



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



LOPPURAPORTTI

Matkailuliidejä Keski-Karjalaan-hanke
1.3.2018-31.12.2019

Laatinut
Hanna Korf
Matkailuasiantuntija
Keti Oy



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



1 Toteuttajan nimi

Keski-Karjalan Kehitysyhtiö Oy

2 Hankkeen nimi ja hanketunnus

Matkailuliidejä Keski-Karjalaan, hankenumero 62596

3 Yhteenveto hankkeesta

Matkailuliidejä Keski-Karjalaan -hanke syntyi tarpeesta reagoida seutukunnassa Pohjois-Karjalan matkailumarkkinoinnista ja matkailun kehittämisestä vastaavan Karelia Expertin toimintatavan muutokseen. Muutoksessa alueorganisaatio irtaantui matkailupalveluiden ja markkinointimateriaalin tuottamisesta alueen matkailijoille ja pakotti kunnat ja yritykset järjestäytymään uudelleen kyseisissä toiminnoissa. Tässä uudessa tilanteessa koettiin tärkeäksi synnyttää hanke, jolla Keski-Karjalan matkailutoimijoita ja kuntia saadaan tekemään vahvemmin yhteistyötä ja kehittämään palvelujaan matkailun osalta, sekä samalla voidaan organisoida alueen matkailun toimintaympäristöä.

Hankkeen toiminta-alueena oli Keski-Karjalan kunnat. Hankkeen pääkohderyhminä olivat seudun matkailu- ja palvelualan yritykset sekä kolmannen sektorin toimijat, esimerkiksi yhdistykset, jotka halusivat yhdessä suunnitella ja luoda tuotteita ja palveluja matkailijoille.

Hankkeessa edistettiin alueen toimijoiden verkostoitumista ja sitä kautta tuotekehittämistä ja uusien, innovatiivisten matkailutuotteiden ja tuotepakettien syntyä alueelle. Tuotekehittämisen lisäksi hankkeessa edistettiin alueen toimijoiden markkinointi- ja viestintäosaamista, jolla nostettiin valmiuksia markkinoida kehitettyjä tuotteita. Hankkeen tarkoituksena oli myös luoda matkailun toimintamalli alueelle, huomioiden uusi toimintaympäristö ja hankkeesta saadut kokemukset.

Hankkeella onnistuttiin saattamaan toimijoita yhteen ja lisäämään verkostoitumista, sekä rohkaisemaan toimijoita matkailupalveluiden kehittämiseen alueella. Toimintaa matkailun parissa saatiin ammattimaistettua tuotteistamisen ja markkinoinnin kehittämisellä ja toimijoiden käyttöön luotiin yhteisiä työkaluja. Keski-Karjalan alue osana Pohjois-Karjalan matkailuverkostoa vahvistui. Toimintamalliksi esitettiin ja hyväksyttiin matkailukoordinaattorin toimen luonti Keski-Karjalan alueelle kolme vuoden kokeiluna vuodesta 2020 alkaen, jolla matkailun kehittämistä voidaan jatkaa myös hankkeen jälkeen koordinoitusti.

4 Raportti

4.1. Hankkeen tavoitteet

a. Ylemmän tason tavoitteet

Hanke vastasi Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelman seuraaviin tavoitteisiin:

- 1) Hankkeella lisätään osaamista, tiedonvälitystä ja yhteistyötä maaseudulla.
- 2) Myös maaseudun yritystoiminta monipuolistuu ja työllisyys ja palvelut paranevat.

Keski-Karjalan maaseutustrategiasta "Rohkeasti eteenpäin!" hankkeen perusteluja voi hakea useammastakin tavoitteesta ja toimenpiteestä:

- 1) Vilkas yhdistystoiminta (kylien hyödyntäminen kehittämisessä ja yritystoiminnassa);
- 2) Rajaseudun rohkeat yrittäjät: yritysten tukeminen ja yritysten toimintaedellytysten tukeminen, uudet työpaikat ja uudet palvelut, yhteiset tuote- ja palvelupaketit; kulttuuri-, luonto- ja liikuntamatkailun edistäminen, jne.

b. Hankkeen tavoitteet

Hankkeen päätavoitteet oli jaettu viiteen osioon.

1. Matkailutarjonta

Tavoitteena oli lisätä ja nostaa Keski-Karjalan matkailutarjontaa houkuttelevaksi sekä kansalliseen että kansainväliseen markkinointiin ja myyntiin.

2. Verkostot

Tavoitteena oli rakentaa eri toimijoiden yhteistyöstä lisäarvoa tuottavia verkostoja. Seudulla on vielä paljon hyödyntämättömiä mahdollisuuksia esimerkiksi yritysten ja yhdistysten, harrastusryhmien tai muiden kolmannen sektorin toimijoiden yhteistyössä matkailutarjonnan kasvattamiseksi.

3. Tuotteet ja palvelut

Tavoitteena oli synnyttää uusia, innovatiivisia ja omaleimaisia matkailun tuote- ja ohjelmapaketteja yhdessä matkailuyritysten, kolmannen sektorin toimijoiden ja kylien kanssa.

4. Näkyvyys

Tavoitteena oli lisätä alueen matkailutoimijoiden viestinnällistä osaamista, koska omien tuotteiden ja palvelujen markkinointi ja näkyvyys netissä ja erityisesti eri somen kanavissa korostuu entisestään.

