

# Kulttuurimatkailun tuotesuosituksset

2021



Visit Finland

## Hyvä lukija,

Kulttuurimatkailun tuotesuosituksia on laadittu kulttuuri- ja taidealan toimijoille, matkailuyrityksille ja kehittäjille työvälineeksi laadukkaan, ostettavan ja kannattavan kulttuurimatkailuelämyksen tuottamiseen. Mukana on myös avuksesi Visit Finlandin kansainvälistymiskriteeristö.

Tämän päivän kulttuurimatkailussa tarvitaan yhä enemmän luovan matkailun elementtejä, sillä matkailija haluaa olla aktiivinen oman yksilöllisen elämyksensä luoja, ei pelkästään passiivinen katselija tai kuuntelija. Matkailija haluaa osallistua, kokeilla uutta ja saada onnistumisen elämyksiä uusilta aloilta. Tämä on hyvä pitää mielessä kulttuurimatkailutuotteita rakennettaessa! Elämykset syntyvät kohtaamisista. Itsensä kohtaamisesta, toisten kohtaamisesta. Paikallisuuden ja kansainvälisyyden kohtaamisesta. Globaalin ja lokaalin kohtaamisesta. Yhdessä tekemisen, uuden oppimisen ja uusien oivallusten kautta. Tässä taide- ja kulttuurisisältöisillä matkailupalveluilla on kaikki mahdollisuudet menestyä!

Terveisin,

**Susanna Markkola**

MANAGER, CULTURAL TOURISM, BUSINESS FINLAND, VISIT FINLAND

Tuotesuosituksia ovat laatineet **Maija Sydänmaanlakka**, **Maya Productions** sekä **Susanna Markkola** ja **Terhi Hook**, Visit Finland.

## Sisältö

Kulttuurimatkailun määritelmä.....	s. 3	Arkkitehtuuri & design.....	s. 11
Kulttuurimatkailupalvelut syntyvät verkostoissa.....	s. 3	Ruoka.....	s. 12
Nostoja kansainvälistymiskriteereistä.....	s. 5	Kestävä kehitys.....	s. 15
Onnistunut kulttuurimatkailuelämys – menestystekijöitä.....	s. 8	Linkit.....	s. 15
Kulttuuriperintö ja käyntikohteet.....	s. 9		
Tapahtumat.....	s. 10		
Taideaktiviteetit.....	s. 10		
Suomalainen elämäntapa.....	s. 11		

Kansikuva: Visit Finland



Kuva: Mikko Huotari / Visit Finland

# 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.

## Kulttuurimatkailupalvelut syntyvät verkostoissa

Kulttuurimatkailutuote on matkailijoille myytävä, kulttuurisia elementtejä sisältävä matkailutuote. Se voi olla esimerkiksi matkailu- ja kulttuuripalvelun yhdistävä majoitus + ohjelmapaketti. Se voi olla myös taideteos, kulttuurituotanto, tapahtuma tai osallistava taidetyöpaja, jonka ensisijaisena kohderyhmänä ovat matkailijat. Tuote voi olla suunnattu joko yksittäisille matkailijoille tai ryhmille - tai molemmille.

Kulttuurisisältöinen matkailutuote rakentuu verkostoissa, paikallistoimijoiden yhteistyönä. Tarvitaan vetovoimaista taide- ja kulttuurisisältöä, asiakasymmärrystä, tuotekehitysosaamista ja ajan hermolla olevaa myyntiosaamista. Verkostoajattelussa

taiteilijan ei tarvitse hallita matkailun digitaalisia myyntialustoja ja asiakassegmentointia tai matkailuyrittäjän esittää nykytanssiteosta saunassa. Kulttuurisisältöinen matkailutuote tehdään yhdessä. Keskeisessä roolissa tuotekehitysprosessissa voivat olla kulttuurin välittäjäportaan toimijat: tuottajat ja kulttuurimatkailutuottajat, jotka toimivat siltana toimialojen välillä. Parhaimmillaan koko paikallinen luovan talouden verkosto on yhdessä matkailuyrittäjien kanssa mahdollistamassa suomalaisen kulttuurin ja matkailijoiden onnistunutta kohtaamista. Tällaisessa ideaalitalanteessa matkailijalle jää elämyksen jättämä ikuinen muistijälki, ja paikallisyhteisö hyötyy matkailutuloista ja laajemmista toimintamahdollisuuksista.



Kuva: WeeGee Emma



Kuva: Julia Kivelä/Visit Finland

# Nostoja kansainvälistymiskriteereistä

## VISIT FINLANDIN KANSAINVÄLISTYMISKRITEERIT

### 1. LAATU

Seuraatte asiakastytyväisyyttä ja kehittäte palvelunne laatua kohderyhmänne ja saamanne palautteen mukaan. Kiinnitätte erityistä huomiota siisteyteen ja estetiikkaan sekä yksityiskohtiin.

