen och Marimekko. Paketerade reseupplevelser baserade på arkitektur och design, så som reserutter med teman eller lokala turer, är ett mycket bra sätt att lära sig mer om finsk historia liksom nutida konstnärers originalverk och deras liv i Finland. För professionella, studeranden och entusiaster inom området, är finsk arkitektur och design ofta den främsta orsaken till Finlandsresor. Dina tjänster för dessa grupper bör vara mer förfinade och inriktade.

Lokal design och arkitektur kan också vara av intresse bland andra besökare, så länge den är lättillgänglig. Samarbete med försäljningsställen och säljare inom finska designvarumärken, vare sig de är permanenta eller popup-butiker, kan bli en förtjänst för samtliga. För vanliga resenärer kan guldkornen bland finsk arkitektur och design serveras som en helhet, som till exempel finskt kulturarv, livsstil och vardagsliv (hushållsföremål, att bygga med trä, etc.).



Mat

Finsk och regional mat spelar en nyckelroll i alla reseupplevelser när det gäller kultur, eftersom den fungerar som ett fönster mot den finska livsstilen. Mat spelar också en stor roll vid evenemang och i samband med lokal kultur. Utöver att kulinariska upplevelser och nya restaurangkoncept vill den moderna resenären själv vara med i köket! Reseprodukter som fokuserar på lokal kultur kombinerar finsk mat, livsstil och möten med

lokala människor. Plocka bär eller svamp till en paj, rensa och röka dagens fångst eller sammanstråla med ett sällskap för ett kulinariskt evenemang.

Läs våra rekommendationer för kulinariska resor!



Foto: Elina Manninen / Keksit



Foto: Serlachius museer

Det finns studier som visar att kultur och konst berikar våra liv och vårt välbefinnande. Konst- och kulturtjänster börjar redan bli en del av social- och hälsovårdssektorn. Hur kan vi integrera kultur i resor för välbefinnande?

Produktexempel

Individuella kulturprodukter eller destinationer för resenärer

- Tillhandahåll lokal konst, kultur och evenemang för självständiga resenärer.
- Självständiga resenärer letar information på nätet och gör spontana val. Försäkra dig om att dina produkter och evenemang kan köpas på din hemsida, eller på andra evenemangplattformar samt din regionala Visit-hemsida.
- Information online måste finnas tillgängligt åtminstone på engelska utöver finska.
- Kom ihåg, rekommendationer genererar affärer. Rekommendationer online (sociala medier, TripAdvisor, konstkritiker, etc.) har en uppenbar effekt på spontana beslut.
- Dra nytta av lokala guideböcker och digitala plattformar som fokuserar på lokal kultur, så som Airbnb Experiences och Doerz.
- Försök att inkludera en del av den mindre kända konstnärliga sidan utöver de större konst- och kulturinstitutionerna och festivalerna.
- Individuella kulturerbjudanden bör ta två till tre timmar att uppleva. Ingen kommer att resa till Finland för dessa upplevelser, men de kan få med sig ett livslångt minne efteråt. Kortare kulturaktiviteter kräver tillräcklig mängd och ett jämnt besökarantal för att vara lönsamma.

Kulturella programpaket

- Kombinera visningar, workshops eller biljetter till festivaler, museer, teatrar, konstutställningar eller andra resmål med boende, måltider och/eller transporter
- Plocka ut de bästa tjänsterna i området och slå ihop dem för att skapa ett högkvalitativt paket. Samarbeta. Ingen kan göra allt själv, så dra nytta av partners erfarenheter för att erbjuda en del tjänster. Det hjälper dig fokusera på det du gör bäst samtidigt som du breddar nätverk för samarbeten. Försäkra dig om att alla parter är insatta i kundens behov.
- Preciserar vem som säljer paketet och till vem. Du kommer att behöva en researrangör, ett kontor för ankommande eller ett destinationsförvaltningsföretag (DMC) för att sälja ditt paket till internationella grupper. Många självständiga resenärer köper också paket via tidigare nämnda organisationer.
- Om en kulturell aktör eller resebyrå erbjuder paket direkt till individuella resenärer bör Paketreselagen tas i beaktande. [Läs mer om Paketreselagen.](#)
- Sätt samman paket i varierande längder, från en dag till två veckor, beroende på de tillgängliga tjänsterna. Ett längre programpaket kan utformas till en paketresa.