5. Toimintamalli

Tavoitteena oli luoda seudullinen toimintamalli matkailutoimijoiden yhteistyöhön sekä palvelujen ja tuotteiden kehittämiseen.

Tavoitteena oli myös saada mukaan vähintään 25 eri toimijaa hankkeeseen, sekä synnyttää alueelle vähintään 2 yritysryhmähanketta.

4.2. Toteutus

Toimenpiteet

Toimenpiteet 1.3.2018-31.12.2018

Hanketyöntekijä aloitti 28.5.2018. Hankkeen aloitustilaisuus pidettiin kesäkuussa. Aloitustilaisuudessa ideoitiin toimijoiden sähköpostiryhmä, jonka hanketyöntekijä loi. Tätä on käytetty pääasiallisena tiedotusvälineenä. Hanketyöntekijä tapasi kesällä 40 hankkeesta kiinnostunutta toimijaa ja kartoitti halukkaat osallistujat. Samalla kartoitettiin alueen yleistä viireystilaa ja tarjontaa matkailussa. Joulukuun loppuun mennessä hankkeeseen oli sitoutunut 47 toimijaa.

Elo-syyskuussa järjestettiin Keski-Karjalan matkailutoimijat tutuksi -bussikiertue, jossa käytiin tutustumassa hankkeeseen siihen mennessä sitoutuneisiin toimijoihin. Kierroksia oli yhteensä neljä, yksi jokaista paikkakuntaa kohden. Bussikiirroksille osallistui keskimäärin 17 henkilöä per kierros.

Kesällä käytyjen toimijakeskustelujen perusteella elokuussa kutsulle koottiin Keski-Karjalan korkeatasoisten mökkien omistajat verkostoitumistapaamiseen. Paikalla oli 4 toimijaa.

Hankkeen ja matkailutoimijoiden yhteisständi nähtiin Kiteen iltalento-tapahtumassa yrittäjien aloitteesta syyskuussa. Syyskuussa järjestettiin myös Tarinoista voimaa palveluihin -työpaja, jossa osallistujat suunnittelivat oman liiketoimintansa ydintarinaa tarinallistamisen keinoin. Tarinallistaminen on palvelumuotoilua, jonka avulla yrittäjä voi määrittää mm. kohderyhmiään, tilasuunnittelua ja markkinointia. Tilaisuuteen osallistui 27 henkilöä.

Hanke järjesti syyskuussa myös yhteistyössä ProYritys-, Kasvua pellosto-, Vastuullista proteiinia pöytään,- Green Care GREEN KARELIA-hankkeiden kanssa opintomatkan Saimaan ympäri. Opintomatkalle osallistui 16 henkilöä, Matkailuliidejä-hankkeesta osallistujia oli 7 henkilöä. Matkalla tutustuttiin erilaisiin maaseutumatkailu- ja alkutuotantokohteisiin. Osallistujat pääsivät myös verkostoitumaan muiden pohjoiskarjalaisten yrittäjien ja hankkeiden kanssa. Opintomatkasta on tehty erillinen raportti

Lokakuussa järjestettiin hankkeen oma verkostoitumis- ja opintomatka Posiolle ja Iso-Syötteelle. Opintomatkalle osallistui 24 henkilöä. Opintomatkasta on tehty erillinen raportti.

Marraskuussa toimijoiden toiveiden perusteella järjestettiin Kesälahden matkailutoimijoiden kokoontuminen. Paikalla oli 6 toimijaa.

Yritystreffi-konseptin suunnittelua varten toimijoille tehtiin marraskuussa kysely siitä, millaisia yhteistilaisuuksia alueelle toivotaan. Tämän perusteella suunniteltiin yritystreffikonseptin toteutusta vuoden 2019 aikana. Kyselyyn saatiin 18 vastausta, vastauksia voidaan pitää suuntaa antavina ja ne antoivat arvokasta tietoa mihin suuntaan yhteisiä verkostoitumistilaisuuksia pitäisi viedä. Kantavina teemoina toisiin tutustuminen, tiedon vaihto ja yhteistyön suunnittelua. Yritystreffikonseptiksi muodostettiin säännölliset iltakahvi-tapaamiset, joissa käydään läpi toiminnallisesti ja osallistaen alueen matkailun kehittämiseen liittyviä teemoja.

Marras-joulukuussa hanke järjesti tuotteistamistyöpajat. Ensimmäisessä työpajassa käytiin läpi idean jalostamista tuotteeksi. Toinen työpaja keskittyi tuotteen jalostamiseen, ja kolmannessa työpajassa käytiin läpi hinnoittelua ja markkinointia. Ensimmäiseen työpajaan osallistui 23 henkilöä, toiseen 21 henkilöä ja kolmanteen 17 henkilöä.

Yllämainittujen toimenpiteiden lisäksi hanketyöntekijä on edistänyt alueen verkostoitumista ja tunnettuuden lisäämistä koko maakunnan laajuudelta sekä maakunnan ulkopuolelta mm. erilaisissa matkailun yhteistilaisuuksissa ja kokouksissa.