### 2. PALVELU

Tarjoatte asiakkaallenne saumattoman palvelukokonaisuuden. Henkilökuntanne on asiakasryhmän hyvin tuntevaa, kielitaitoista, sitoutunutta ja ammattinsa osaavaa.

### 3. KESTÄVYYS

Vastuullisena toimijana edistätte kestävän matkailun mukaisia periaatteita; huomioitte toiminnassanne paikallisyhteisön ja ympäristön hyvinvoinnin ja tarpeet, valinnoilla tuette paikallistaloutta ja kohtelette kaikkia asiakkaita yhdenvertaisina.

### 4. TURVALLISUUS

Huolehditte vieraidenne ja henkilökuntanne turvallisuudesta sekä lain ja viranomaisten määräysten ja suositusten noudattamisesta. Varmistatte myös, ettei toimintanne aiheuta paikallisille asukkaille turvallisuusriskiä.

## HUOMIOI ERITYISESTI KULTTUURIMATKAILUSSA

### 1. LAATU

Huolehdi, että palvelukokonaisuus on teemallisesti ehyt ja että se soveltuu kohderyhmän tarpeisiin (kulttuurin aktiiviharrastajat tai muut matkailijat).

Varmista, että toteutustilat ovat riittävän tilavat, siistit ja hyvässä kunnossa.

Huolehdi, että esiintyjätiedot ovat ennakkotietojen mukaiset tai muutoksista on tiedotettu heti niiden ilmetyä.

Pyri siihen, että kaikki kohteen kulttuurisisältöiset palvelut eivät ole suljettuja samana päivänä.

### 2. PALVELU

Suosi opastuksissa suuria linjoja yksityiskohtien sijaan, muista tarinat. Kytke kuuluisat suomalaiset Suomen tai maailman historiaan, kulttuurielämään ja yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Vain harvat suomalaiset merkkihenkilöt tai historian tapahtumat tunnetaan Suomen ulkopuolella.

Kerro suomalaisuuden erityispiirteistä, jokapäiväisistä tavoista ja arkielämänsä, ennen ja nyt. Kerro omakoh- taisia kokemuksia ja myös oma tarinasi.

Osallista matkailijaa, opastuksen kera.

Varmista asiakaspalvelijoiden riittävä yleistietämys suomala- laisuudesta, paikallisuudesta ja kulttuurisisällöistä.

### 3. KESTÄVYYS

Varmista, että palvelusi sosio-kulttuurinen kestävyys on mietitty ja huomioitu. Huomioi erityisesti yhteistyö paikallisten taide- ja kulttuuritoimijoiden kanssa, käytä paikallisia palveluita ja muista ympäristövastuullisuus. Turvaa matkailun ulkopuolisen väestön kulttuurikäytännöt ja perinteet. Tutustu Saamelaismatkailun eettisiin ohjeisiin.

### 4. TURVALLISUUS

Kulttuurimatkailutuotteissa erityistä huomiota vaativat esimerkiksi vanhojen rakennusten paloturvallisuus ja tapah- tumien asiakasturvallisuus.

Kulttuurimatkailussa ryhmäasiakkaat ovat usein ikään- tyneitä. Kiinnitä huomiota esteettömyyteen, kuten opas- tuksiin, valaistukseen ja tilojen selkeyteen.

Panosta selkeään ohjeistukseen suomalaiseen elämän- tapaan liittyvissä tuotteissa. Se mikä on suomalaisille itsestään selvää, ei ole sitä automaattisesti muille. Pahim- millaan tämä aiheuttaa vaaratilanteita, kun ollaan tekemi- sissä vaikkapa tulen, savun tai kylmyyden kanssa.

### 5. KAPASITEETTI JA VERKOSTOT

Olette verkostoituneet alueen muiden matkailutoimijoiden kanssa. Oman kapasiteettinne tai yhteistyöver- koston kautta tarjottava kapasiteetti takaa kattavan ja vetovoimaisen palvelun omatoimimatkoille ja/tai ryhmämatkoille.

### 6. SAAVUTETTAVUUS

Palvelunne sijaitsee toimivien liikenneyhteyksien varrella tai kuljetus kohteeseen on järjestetty lähimmältä bussi- tai juna-asemalta tai lentokentältä.

### 7. SAATAVUUS JA OSTETTAVUUS

Kehittäte yrityksenne digitaalisia ratkaisuja jatkuvasti. Palvelunne ovat selkeästi kuvattuina ja hinnoiteltuina kohdemarkkinan kielellä tai englanniksi omilla inter- net-sivuillanne. Lisäksi tuotteet ja palvelut ovat helposti löydettävissä ja ostettavissa monikanavaisesti, esimerkiksi matkanjärjestäjien tai muiden jakelukanavien kautta, omalla verkkosivulla tai muissa sähköisissä varauskanavissa.

