

Asia: VN/6984/2021

Ehdotus kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartaksi

Lausunnonantajan lausunto

Mikä on näkemyksenne tiekartan tavoitteista ja toimenpiteistä yleisesti?

Teeman esille nostaminen matkailun vetovoimatekijänä tärkeä. Matkailun vastuullisuus nousee tiekartassa hyvin esille. Voisiko visio 2030 osalta asettaa enemmän kunnianhimoa, miten ja millä Suomi erottuu kansainvälisessä kilpailussa kulttuurimatkailun osalta. Tiekartassa olisi hyvä olla myös vahvempaa näkemystä tulevaisuuden osaajien kasvattamisesta; kulttuurimatkailu vaatii erityisosaamista ja näin myös yhteistyö kulttuurimatkailun osaajia tuottavien oppilaitosten kanssa olisi perusteltua mainita. Tärkeä on nostaa myös kulttuurimatkailun riittävä resurssointi ja allokointi niin kansallisesti kuin kansainvälisesti edustavien tahojen osalta uudelle tasolle ja tätä kautta ohjata ja vahvistaa kulttuurimatkailun kehittämistä. Mistä lisäresurssit vahvaan kulttuurimatkailun kehittämiseen siten, että ei ole pois jostain muusta.

Mikä on näkemyksenne tiekartan tavoitteista ja toimenpiteistä oman toimialanne tai toimintanne näkökulmasta?

Kohderyhmäkohtainen lähestyminen kulttuurimatkailussa hyvä. Kohderyhmäkohtaisessa lähestymisessä tulee kulttuurimatkailussakin huomioida oman alueen vahvuudet ja alueiden sekä eri teemojen välinen yhteistyö Suomen tasolla. Kulttuurimatkailun osalta, kuten muidenkin matkailun teemojen osalta, Lahden seutu noudattaa kohderyhmäkohtaista matkailupalveluiden muotoilua ja tuotteistamista. Lahden seutu tavoittelee mm. aitouden etsijöitä – matkustusmotiivina tutustuminen paikalliseen elämäntapaan. Kyseisen kohderyhmän osalta korostuu myös paikallinen ruokakulttuuri, design, arkkitehtuuri. Kulttuurin määritelmä on ymmärrettävä laajasti. Lahden seudun erityispiirteinä vahva urheilukulttuuri, tapahtumat ja urheilutapahtumaerityisosaaminen; mm. 100-vuotta kansainvälisiä urheilutapahtumia. Lahden uusi visuaalisten taiteiden museo MALVA on jo nyt saanut liikkeelle paljon uusia kohderyhmiä, jotka eivät ole aikaisemmin vierailleet seudulla. Kulttuuri on tärkeä myös kokouksille ja kongresseille vetovoimaisena oheispalveluna.

Kommenttinne luvusta 5.1

Matkailu on verkostolaji, jossa tärkeä on lähteä asiakkaan tarpeesta ja tuottaa yhteistyössä eri toimijoiden kesken vetovoimaisia palvelukokonaisuuksia. Jotta kulttuuripalveluiden osalta tulee synnyttää uusia matkailun ja kulttuuritoimijoiden välisiä rajapintoja ja verkostoja – tätä kautta syntyy uusia asioita ja uusia markkinoita. Uusien palvelukokonaisuuksien synnyttämisen osalta on

huomioitava myös perinteiset ja digitaaliset jakelukanavaratkaisut sekä vahva markkinointi- ja myyninedistäminen. Hyväkään tuote ei myy itseään. Kulttuurimatkailun koordinoinnin osalta eri ministeriöiden välinen yhteistyö keskeistä, koska eri ministeriöiden sitoutumista tarvitaan asian edistämiseen. Kulttuurimatkailussa, kuten matkailussa yleensä, kyse on elinkeinon edistämisestä (TEM) sekä maakuvasta (UM). Elinkeinojen edistämisen näkökulmasta kulttuurimatkailussa kansallisesti Business Finland/Visit Finlandin sekä alueellisten Visit-organisaatioiden rooli keskeinen. Huomioitava myös kulttuurimatkailun kehittämisen riittävä resurssointi ja hankkeistaminen.

Kommenttinne luvusta 5.2

Suomen tavoitteena on olla vastuullisen matkailun destinaatio vuonna 2025. Kulttuurimatkailu on entistä keskeisempi matkailun vetovoimateema ja luonnollisesti sen pitää olla yhdenmukaisesti osa Sustainable Travel Finland -ohjelmaa. Kulttuurimatkailutoimijoiden mukaan saaminen osaksi Visit Finlandin STF-ohjelmakokonaisuutta on keskeistä tulevana vuosina. Selvitettävä, kuinka hyvin nykyinen STF-ohjelma soveltuu kaikkiin kulttuurimatkailukäsitteen alle kuuluvien palveluiden auditointiin.