Toimenpiteet 1.1.2019-31.6.2019

Tammikuussa 2019 hanke järjesti 3 tuotteistamisklinikkaa jatkona viime vuoden loppupuolen tuotteistamistyöpajoille. Klinikkoissa käytiin läpi tarkemmin tuotekorttien sisältövaatimuksia ja opastettiin toimijoita omien tuotekorttien kirjoittamiseen ”kädestä pitäen”. Osallistujia oli Kiteellä 5, Kesälahdella 4 ja Rääkkylässä 9. Tohmajärven tilaisuus peruttiin vähäisen osanottajamäärän vuoksi.

Hanketyöntekijä kokousti tammikuussa Muljulan erä- ja riistapolun kehittämisestä kyläyhdistyksen ja Kiteen kaupungin kanssa. Reitin hyödyntämisestä paremmin matkailukäytössä oltiin yhtä mieltä siitä, että reitin opasteet tarvitsevat akuuttia kunnostamista. Kokouksen perusteella hanketyöntekijä aloitti yhteistyössä kyläyhdistyksen kanssa selvitystyön kunnostushankkeen aloittamiseen. Investointihanketta valmisteltiin kesäkuun alkuun saakka, mutta hakemusta ei jätetty. Todettiin, että kyläyhdistyksen resurssit eivät riitä hankkeen toteuttamiseen. Hankkeen valmistelu ohjattiin kaupungille selvitettäväksi kaupungin omana investointihankkeena.

Hanketyöntekijä oli myös mukana aktiivisesti Tour de Karelianpolut -maastopyöräilytapahtuman järjestämisessä. Karelianpolut-reittikonaisuus Keski-Karjalassa on uusi monikäyttöreitistö, joka tuo vetovoimaa alueelle luontomatkailuun sekä maastopyörä- ja polkujuoksu-harrastajille. Tapahtuma oli pilottikokeilu uudenlaisesta kisakonseptista Suomessa. Tapahtumaan osallistui 100 kilpailijaa ja herätti kiinnostusta Keski-Karjalaan maastopyöräilykohteena. Haasteita tapahtuman markkinointiin majoitustarjouksilla toi uusi matkailulainsäädäntö paketoinnista. Tapahtumien yhteydessä

markkinoitavia majoitustarjouksista voidaan pitää kuluttajavastuullisena tahona kisajärjestäjää. Tämän johdosta suoraa kytköstä majoitustarjouksiin kisaan ei tehty.

9.1. järjestettiin matkailun tulevaisuusseminaari Keski-Karjalassa. Tilaisuudella haluttiin tuoda esille matkailun nykytilaa ja luoda pohjaa keskustelulle alueellisesta toimintamallista. Tilaisuuteen osallistui 80 henkilöä.

Hanketyöntekijä oli myöskin mukana LUKE:n Puhoksen matkailupotentiaalin selvityshankkeessa yhteyshenkilönä ja Keski-Karjalan matkailukentän asiantuntijan roolissa. Hankkeessa kartoitetaan Puhoksen alueen matkailupotentiaalia ja kehityssuuntia. Selvitys valmistuu vuoden 2019 aikana.

Yhteistyössä BioDigi-hankkeen kanssa järjestettiin 17.1. työpaja Miten luon toimivat verkkosivut. Tilaisuuteen osallistui 21 henkilöä.

29.1. järjestettiin matkailun iltakahvit, jossa käytiin läpi ajankohtaisia asioita sekä ideoitiin viikko-ohjelmaa. Tilaisuus toteutettiin syksyllä toteutetun yritystreffi-konseptin kyselyn vastausten pohjalta. Tilaisuuteen osallistui 10 henkilöä. Iltakahveille sovitun perusteella hanketyöntekijä aloitti seudullisen viikko-ohjelman kokoamisen kesää 2019 varten. Viikko-ohjelma julkaistiin maaliskuussa. Hanketyöntekijä osallistui helmi-maaliskuussa alueellisen Kirkas-matkailulehden tekoon.

21.2. järjestettiin yhteistyössä BioDigi-hankkeen kanssa tilaisuus verkkojalanjäljen lisäämisestä. Tilaisuuteen osallistui 18 henkilöä.

28.2. järjestettiin tilaisuus Matkailun oikeudelliset asiat. Tilaisuuteen osallistui 14 henkilöä.

14.3. järjestettiin Instagram 1 -työpaja yhteistyössä BioDigi-hankkeen kanssa. Tilaisuuteen osallistui 30 henkilöä.

8.4. järjestettiin matkailun iltakahvit -tilaisuus, jossa käytiin läpi matkailun toimintamallia ja toimijoiden toiveita avoimena keskusteluna. Tilaisuuteen osallistui 13 henkilöä.

Hanke toteutti huhtikuussa yhteistyössä Karelia AMK:n restonomilinjan kanssa palvelumuotoilun opintojakson, jossa hankkeen osallistujille tarjottiin mahdollisuutta opiskelijoita apua palveluiden kehittämisessä palvelumuotoilun keinoin. Opintojaksolta toteutettiin erilliset raportit.

Hanketyöntekijä osallistui 12.-14.4. Tampereella Kotimaan matkailumessuille ja edusti Keski-Karjalaa Pohjois-Karjalan osastolla. Messuosastolla koemarkkinoitiin Keski-Karjalan viikko-ohjelmaa ja se sai hyvän vastaanoton.