### 8. AUTENTTISUUS JA VETOVOIMAISSUUS

Hyödynnätte tuotekehityksessä ja markkinoinnissa aitoja suomalaisia elämyksiä ja raaka-aineita, jotka pohjautuvat alueenne vetovoimatekijöihin, perinteisiin, kulttuuriin ja elämäntapaan.

### 9. LIIKETOIMINNAN TAVOITTEELLISUUS

Toimitte ammattimaisesti, kannattavasti, tunnette alaa säätelevät lait ja olette määritellyt liiketoimintasuunni- telmassanne kansainvälistymisstrategian ja kansainvä- listymisbudjetin.

### 5. KAPASITEETTI JA VERKOSTOT

Huomioi, että kulttuurituotteen kiinnostavuuden ja menestyksen kannalta alueen muu matkailukapasiteetti on tärkeää ja olennaista. Varmista muun muassa, että majoituskapasiteetti riittää asiakkaillesi.

### 6. SAAVUTETTAVUUS

Korosta palvelunne erityistä vetovoimaa etenkin silloin, kun se ei ole helposti saavutettavissa.

Kiinnitä huomiota kohteen löydettävyyteen ja varmista, että opasteet ovat myös englanniksi.

### 7. SAATAVUUS JA OSTETTAVUUS

Varmista, että kohteella on säännölliset ja selkeät auki- oloajat matkailijoiden liikkuminen ja sesonkiajat huomi- oiden.

Julkaise tiedot kulttuurisisällöistä ajankohtineen vähin- tään ½ vuotta aikaisemmin. Huolehdi sisältöjen toteu- tusvarmuudesta, kun ne ovat tiettyyn paikkaan ja aikaan sidottuja.

Huolehdi, että myös tieto ja ohjeet pääsylippujen ostami- sesta löytyvät helposti verkkosivuilta.

Viesti kulttuurimatkailupalveluista monikanavaisesti, korosta parhaimpia vetovoimatekijöitä ja pidä yllä ajanta- saisia tietoja palvelusi kannalta tärkeimmässä kanavissa. Sisällytä viestintään korkeatasoisia ja houkuttelevia kuvia ja videoita.

### 8. AUTENTTISUUS JA VETOVOIMAISSUUS

Mieti, miten tuot suomalaisuutta ja suomalaista kulttuuria toteutusympäristössä aidosti ja luontevasti kansainvälistä asiakasta houkuttelevalla tavalla esiin.

Korosta paikan tuntua eli mitä erityistä paikka ja ympä- ristö tuovat kulttuurisisältöön.

Tarinallista suomalaisen kulttuurin sisältöä kiinnosta- valla tavalla.

Viesti paikallisuudesta, paikalliskulttuurista ja suoma- laisuudesta totuudenmukaisesti.

Turvaa matkailun ulkopuolisen väestön kulttuurikäy- tännöt ja perinteet. Tutustu Saamelaismatkailun eetti- siin ohjeisiin.

### 9. LIIKETOIMINNAN TAVOITTEELLISUUS

Tee yhteistyötä ja etsi toimintamalli, jossa sekä kult- tuuri- että matkailutoimija molemmat hyötyvät talou- dellisesti. Kiinnitä huomiota hinnoitteluun. Tavoittele liiketaloudellisesti kestävää toimintaa pitkäjänteisesti. Budjetoit resursseja kansainvälistymiseen. Tavoittele yhdessä jaettavan tuoton kasvattamista.