Kommenttinne luvusta 5.3

Kulttuurimatkailu on laaja käsite ja niin kotimaassa, kuin kansainvälisesti on tunnistettava kohderyhmä ja löydettävä matkailun kannalta vetovoimaiset palvelukokonaisuudet. Kohderyhmän tunnistaminen ja kohderyhmää kiinnostavan matkailupalvelukokonaisuuksien rakentaminen keskeistä. Matkailu- ja kulttuuritoimijoiden verkostojen synnyttäminen ja toimijoiden osaamisen vahvistaminen. Erityisesti kansainvälisesti tunnistettava Suomen ja Visit Finlandin matkailualueiden erilaistavat vetovoimatekijät.

Kommenttinne luvusta 5.4

Kansalliseen ja kansainväliseen matkailuliitännäisten kulttuuripalveluiden digitaalinen löytäminen tärkeä ja kulttuurimatkailua palvelevien alueen kulttuurivahvuuksiin perustuvien ekosysteemien/verkostojen syntyminen keskeistä. Huomioitava, että kulttuurimatkailupalveluista osa kohdistuu lähinnä kotimaan markkinoille, kuten kielitaitoa edellyttävät palvelut mm. teatterit ja merkittävä osa kansainvälisille markkinoille. Datahubin rooli erityisesti kansainvälisten palveluiden osalta keskeinen. Alueellisten Visit-organisaatioiden rooli merkittävä kulttuurimatkailun palveluiden kotimaa/kansainvälinen löytymisen osalta keskitetysti. Kulttuuripalveluita tuottavien toimijoiden digitaalisen osaamisen kasvattaminen merkittävässä roolissa ja uusien digitaalisten jakelu- ja viestintäkanavien tehokas käyttäminen. Huomioitava kulttuurimatkailupalveluiden merkitys myös keskeisenä MICE-matkailun vetovoimaisena oheispalveluna.

Kommenttinne luvusta 5.5

Kansainvälinen yhteistyö keskeistä. Lahden seudun osalta Euroopan ympäristöpääkaupunki sekä Visit Finlandin STF-ohjelma ja vastuullinen matkailu ovat tarjonneet merkittävän alustan eri matkailun osa-alueiden edistämiseksi kansainvälisesti ja Suomen tunnettuuden lisäämiseksi vastuullisena matkailukohteena. Salpausselkä UNESCO Global Geopark status yhdistää myös ainutlaatuisen luontomatkaileun kansallispuistojen ohella ja korostaa kulttuuriperinnön merkitystä.

Millaisena näette oman organisaationne tai edustamanne tahon roolin tiekartan toimenpiteiden toteuttamisessa?

Visit Lahti – Lakeland Finland (Lahden seutu – Lahti Region Oy) on maakunnallinen alueorganisaatio, joka tekee vahvaa ylimatekunnallista yhteistyötä Järvi-Suomen alueella. Alueorganisaationa matkailun markkinointi, myyninedistäminen sekä kehittäminen ja verkostojen ylläpito ovat yhtiön keskeiset toiminnot. Tässä roolissa kulttuurimatkailun ekosysteemin kansallisen ja kansainvälisen ekosysteemin koordinointi, markkinointi- ja myyninedistäminen digitaalisesti ja perinteisesti sekä yhteistyössä toimijoiden kanssa kulttuurimatkailun kehittäminen maakunnan matkailun vahvuuksien pohjalta.

Miten arvioisitte tiekartan toimenpiteiden vastuuttamista? Ovatko kaikki keskeiset toteuttajat kunkin toimenpiteen osalta tunnistettu? Mahdolliset toimenpidekohtaiset ehdotuksenne toteuttajien lisäämiseksi tai poistamiseksi?

Mahdollistajien roolitus keskeistä mm. maakuntaliitot, rahoittajat. Jos resursseja ei kansallisesti lisätä, mistä vähennetään resursseja matkailun markkinoinnin, kehittämisen ja myyninedistämisen osalta, kun teemoja ja kehitysalueita tulee lisää.

Aluekohtainen kulttuurimatkailun tiekartta on myös jatkossa tärkeä.

Mahdolliset muut tiekarttaehdotusta koskevat huomionne.

Kulttuurimatkailussa (kuten matkailussa yleisesti) on tunnistaa erityisesti kansainvälisesti, missä haluamme olla edelläkävijöitä. Vastuullinen kulttuurimatkailumaa. Lisäksi noudatetaanko kulttuurimatkailussa yleisesti Visit Finlandin kansallista aluejakoa, millä saisi kulttuurimatkailun sisältöön monipuolisuutta ja eri alueiden vahvuudet esille.

Forsman Raija
Visit Lahti