29.4. järjestettiin Instagram 2 -koulutus yhteistyössä BioDigi-hankkeen kanssa. Tilaisuuteen osallistui 10 henkilöä.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Toukokuussa järjestettiin yhteistyössä BioDigi-hankkeen kanssa kaksi koulutustilaisuutta YouTube:n käytöstä markkinoinnissa. Molempiin tilaisuuksiin osallistui 14 henkilöä.

Hanketyöntekijä valmisteli kevään aikana matkailun toimintamallin esityksen hankkeen jälkeiselle ajalle hankkeen aikana saatujen kokemusten ja eri toimijoiden kanssa käytyjen keskustelujen perusteella. Rahoitusta todettiin tarvittavan kunnista, joten ensi vuoden budjettien valmistelua varten katsottiin tärkeäksi saattaa toimenpide mahdollisimman valmiiksi jo ennen syksyä. Valmistelun jälkeen toimintamallia esiteltiin asianosaisille ja täydennettiin tarvittaessa. Toimintamalliksi esitettiin matkailukoordinaattorin palkkaamista alueelle kolmen vuoden kokeiluna Keti Oy:n toimesta. Toimintamallin rahoitus hyväksyttiin kaikkien Keski-Karjalan kuntien toimesta kesäkuun 2019 aikana.

Tuotteistetuista palveluista järjestettiin maaliskuussa haku tuotetestauksiin hankkeen osallistujille. Hakemusten perusteella tuotetestauksiin valittiin 6 tuotetta ja testaus suunniteltiin toteutettavaksi pääosin kesä-heinäkuun aikana. Testaajiksi järjestettiin myös avoin haku, mukaan ilmoittautui yht. 10 henkilöä. Testaukset toteutetaan kesä-lokakuun aikana. Julkiset raportit tuotetestauksista julkaistiin hankkeen verkkosivulla ja sosiaalisessa mediassa.

Yllämainittujen toimenpiteiden lisäksi hanketyöntekijä on edistänyt alueen verkostoitumista ja tunnettuuden lisäämistä koko maakunnan laajuudelta sekä maakunnan ulkopuolelta mm. erilaisissa matkailun yhteistilaisuuksissa ja kokouksissa.

Toimenpiteet 1.7.2019-30.11.2019

Kesäsesongin aikana hankkeessa toteutettiin tuotetestauksia tuotteista, joita toimijat olivat talven ja kevään aikana kehittäneet. Tuotetestaukset toteutettiin loppujen lopuksi viidestä tuotteesta. Tuotetestauksista on tehty erilliset raportit. Tuotetestauksissa testaajina toimi suomalaisia kohderyhmien asiakkaita. Testauksissa arvioitiin tuotteen operatiivista toimivuutta, asiakaslähtöisyyttä ja palvelulupausta. Testauksissa korostui tuotteiden asiakaslähtöisyys ja laatuvaatimukset.

Elokuussa järjestettiin matkailun syysstartti -tilaisuus, jossa koottiin alueen toimijat yhteen kuulemaan toimintamallista, vaihtamaan kesän kokemukset, ja kuulemaan yritysryhmähankkeista. Tilaisuudessa toimijat kartoittivat yhteisiä tavoitteita, joihin yritysryhmähankkeella voitaisiin vastata. Tilaisuuteen osallistui 18 henkilöä.

Syysstartti-tilaisuudessa koottujen tavoitteiden perusteella hanketyöntekijä ryhtyi selvittämään yritysryhmähankkeen toteuttamista. Annettujen tavoitteiden perusteella todettiin, että yritysryhmähanke ei ole sopivin toimintatapa edistää tavoitetta alueen yhteisestä verkkosivusta ja tapahtumakalenterista, mikäli toimijoita halutaan sitouttaa siihen laajalla rintamalla. Hankeaiho



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



muovautui EAKR-hankkeeksi, jonka hankehakemuksen hanketyöntekijä valmisteli. Hakemus jätettiin lokakuussa ja se on osa tulevaa matkailun toimintamallin tavoitteiden toteuttamista.

Tuotteistamista haluttiin edistää vielä järjestämällä verkostotuotteiden tuotteistamistyöpajat. Yhteistuotteiden kehittämiseen tarkoitettut työpajat kilpailutettiin, ja ne järjestettiin 5.9., 30.9. ja 23.10. Tilaisuuksiin osallistui 14 henkilöä ja niissä tuotteistettiin 6 tuotekokonaisuutta.

Matkailun sähköisistä jakelukanavista järjestettiin valmennus 11.9. Tilaisuuteen osallistui 8 henkilöä.

Lokakuussa hanke järjesti toimijoille opinto- ja verkostoitumismatkan Venäjän Sortavalaan. Matkalle osallistui 16 henkilöä. Matkasta on tehty erillinen raportti.

Hanketyöntekijä myös valmisteli ja käynnisti matkailun toimintamallin mukaisesti matkailukoordinaattorin rekrytointiprosessin. Matkailukoordinaattori valittiin marraskuun aikana.

Hankkeen loppukoontitilaisuus pidettiin 20.11. Tilaisuuteen osallistui 28 henkilöä.

Yllämainittujen toimenpiteiden lisäksi hanketyöntekijä edisti alueen verkostoitumista ja tunnettuuden lisäämistä koko maakunnan laajuudelta sekä maakunnan ulkopuolelta mm. erilaisissa matkailun yhteistilaisuuksissa ja kokouksissa.