### 1. Kulttuurinnälkäiset matkailijat (jotka ovat erityisen kiinnostuneita kulttuurista)

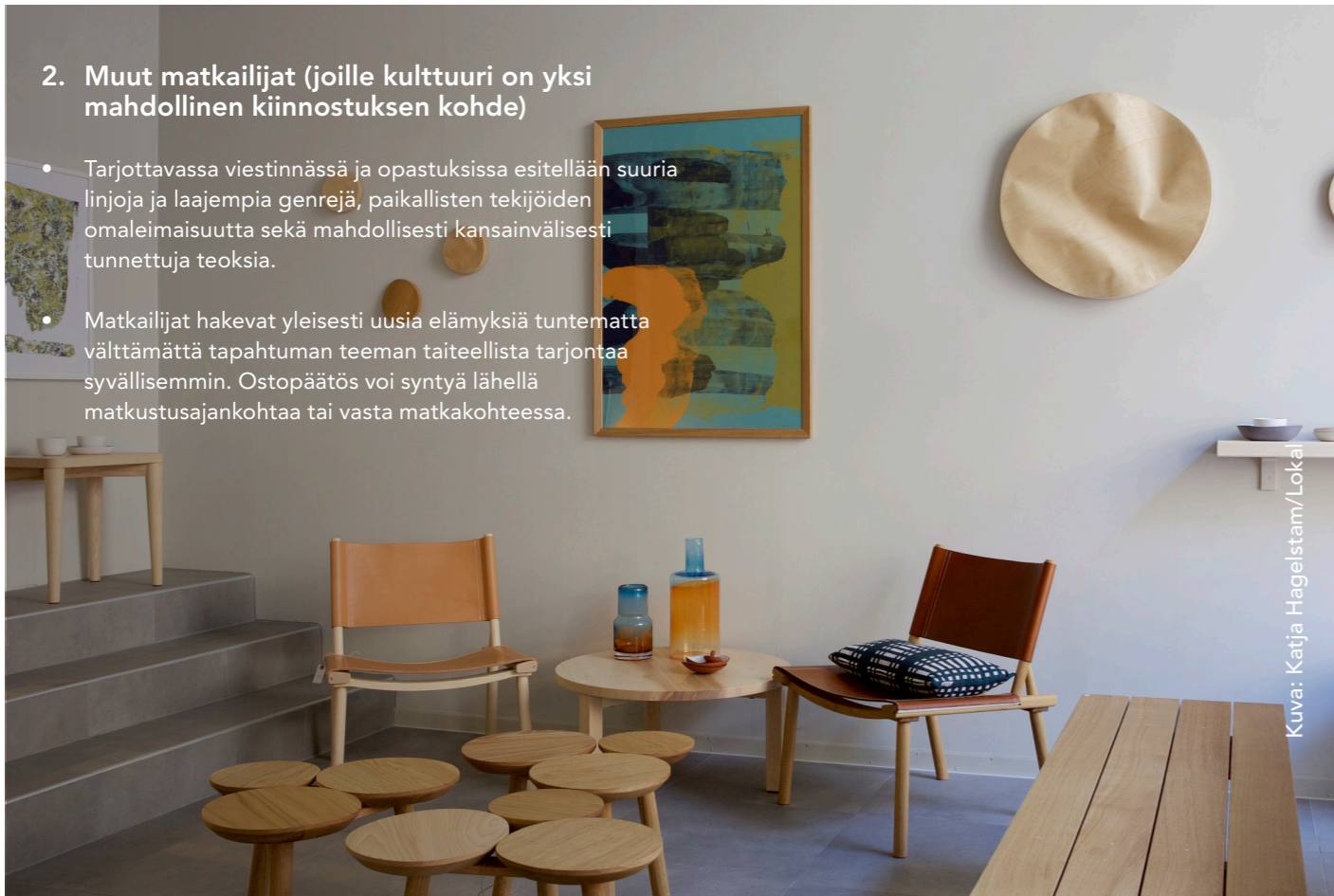
- Yksittäiset esiintyjät tai taiteenlajit eli genret voivat olla ostopäätöksen ratkaisevin tekijä.
- Erottautumistekijä voi olla taiteellisessa sisällössä tai kokonaiselämyksessä, esimerkiksi oheispalveluissa tai tapahtumapaikassa.



Kuva: Finnish National Opera and Ballet

### 2. Muut matkailijat (joille kulttuuri on yksi mahdollinen kiinnostuksen kohde)

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



Kuva: Katja Hagelstam/Lokal

# Onnistunut kulttuurimatkailuelämys – menestystekijöitä

## Osallistava elämyksellisyys

Nykyamatkailijaa kiinnostavat osallistavat aktiviteetit, joissa matkailija itse on oman elämyksensä ja kokemuksensa luoja. Osallistavissa taide- ja kulttuurielämyksissä matkailija on muutakin kuin passiivinen objekti. Itse tekeminen, osallistuminen ja heittäytyminen voivat parhaimmillaan tarjota syvän

kokemuksen ja ikuisen muistijäljen! Kulttuurimatkailu tarjoaa aineksia uuden oppimiseen ja tutustuttaa uuteen kulttuuriin ja elämäntapaan, historiaan ja uusiin taitoihin. Tutustuminen paikallisiin ihmisiin lisää suvaitsevaisuutta puolin ja toisin.



Kuva: Juho Kuva/Visit Finland

## Suomalaisen kulttuurimatkailun erottautumistekijä: Culture in Nature

Culture in Nature yhdistää ainutlaatuiset luontoresurssimme korkeatasoisiin taide- ja kulttuurisisältöihin. Suomessa kulttuurimatkailu kumpuaa Suomen luonnosta ja suomalaisesta luontosuhteesta monin eri tavoin. Culture in Nature -teemassa pohjoinen luonto luo ainutlaatuisen kehyksen korkeatasoisille kulttuurisisällöille: kamarimusiikkia ja karhuja, maailmanluokan elokuvia yöttömässä pohjoisen yössä, nykytanssia metsässä, elektronista musiikkia tunturin laella, kansainvälisesti tunnustettua kuvataidetta merellisessä saaristossa, maailmankuulua klassista musiikkia järvien syleilyssä. Luontoa ja kulttuuria oivaltavasti yhdistävät palvelukonseptit houkuttelevat tulevaisuuden kulttuurimatkailijaa, joka arvostaa tilaa, paikallisuutta, laatua ja vastuullisuutta.