Turistrutter

- Samarbeta över de regionala gränserna. När dina tjänster är en del av en turistrutt, så är de mer framträdande och lockande än på egen hand. Oberoende resrutter kan ha kulturteman, men också ett bredare ämnesområde.
- En oberoende tur behöver välplanerade teman, förmedlade via levande beskrivningar och visuellt innehåll.
- Självständiga resenärer behöver noggranna turbeskrivningar: generell turinformation, den aktuella rutten, tillgänglighet, destinationernas läge, öppettider, kontaktinformation samt information om tillhörande tjänster. Informationen bör vara lättillgänglig digitalt och åtminstone på finska och engelska.
- Kulturella turistrutter kan använda sig av programmet Cultural Routes of the Council of Europe för att främja hållbara kulturturism. Council of Europe's Cultural Route

Certificate kan via ansökan beviljas till rutter med kultur, kulturarv, traditioner eller landskapsteman inom Europa som delas av åtminstone tre länder.

Läs mer i den finska kulturruttsguiden Euroopan neuvoston kulttuurireitit:
<https://www.aitomaaseutu.fi/kulttuurimatkaileureittipias>
<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes>

Hållbar utveckling

Hållbar utveckling är utveckling som "tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov" (Brundtland 1987). Hållbart resande beaktar dagens och framtidens ekonomiska, socio-kulturella och miljömässiga påverkan samtidigt som den inser behoven hos resenärer, reseföretag, destinationer, miljö och lokalinvånare nu och i framtiden.

För turister är de viktigaste indikatorerna för hållbarhet inom resetjänster vatten- och energieffektivitet, sophantering, användandet av lokala produkter och tjänster, lokal arbetskraft, bevarandet av kulturarv och hänsyn till den lokala befolkningen. Med kulturturism är det viktigt att vara extra noggrann med socio-kulturell hållbarhet. Det innebär att använda sig av lokala tjänster och visa hänsyn till lokala samhällen, bevara och skydda kulturarv, ta i beaktande regionala kapaciteter samt vara inkluderande, socialt ansvarig och etisk.

Företag kan också uppmuntra sina kunder att ta hållbarhet i beaktande, och på så sätt även påverka dem.

- Värna om och skydda ditt lokala kulturarv i syfte att bevara det för kommande generationer.
- Respektera den lokala livsstilen och kulturen. Försäkra dig om att endast äkta, ärliga produkter och bilder är framtagna och distribuerade.

- Bidra till det lokala samhällets livskraft och håll en nära kontakt till det.
- Håll ett öga på den lokala kapaciteten.
- Skydda kulturell praxis och tradition för dem som inte deltar inom turism. Läs exempelvis Etiska regler för sameturism.
- Låt dina kunder veta hur de kan bete sig ansvarsfullt.
- Försök gynna hela samhället. Använd lokal arbetskraft, lokala tjänster och produkter (lokal mat). Fundera på hur du kan förena behoven hos det traditionella näringslivet och resor, till exempel vid markanvändning.
- Utforma och skapa kulturella resetjänster tillsammans med kultur- och resenäringen så att ytterligare intäkter och förmögenhet kan genereras för alla.
- Var uppmärksam på jämställdhet och tillgänglighet bland din personal och dina kunder.
- Ha kundernas perspektiv i din kommunikation. Försäkra dig om att lokal kultur och den finska livsstilen är korrekt porträtterad i din marknadsföring.
- Skriv under [Löftet för hållbara Finland](#).

Länkar

ANSVAR OCH HÅLLBARHET

[Redskap för hållbarhet och kommunikation.](#)

[Grunderna för hållbar turism. Visit Finland.](#)

[Vinkkejä vastuullisuusviestintään. Käsikirja matkailuyrittäjille markkinoinnin ja viestinnän tueksi. Visit Finland.](#)

[Sustainable Travel Finland](#)

[Etiska riktlinjer för sameturism](#)

[Elävä perintö ja kestävä kehityksen kompassi](#)

INTERNATIONALISERING

[Tunne asiakkaasi -kohderyhmäopas](#)

[Matkailualan kansainvälistymisopas e-learning 2019](#)

[Kansainvälistymisopas 2019](#)

[Sales Events ABC](#)

[Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit 2021](#)

DIGITALA TJÄNSTER

[Matkailuyrityksen digiloikan ABC](#)

[Matkailuyrityksen digiloikan ABC e-learning](#)

[Tautaselvitys Suomessa matkailualalla käytetyistä varausjärjestelmistä](#)

[Digitaalisten kanavien ABC](#)



Foto: Niko Laurila

”Kulturturism handlar om möten. Möten med sig själv, möten med andra. Regionala och internationella möten. Möten med det globala liksom det lokala. Att samlas kring händelser, lärdomar och nya insikter.”

visitfinland.fi



Visit Finland