Hanketyöntekijä konsultoi myös syksyn aikana Pohjois-Karjalan muita matkailualueita sekä Etelä-Savossa käynnissä olevaa yritysryhmähanketta hankkeen tuloksista ja toimenpiteistä. Hanke ja sen yhteistyötä edistävät toimintamallit ovat herättäneet kiinnostusta ja Keski-Karjalan positiivinen viire on havaittu maakunnan matkailukentällä. Vastaavanlaisia hankkeita ollaan käynnistämässä ainakin Outokummussa ja Ilomantsissa.

Viestintä ja tiedottaminen

Hankkeelle luotiin oma Facebook-ryhmä, jota käytettiin aktiivisesti viestimään hankkeen toimenpiteistä ja hankkeen teemoihin liittyvistä ilmiöistä. Hankkeen tapahtumista viestittiin myös Ketin omalla Facebook-sivulla. Hankkeella oli oma sivunsa Ketin verkkosivuilla, jossa julkaistiin hankkeen aikana tehdyt raportit. Toimijoille hankkeen materiaalit toimitettiin Google Drive:n linkin kautta ja ne jäivät käyttöön myös hankkeen jälkeen. Hankkeen aloitustilaisuudessa ideoitiin google-sähköpostitusryhmä, jonka avulla kaikki ryhmässä olevat toimijat voivat viestittää omista tapahtumistaan, rekrytointitarpeista ja muihin matkailuun liittyvistä ajankohtaisista asioista. Ryhmä otettiin aktiiviseen käyttöön hankkeen toimenpiteistä ja matkailun ajankohtaisista asioista viestimiseen. Hanketyöntekijä lähetti ryhmän kautta viikottaisen matkailun ajankohtaiset - uutiskirjeen. Hankkeen loppuun mennessä sähköpostiryhmään oli kerääntynyt 90 osoitetta.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Hankkeesta ja sen toimenpiteistä uutisoitiin paikallislehdissä koko hankkeen ajan yhteensä 23 lehtiartikkelia. Hankkeesta tehtiin myös TV-juttu YLE:n paikallisuutisiin. Hankkeeseen liittyen julkaistiin myös 6 blogiartikkelia Keski-Karjala myötäisessä -seutublogissa.

Aikataulu

Hanketta toteutettiin 1.3.2018-31.12.2019.

Hankkeen alkuperäinen toteutusaika oli 1.3.2018-31.8.2019. Hanketyöntekijä aloitti työnsä kuitenkin vasta toukokuun lopussa, jonka johdosta hankkeen alku viivästyi 3 kuukautta. Muutoshakemuksella hankkeen toteutusaikaa pidennettiin 31.12.2019 saakka. Hankkeelle haettiin myös muutosta kesäkuussa 2019, jolloin lisättiin opintomatkan toteuttaminen Sortavalaan osaksi hankkeen loppuajan toimenpiteitä.

Hankkeen kokonaiskesto oli verrattain lyhyt hankkeen laajoihin tavoitteisiin nähden. Etenkin tuotteistamisessa ja yhteistyön syventämisessä pidemmällä toteuttamisajalla olisi saatu enemmän tuloksia. Aikataulua rajoittivat myös matkailun sesongit. Käytännössä kesä-elokuun välillä tilaisuuksia ei voitu toteuttaa, sillä toimijoilla ei olisi ollut aikaa niihin osallistumiseen.

Toteutuksen organisaatio ja resurssit

Hankkeen toteutuksesta ja hallinnoinnista vastasi Keski-Karjalan Kehitysyhtiö Keti Oy. Hanketta toteutti hankkeeseen palkattu kokoaikainen matkailuasiantuntija Hanna Korf.

Hankkeella oli myös Keski-Karjalan kuntien edustajista, yrittäjistä ja yhdistyedustajista koostuva ohjausryhmä, joka kokoontui säännöllisesti hankkeen aikana. Ohjausryhmään kuuluivat:

Satu Juntunen, johdon sihteeri, Kiteen kaupunki

Raita Joutsensaari, kehityssihteeri, Rääkkylän kunta

Liisa Laasonen/Anniina Kontiokorpi, kehityspäällikkö, Tohmajärven kunta

Pasi Immonen, yrittäjä, Karjalan Helmi

Jani Martikainen, yrittäjä, Karelia Active Outdoor

Marjaleena Malinen, puheenjohtaja, Sovintola-yhdistys ry.

Kirsi Koskelo, yrittäjä, Koskelon lomamökit

Maare Karjalainen, toiminnanjohtaja, Jetina ry (varajäsen Ritva Rönkä, hankeneuvoja)

Suvi Spoo, seutumarkkinoija, Keti Oy

Ohjausryhmään kuului aluksi myös yrittäjä Auli Kauppinen. Hankkeen aikana Kauppinen jättäytyi pois yrittäjän tehtävistä, jolloin tilalle ohjausryhmän jäseneksi kutsuttiin Sovintola-Yhdistyksen Marjaleena Malinen.

Kustannukset ja rahoitus

Hanke toteutui annetun budjetin raameissa.