- Hyödynnä suomalaisen hyvinvointimatkailun elementtejä kulttuurisisältöihin: metsälaulu, runosauna ja konsertti järvimaisemassa, sauna vahvana elämäntapaelementtinä ja hyvinvoinnin lähteenä.
- Korosta luontoyhteyttä markkinointiviestinnässä: keskeltä metsää voi löytää korkeatasoista arkkitehtuuria ja designia, maailmanluokan kulttuuriohjelmaa sekä paikallisiin luonnonantimiin perustuvia kulinaristisia elämyksiä.
- Nosta paikallisuus näkyväksi! Tuo paikalliskulttuuria, paikallisia tuotteita ja tekijöitä, esimerkiksi suomalaisen taiteen tarinaa, esille oheispalveluissa (kahvila- ja ravintolapalvelut, tuotemyymälät, pop up -tempaukset, sisustus jne.).

- Yhdistä kulttuurimatkailu-, luontoaktiiviteetti- ja ruokamatkailupalvelut oivaltavasti. Esim. taidefestivaalikävijä voi haluta ostaa myös liikunnallisen pyöräilykierroksen lähialueiden ruokakohteisiin ja konserttivieraalle voi maistua hirvimakkara lähimetsän laavulla.

# Kulttuuriperintö ja käyntikohteet

Kulttuuriperintö ja kulttuuriympäristöt ovat tärkeä osa kulttuuri-  
matkailua. Museot, kulttuurireitit, Unescon maailmanperintö-  
kohteet, kirkot, kädentaidot, elävä perintö ja kulttuurimaisemat  
ovat laajasti kansainvälisiä matkailijoita kiinnostavia sisältöjä.  
Matkailijoille tuodaan esiin sekä vierailtavien kohteiden nykyistä  
että mennyttä kulttuuria ja paikallista elämäntapaa.

- Huolehdi, että kohteellasi on säännölliset ja selkeät  
aukioloajat, jotka löytyvät vaivattomasti omilta  
verkkosivuilta ja keskeisiltä palvelusivuilta. Aukioloajoissa  
on otettu huomioon matkailijoiden liikkuminen ja sesonkiajat  
(esimerkiksi Keski-Euroopan lomakausi on elo-syyskuu).  
Kohteen aukioloajat ottavat huomioon lähialueen muut  
kohteet ja tapahtumat lisäten näin kokonaisvetovoimaa.

Suuri osa kulttuuriperintömme ja käyntikohteidemme tarjon-  
nasta ja viestinnästä on suunnattu kotimaisille vierailijoille,  
vaikka ne voivat kiinnostaa myös kansainvälisiä matkailijoita  
joko yhtenä vierailukohteena tai jopa pääasiallisena matkan  
vetovoimatekijänä. Yhä useammin yksittäisten matkailijoiden  
ostopäätös syntyy vasta paikkakunnalla, matkan aikana.

- Kokoa opastettuja, teemallisia ja kiinnostavia kokonaisuuksia  
tutustuttavaksi. Varmista, että vastaavat opastustiedot  
ovat saatavilla myös itsenäiseen tutustumiseen (fyysiset  
opasteet, mobiilisovellukset, QR-koodi, ääniopasteet).
- Huomioi kohteesi kulttuuriperinnön teeman, näyttelyn ja  
tarinan näkyminen myös oheispalveluissa (esim.  
museokauppa, kahvila- ja ravintolapalvelut).



# Tapahtumat

Kokonaiselämykset, laajemmat genret ja tapahtumien  
omaperäisyys houkuttavat matkailijoita - paikalliset festivaalit  
ja kulttuuritapahtumat voivat toimia yhtenä vetovoimatekijänä  
matkakohteen valinnassa. Tapahtuman viestinnässä nostetaan  
rohkeasti esille tapahtuman ja tapahtumapaikan erityispiirteitä

sekä tapahtumassa ja tapahtuman ympäriltä saatavaa koko-  
naiselämystä matkailijaa houkuttelevalla tavalla: visuaalisuus,  
tarinat, paikalliset erityispiirteet. Kerrotaan, miksi tapahtumaan  
kannattaa tulla, ei jätetä syytä matkailijan itse oivallettavaksi.



# Taideaktiviteetit

Kulttuuritalojen ja taidelaitosten tuottamat teatteriesitykset,  
konsertit, keikat, tanssiesitykset, performanssit, sirkusesitykset  
ja näyttelyt houkuttelevat myös matkailijoita. Myös pienempien  
työryhmien ja taiteilijakollektiivien, niin sanotun taiteen vapaan  
kentän tuotannot ovat matkailijan kannalta varsin kiinnostavia

- kunhan ne saadaan tuotua myös kansainvälisten matkaili-  
joiden ulottuville. Taide-elämystä voi laajentaa rakentamalla  
sen kylkeen myös ennen ja jälkeen -elämyksiä, esim. taide-  
työpajoja, opastettuja kulissikierroksia, työhuonevierailuja ja  
taiteilijatapaamisia.

- Pyri rakentamaan houkuttelevia ja saavutettavia  
kokonaiselämyksiä taiteen äärellä. Esittele tekijä- ja  
teosinformaatio, käsiohjelma tai synopsis vähintään  
englanniksi digitaalisuuttakin hyödyntäen. Avaa  
tarvittaessa taiteellista sisältöä kieli- ja kulttuurierojen yli.  
Muista tekstityslaitteiden käytön mahdollisuus.
- Huolehdi esitystietojen (ajankohdat, liput) löydettävyydestä  
omilla verkkosivuilla ja muilta keskeisiltä palvelusivuilta  
mm. paikallisten Visit-organisaatioiden sivustot.

- Huomioi mahdollisuus kehittää tilaustaidetta taiteilijoiden  
ja matkailuyritysten yhteistyönä matkailijoille tarkoitetuiksi  
ohjelmalveluiksi. Tällöin tulee muistaa, että tuotteen  
saatavuus on varmistettu vähintään vuodeksi eteenpäin.

# Suomalainen elämäntapa

“Live like a local” on kansainvälisiä matkailijoita puhutteleva trendi. Matkailija pääsee kokemaan suomalaista elämäntapaa yhdessä paikallisten ihmisten kanssa. Tähän kategoriaan kuuluvia tuotteita ovat esimerkiksi kädentaidot, kotivierailut, yhteinen ruokailu isäntävään kanssa, saunominen, marjastus ja sienestys

- Varmista, että matkailijoiden kanssa pystytään kommunikoimaan ja välittämään suomalaisuuden avainelementit.
- Huolehdi, että toteutustila ja mahdolliset työvälineet ovat siistit ja asianmukaiset, riittävän tilavat tuotteen mukaiselle maksimihenkilömäärälle ja että luvat sekä turvallisuustekijät ovat kunnossa.

osana suomalaiseen luontosuhteeseen tutustumista, yhteisölliset kaupunkikulttuuritapahtumat ja kyläjuhlat sekä erityyppiset teemakierrokset paikallisoppaan johdolla - yleensäkin paikallisten ihmisten tapaaminen heidän arkiympäristössään, matkailupalveluksi tuotteistettuna.

- Kerro kotivierailuissa suomalaisesta ruuasta, astioista ja designista, puhtaasta hanavedestä ja suomalaisesta tapakulttuurista.

# Arkkitehtuuri & design

Suomalaisessa arkkitehtuurissa ja designissa on tekijöitä ja brändejä, jotka tunnetaan maailmanlaajuisesti. Tunnetuimpia ovat esimerkiksi Alvar Aalto, Muumit ja Marimekko. Arkkitehtuuriin tai muotoiluun liittyvän teeman tai tekijän ympärillä tarjottavat tuotekokonaisuudet, esimerkiksi teemoitetut matkailureitit ja paikalliset teemakierrokset ovat hyvä keino perehtyä historian ja nykypäivän muotoilijoiden alkuperäisiin luomuksiin ja elämäntarinaa Suomessa. Alan ammattilaisille, opiskelijoille ja harrastajille suomalainen arkkitehtuuri ja design ovat usein päävetovimatekijä matkustaa Suomeen. Heille tarjonta tulee olla syvällisemmin tuotteistettua ja kohdennettua.

Paikallinen design ja arkkitehtuuri kiinnostavat myös tavallisia matkailijoita, kunhan tarjonta on helposti saavutettavissa. Yhteistyö esimerkiksi käyntikohteiden ja suomalaisten design-merkkien myyjien, vakituisten tai pop up-puotien, välillä hyödyttää kaikkia osapuolia. Tavallisille matkailijoille arkkitehtuurin ja suomalaisen muotoilun helmet voi tarjoilla osana laajempia kokonaisuuksia; osana suomalaista kulttuuriperintöä, elämäntapaa ja arjen sujuvuutta (arkiesineet, puurakentaminen jne.).



Kuva: Artek



Kuva: Arctic TreeHouse Hotel

# Ruoka

Suomalainen ja paikallinen ruoka on keskeinen osa kulttuuri- matkailuelämystä ja sen avulla matkailija pääsee tutustumaan suomalaiseen elämäntapaan. Ruualla on myös tärkeä rooli osana tapahtumia ja paikalliskulttuuria. Kulinarististen nautintojen ja kiinnostavien ravintolakonseptien kokemisen lisäksi nykypäivän matkailija haluaa päästä myös itse työntämään kätensä taikinaan! Paikalliskulttuuria esittelevissä matkailutuot-

teissa yhdistyvät suomalainen ruoka, elämäntapa ja paikallisten kohtaaminen: piirakan leipominen itse poimituista marjoista ja sienistä, kalastusretken saaliin perkaaminen ja savustaminen, yhteisölliseen ruokatapahtumaan osallistuminen.