KUSTANNUKSET	Budjetti	Toteuma	%
1 Palkkakustannukset	70 250	70 251	100
2 Ostopalvelut	32 890	29 473	90
6 Flatrate 24%	16 860	16 860	100
Yhteensä	120 000	116 584	97

RAHOITUS	Budjetti	Toteuma	%
Leader-rahoitus 60 %	72 000	69 950	97
Keti 28 %	33 600	32 734	97
Yrityusrahoitus 12%	14 400	13 900	97

Raportointi ja seuranta

Hanketyöntekijä raportoi viikoittain toimenpiteistä toimitusjohtajalle. Hankkeella oli ohjausryhmä, joka ohjasi ja arvioi hankkeen toteutusta kokouksissaan.

Jokaisesta toimenpidokokonaisuudesta pyydettiin osallistujilta palautetta kirjallisesti tai suullisesti. Osallistujat vastasivat myös hankkeen väliarviointiin vuoden viimeisen työpajan yhteydessä. Hankkeesta tehtiin myös loppukysely osallistujille hankkeen lopussa, jolla kartoitettiin hankkeen tuloksia.

Hankkeesta on myös raportoitu maksatushakemuksien yhteydessä.

Toteutusoletukset ja riskit

Hankkeen suurimpana riskinä ennen aloittamista nähtiin paikallisten yritysten passiivisuus toimialan ja oman toimintansa kehittämisessä, sekä yleinen yhteistyöhaluttomuus ja -kyvyttömyys, jotta yhteistyönä syntyisi vetovoimaisia paketteja. Jarruksi kehittämisen edistämiseen määriteltiin yrittäjien korkeahko ikä ja investointien puute, sekä kolmannen sektorin haluttomuus ”ammattimaistaa” omia palvelujaan matkailijoita palveleviksi. Kaikki edellä mainitut riskit pystyttiin identifioimaan hankkeen toteutusaikana, joten ne olivat hyvin realistiset.

Hankkeeseen saatiin mukaan 52 toimijaa, kun alkuperäinen tavoite oli 25. Toimijoita saatiin mukaan yli odotusten. Mukaan lähteminen ei kuitenkaan vielä tarkoita sitoutumista yhteistyöhön. Aktiivinen ryhmä hankkeen osallistujiksi koostui n. 20 hengen ryhmästä. Sitoutumattomuus voidaan edelleen nähdä suurimpana riskinä tuotteistamisen ja luotujen tuotepakettien jatkotyöstössä. Matkailuala



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



toimialana vaatii pitkäjänteistä työtä ja sitoutumista yhteistyöhön, ja mikäli yhteistuotteissa jokin toimija ei tähän sitoudu, vie se pohjan koko tuotteelta.

Korkeahko ikä ja sen kautta tuleva ajattelu yrityksen myynnistä tai alasajosta oli haaste joidenkin kokoaikaisten matkailutoimijoiden kohdalla. Isoin haaste iäkkäässä toimijakannassa on kuitenkin syvälle juurtuneet toimintatavat ja sitä kautta vähäinen reagointi matkailualan muutoksiin ja uusien toimintatapojen hakemiseen.

Haluttomuus investoida yrityksen kehittämiseen rahallisesti nousi odotetusti kehittämisen haasteeksi. Kehittämistä voitiin kyllä tehdä, mutta eurojen laittaminen siihen oli haasteellista. Syynä voi olla yrityksen huono kannattavuus, tai että yrityksen matkailuun liittyvä osa-alue on sivutoimista, jolloin sitä ei nähdä yrityksen kehittämisen kannalta tärkeänä osa-alueena. Myös yhdistyksillä rahallinen panostus kehittämistoimiin on haasteellista, useimmiten johtuen yhdistyksen tiukasta taloustilanteesta.

Riski kolmannen sektorin toimijoiden haluttomuudesta ammattimaistaa omia palvelujaan matkailijoille jarrutti yhteistyötä yrittäjien ja yhdistysten välillä jonkin verran. Usein harrasteryhmien toimintatavat eivät palvele matkailualan vaatimuksia esimerkiksi ennakoivaan palvelusuunnitteluun. Kolmannen sektorin toimijoiden ymmärryksen lisäämisellä matkailualasta on hankkeen aikana koitettu pienentää tätä riskiä. Useissa yhdistyksissä myös aktiivinen toimijajoukko oli hyvin pieni, jolloin hankkeeseen aktiivinen osallistuminen ja sitä kautta verkostoituminen jäi muiden hoidettavien asioiden varjoon.

Merkittävä haaste hankkeen aikana kehittämiseen oli matkailun sivutoimisuus monella yrittäjällä, jonka takia kasvua toimiin ei haeta aktiivisesti ja matkailualan näkeminen oikeana liiketoimintana, vaikkakin sivutoimisena, on heikkoa. Kokoaikaisia matkailuyrittäjiä, jotka aktiivisesti haluavat kehittää edellytyksiä liiketoiminnan kannattavuuteen, on alueella vähän. Koulutuksilla on yritetty lisätä toimijoiden ymmärrystä alasta varteenotettavana liiketoiminnan alana ja sitä kautta lisätä kiinnostusta kasvuun.

Uudeksi haasteeksi hankkeessa nousi myös toimijoiden hyvin erilaiset lähtökohdat toiminnan kehittämiseen, joka heijastui tuotteistettavien tuotteiden ja tuotepakettien luomiseen. Sesonkituotteita ei voida luoda, ellei joukosta löydy toimijoita joita juuri tämän tuotteen luominen osaksi omaa toimintaansa kiinnostaa. Etenkin talvituotteiden kehittämisessä talvella aktiivisten toimijoiden vähäinen määrä on haaste.

4.3 Yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppaneina ovat olleet Kiteen kaupunki, Rääkkylän kunta, Tohmajärven kunta, Karelia Expert, Jetina ry, ProAgria, Taito Pohjois-Karjala ry, Karelian ammattikorkeakoulu, LUKE, sekä Keski-Karjalan alueen yritykset ja yhdistykset.

4.4 Tulokset ja vaikutukset

Verkostoituminen

Verkostoituminen ja yhteistyön lisääntyminen koettiin hankkeen onnistuneimmaksi anniksi. Hankkeen palautekyselyn perusteella toimijoiden mielestä hanke onnistui parhaiten juuri verkoston kehittämisessä ja yhteistyöhön opettamisessa. Toimijat ovat päässeet verkostoitumaan toistensa kanssa ja uusia tuttavuuksia on syntynyt. 13 toimijaa kertoi saaneensa hankkeen kautta uusia kontakteja ja verkostoja, jotka ovat tuottaneet lisäarvoa toimintaansa. Keski-Karjalan matkailualueen tuntemus toimijoilla on myös sitä kautta lisääntynyt.

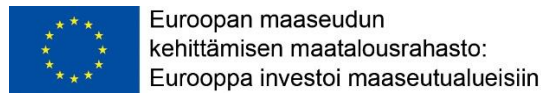
Verkostoitumisessa tärkeänä osana on arvojen kohtaaminen. Hedelmällisintä yhteistyötä saatiin aikaan niiden toimijoiden kanssa, jotka jakoivat samat arvot yritystoiminnassa ja samat tavoitteet. Eryteisesti yhdistysten ja yritysten yhdistäminen oli haasteellista, sillä yhdistyksissä toiminta yleensä pyörii ydintoiminnan ympärillä vapaaehtoisten voimin. Tämän takia esimerkiksi AIMO-aluetta ei hankkeen toimesta kehitetty matkailupuolella, sillä toimijoita ei saatu osallistumaan tilaisuuksiin.

Tuotteet ja palvelut, matkailutarjonta

Hanke onnistui innostamaan ja ennen kaikkea rohkaisemaan alueen toimijoita kehittämään matkailupalveluitaan. Yrittäjät ovat testanneet yhteistyötä ohjelmalveluissa, ja tuotteiden valmistajille uusia jälleenmyyntikanavia on syntynyt. Hankkeen aikana toimijoiden tieto tuotteistamisesta ja matkailualasta toimialana on lisääntynyt. Hankkeen loppukyselyyn vastanneista 13 toimijaa kertoi tuotteistaneensa yhtä tai useampaa uusia tai jo olemassa olevia tuotteita tai tuotepaketteja hankkeen aikana. Yhteistyönä luotiin myös Keski-Karjalan viikko-ohjelma kesälle 2019, jossa 22 kappaletta tuotteistettuja ohjelmalveluja päästiin tarjoamaan yksittäismatkailijoille. Viikko-ohjelmalle odotetaan jatkoa vuonna 2020.

Tuotteistamisen ja tuotekehityksen osalta hankkeen tavoitteet olivat hyvin laajat toteutusaikaan nähden. Tuotteistamisen suhteen numeerisia tavoitteita ei oltu määritelty etukäteen. Vaikka tuotteistamista tehtiin verrattain paljon, tuotteistettujen kokonaisuuksien myyntiin saattaminen ei realisoitunut vielä laajamittaisesti hankkeen toteutusaikana. Hedelmällisin tulos tuotteistamisessa olisi ollut alueen oma tuoteportfolio, jossa alueen valmiit tuotteet olisi koottu yhteen. Tähän saakka tuotteistamisessa ei kuitenkaan päästy. Portfolion toteuttamiseen ei ollut käytettävissä hankerahaa eikä se kuulunut hankesuunnitelmaan. Viikko-ohjelman koostamisella saatiin vietyä tätä asiaa osittain eteenpäin.

Tuotteistamisosuutta olisi saatu vaikuttavammaksi, jos olisi rajattu etukäteen 1-3 teemaa, ja etsitty niiden ympärille verkostot, joiden kanssa tuotteistamispolku käydään läpi pienryhmissä. Jo



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



pelkästään mökkituotteiden kehittämisestä ja tapahtumatuotteista olisi voinut järjestää aivan omat tuotteistamisvalmennukset. Koska nyt tarjottiin kaikille vähän kaikkea ja hankkeen osallistujia oli laaja kirjo, työpajoja ei pystytty kohdentamaan, jolloin niistä olisi saanut enemmän irti. Osiltaan tähän vaikutti se, että hanketoimija ei tuntenut toimijoita entuudestaan, eikä toimijoilla itsellään ollut selkeitä ulkoisesti näkyviä verkostoja ja tuotteistamistarvetta, joita he aktiivisesti veivät eteenpäin. Pidemmällä hankkeen toteutusajalla tuotteistamista olisi voitu vielä pidemmälle hankkeen resurssien avulla.