**Tutustu ruokamatkailun tuotesuosituksiin!**



Kuva: Elina Manninen / Keksit

Kulttuuri ja taide tuottavat elämää rikastuttavia elämyksiä ja lisäävät tutkitusti hyvinvointia. Taide- ja kulttuuripalveluita juurrutetaan jo osaksi sosiaali- ja terveyssektoria. Miten kulttuuri tuodaan mukaan hyvinvointimatkailuun?

## Esimerkkejä tuotteista

### Matkailijoille tarjottava yksittäinen kulttuurisisältö tai -kohde

- Tarjoa paikallista taidetta, kulttuuria ja tapahtumia yksittäisille matkailijoille.
- Omatoimimatkailijat etsivät tietoa verkosta ja valitsevat spontaanisti. Varmista, että tuotannonne ja tapahtumanne löytyvät ja ovat ostettavissa omilta verkkosivuiltanne, eri tapahtuma-alustoilta ja Visit-organisaatioiden sivuilta.
- Huolehdi, että tiedot verkosta löytyvät suomen kielen lisäksi vähintään englanniksi.
- Muista suosittelukulttuurin merkitys. Verkosta löytyvät suosituksiset (sosiaalinen media, TripAdvisor, taidekriitikit jne.) vaikuttavat spontaaneihin valintoihin merkittävästi.
- Hyödynnä paikallisia elämysoppaita ja paikalliskulttuuria välittäviä digialustoja, esim. Airbnb Experiences, Doerz.
- Pyri saamaan myös taiteen vapaan kentän tuotannon taide- ja kulttuurilaitosten ja suurten festivaalien lisäksi matkailijoiden ulottuville.
- Tarjoa yksittäisiä kulttuurisisältöjä lyhytkestoisina 2-3 tunnin aktiviteetteina. Tätä varten kukaan ei matkusta Suomeen, mutta tämä voi olla syy muistaa Suomi matkan jälkeen. Paketoitu lyhytkestoinen kulttuurisisältöinen aktiviteetti vaatii riittävän volyymin ja tasaisen asiakasvirran, jotta siitä tulee kannattava.

### Kulttuurisisältöinen ohjelmapaketti

- Yhdistä esim. festivaali-, museo-, teatteri-, taidenäyttely- tai muu käyntikohdelippu, opastus tai työpaja majoitukseen, aterioihin ja /tai kuljetukseen.
- Mieti, mitkä ovat parhaat palvelut alueella ja tee niistä laadukas kokonaisuus. Tee yhteistyötä. Kukaan ei osaa kaikkea, joten tarvittaessa käytä asiantuntevia kumppaneita toteuttamaan osia palvelusta. Siten pääset itse tekemään ne asiat, jotka osaat parhaiten ja yhteistyöverkostosi laajenee. Varmista, että kaikilla osapuolilla on yhtäläinen ymmärrys asiakkaiden tarpeista.
- Määrittele, kuka pakettia myy ja kenelle. Tarvitset matkajärjestäjän, incoming-toimiston tai alueellisen matkailun myyntiorganisaation (DMC), kun myyt pakettiasi kansainvälisille matkailijaryhmille. Myös monet yksittäiset matkailijat ostavat pakettinsa edellä mainittujen myyntiorganisaatioiden kautta.
- Jos kulttuurikohde tai matkailuyritys tarjoaa paketteja suoraan yksittäisille matkailijoille, tulee huomioida valmismatkalaki. [Lisätietoja valmismatkalaista.](#)
- Kokoa eripituisia ohjelmapaketteja, yhdestä päivästä jopa kahteen viikkoon, riippuen paketoitujen tarjonnan määrästä. Pidemmistä ohjelmapaketista voi muodostua kiertomatkapaketti.

### Matkailureitit

- Tee yhteistyötä kunta- ja maakuntarajojen yli. Olemalla osa matkailureittiä tarjontasi ja palvelusi tulee osaksi isompaa kokonaisuutta, jonka vetovoima on yksittäistä kohdetta merkittävämpi. Omatoiminen matkailureitti voi olla kulttuuriteemainen, mutta teemaltaan myös yleisluontoisempi.
- Omatoiminen kiertomatkakokous koostuu onnistuneesta teemoituksesta, jossa inspiraatio syntyy elämyksellisestä kuvauksesta ja visuaalisesta sisällöstä.
- Omatoimimatkailija tarvitsee hyvän reitti-informaation: yleiset reittitiedot sekä tiedot reitin kulusta, saavutettavuudesta, kohteiden sijainnista, aukioloajoista, yhteystiedoista ja ohjeispalvelujen saatavuudesta. Informaation tulee olla digitaalisesti helposti löydettävää, vähintään suomeksi ja englanniksi.
- Kulttuuriteemaisilla matkailureiteillä on mahdollisuus hyödyntää Euroopan neuvoston kulttuurireittikonseptia kestävän kulttuurimatkailun edistämiseksi. Euroopan neuvoston kulttuurireitti -sertifikaatti myönnetään hakemuksesta reiteille, joilla on vähintään kolmelle maalle yhteinen Euroopan kulttuuriin, kulttuuriperintöön, traditioihin tai maisemaan liittyvä teema.