Näkyvyys

Hanke järjesti viestintään ja markkinointiin liittyen yhteensä 6 erillistä valmennustilaisuutta, jotka kattoivat laaja-alaisesti eri viestintäkanavien käyttöä osana matkailumarkkinointia. Hanke lisäsi toimijoiden osaamista markkinoinnin laaja-alaisuudesta ja ammattimaisti toimintaa myös markkinoinnin kehittämisessä. Hankkeen aikana usea toimija onkin uusiutunut ja päivittänyt verkkosivujaan ja aktivoitunut sosiaalisen median kanavissa. Hankkeen koulutusten kautta toimijat rohkaistuivat käyttämään etenkin sosiaalista mediaa aktiivisena osana markkinointiaan.

Toimintamalli

Matkailun toimintamallin luominen voitiin etukäteen määrittellä hankkeen yhdeksi suurimmaksi ja haasteellisimmaksi tavoitteeksi jatkon kannalta. Toimintamalli saatiin luotua ja se myös hyväksyttiin yksimielisesti sidosryhmissä. Hanke on pohjustanut matkailukoordinaattorin toimea luomalla verkoston Keski-Karjalan matkailutoiminnalle ja ottamalla käyttöön välineet verkoston ylläpitoon ja kehittämiseen. Koordinaattorin toimella hankkeesta saatuja toimintamalleja pystytään jatkamaan myös hankkeen loputtua. Koordinaattori tarjoaa etenkin markkinointiin ja Karelia Expertin toimintatavan muutokseen ratkaisun, jolla Keski-Karjalan matkailu ei ainakaan tipu maakunnallisen matkailun kehittämisen kyydistä vaan voi myös kehittyä itsenäisesti.

Iso saavutus on se, että matkailun keskustelua alueella on nostettu uudelle tasolle ja toimijoille on luotu puitteita toiminnan kehittämiseen. Tiedottaminen ja siten kartalla olo ajankohtaisista asioista matkailutoimijoiden välillä on lisääntynyt merkittävästi. Ammattimaisen matkailuasiantuntijan läsnäolo ja hyvien kouluttajien saanti alueelle on luonut aktiivisuutta matkailutoimijoihin ja edistänyt aitoa halua kehittää alueemme matkailua.

Hankkeen aloitustilaisuudessa luotu google-ryhmä on avannut viestintäkanavan alueen matkailutoimijoille ja sen sidosryhmille. Google-ryhmään on hankkeen loppuun mennessä liitetty 90 sähköpostiosoitetta. Hanke on ryhmäpostia käyttäen julkaissut lähes joka viikko uutiskirjeen, jossa tiedotetaan alueen matkailua koskettavista asioista ja hankkeen toimenpiteistä.

Hankkeen aikana alueelle ei saatu syntymään matkailun yritysryhmähankkeita. Yritysryhmähankkeet vaativat pieniltä toimijoilta verrattain suurta rahallista panostusta, johon ei usein olla valmiita. Lisäksi yritysryhmähankkeen toteutuminen vaatii vahvaa verkostoa, joka haluaa konkretisoida yhteistyötä lisää ja laittaa siihen euroja.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Hankkeen loppukyselyyn vastanneista toimijoista 52% antoi hankkeelle arvosanaksi erinomainen, ja 29% hyvä. Palautteissa kiiteltiin myös asiantuntijoiden hyvää tasoa.

5 Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Matkailuliidejä-hanke keskittyi vahvasti tuotekehittämiseen ja verkoston luomiseen. Hankkeessa ei toteutettu alueen markkinointia. Seuraavaksi tärkeimmäksi kehittämisalueeksi voi määrittää alueen markkinoinnin kehittämisen, jolla hankkeen aikana luotuja verkostoja ja yhteistyötä voidaan konkretisoida tuotteiden ja tuotepakettien myynnin edistämiseen. Alueelle tarvitaan oma matkailun brändi ja verkkosivut, joiden kautta alueen matkailullinen identiteetti voi kasvaa osana Lakeland-yhteistyötä.

Vastuullisuus ja digitalisaatio ovat matkailussa valtakunnallisesti tällä hetkellä isoja teemoja, joihin VisitFinlandin johdolla panostetaan myös aluekehityksessä. Keski-Karjalassa ei kummankaan asian suhteen olla edelläkävijöitä, tosin joissakin yksittäisissä yrityksissä kestävyys on tärkeä toimintaa ohjaava arvo. Kilpailukyvyyn lisäämiseen matkailussa alueen tuleekin seuraavaksi kiinnittää huomiota matkailupalveluiden verkkovarattavuuden edistämiseen. Jo hankkeen 1,5-vuotisen toteutusajan aikana digitalisaatio on muokannut matkailualaa yhä nopeammassa tahdissa. Vastuullisuus ja kestävyys ovat nopeasti nousseet pääteemoiksi kuluttajaviestinnässä, sen tulee näkyä myös matkailupalveluiden kehittämisessä.

Yritysten tulee jatkaa aktiivisesti tuotteistamista ja edistää tuotteidensa myyntiä proaktiivisesti. Tähän matkailukoordinaattori ja hankkeen aikana luodut toimintamallit ja yhteiset työkalut antavat hyvän tukirakenteen.

6 Allekirjoitukset ja päiväys

Kiteellä 3.12.2019

Hanna Korf
Matkailuasiantuntija
Keti Oy