[Tutustu kulttuurimatkailureittioppaaseen](#)

[Euroopan neuvoston kulttuurireitit](#)



Kuva: Serlachius Museums



# Kestävä kehitys

Kestävä kehitys on kehitystä, ”joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa” (Brundtland 1987). Kestävä matkailu huomioi nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosio-kulttuuriset ja ympäristölliset vaikutukset siten, että matkailijoiden, matkailuyritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeet on huomioitu nyt ja tulevaisuudessa.

Matkailijoille tärkeimpiä kestävyden osoituksia matkailupalveluissa ovat mm. vesi- ja energiatehokkuus, jätehuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallinen työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen ja paikallisen väestön huomioiminen.

Kulttuurimatkailun osalta tärkeää on kiinnittää huomiota erityisesti sosio-kulttuuriseen kestävyteen. Se tarkoittaa paikallisten palveluiden käyttämistä ja paikallisyhteisöjen huomioimista, kulttuuriperinnön säilyttämistä ja suojelemista, alueen kantokyvyn huomioimista, inklusiivisuutta, yhteiskuntavastuuta ja toiminnan eettisyyttä.

Yritys viestii asiakkaille vastuullisuudesta ja pyrkii näin saamaan heidät toimimaan vastuullisemmin.

- Vaali ja suojele paikallista kulttuuriperintöä sen ylläpitämiseksi tuleville sukupolville.

## Linkit

### VASTUULLISUUS JA KESTÄVYYS

[Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään.](#)

[Vastuullisen matkailuyrityksen käsikirja. Visit Finland.](#)

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

[Sustainable Travel Finland -sivut](#)

[Saamelaismatkailun eettiset ohjeet](#)

[Elävä perintö ja kestävä kehityksen kompassi](#)

### KANSAINVÄLISTYMINEN

[Tunne asiakkaasi -kohderyhmäopas](#)

[Matkailualan kansainvälistymisopas e-learning 2019](#)

- Kunnioita paikallista elämäntapaa ja kulttuuria. Huolehdi aidon ja totuudenmukaisen tuotteen ja mielikuvan tuottamisesta ja levittämisestä.
- Edistä paikallisyhteisön elinvoimaisuutta ja toimi tiiviissä vuorovaikutuksessa paikallisten kanssa.
- Huolehdi kohteesi kantokyvystä.
- Turvaa matkailun ulkopuolisen väestön kulttuurikäytännöt ja perinteet, joista hyvänä esimerkkinä on Saamelaismatkailun eettiset ohjeet.
- Kerro matkailijalle, miten hän voi toimia vastuullisesti kohteessasi.
- Luo hyvinvointia ympäröivälle yhteisölle. Käytä paikallista työvoimaa, palveluita ja tuotteita (lähiruoka). Huomioi perinteisten elinkeinojen ja matkailun tarpeiden yhteen sovittaminen, esim. maankäyttö.
- Suunnittele ja luo kulttuurimatkailupalvelut yhteistyössä kulttuurin ja matkailun välillä siten, että se tuottaa lisätuloja ja hyvinvointia molemmille osapuolille.
- Huomioi henkilöstön ja asiakkaiden kohtaamisissa ja kohtelemisessa tasavertaisuus, tasa-arvoisuus ja esteettömyys.
- Muista viestintä ja asiakkaan näkökulma. Varmista, että paikallisuus, paikalliskulttuuri ja suomalaisuus näkyvät markkinoinnissasi totuudenmukaisesti.
- Käy allekirjoittamassa [Sustainable Finland Pledge](#) eli vastuullisen matkailun sitoumus.

[Kansainvälistymisopas 2019](#)

[Kansainvälisten myyntitapahtumien ABC](#)

[Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit 2021](#)

### DIGITAALISUUS

[Matkailuyrityksen digiloikan ABC](#)

[Matkailuyrityksen digiloikan ABC e-learning](#)

[Taustaselvitys Suomessa matkailualalla käytetyistä varausjärjestelmistä](#)

[Digitaalisten kanavien ABC](#)



Kuva: Niko Laurila

“Elämykset kulttuurisisäلتöisissä  
matkailupalveluissa syntyvät kohtaamisista.  
Itsensä kohtaamisesta, toisten kohtaamisesta.  
Paikallisuuden ja kansainvälisyyden kohtaamisesta.  
Globaalin ja lokaalin kohtaamisesta.  
Yhdessä tekemisen, uuden oppimisen ja uusien  
oivallusten kautta.”

[visitfinland.fi](http://visitfinland.fi)



Visit Finland