



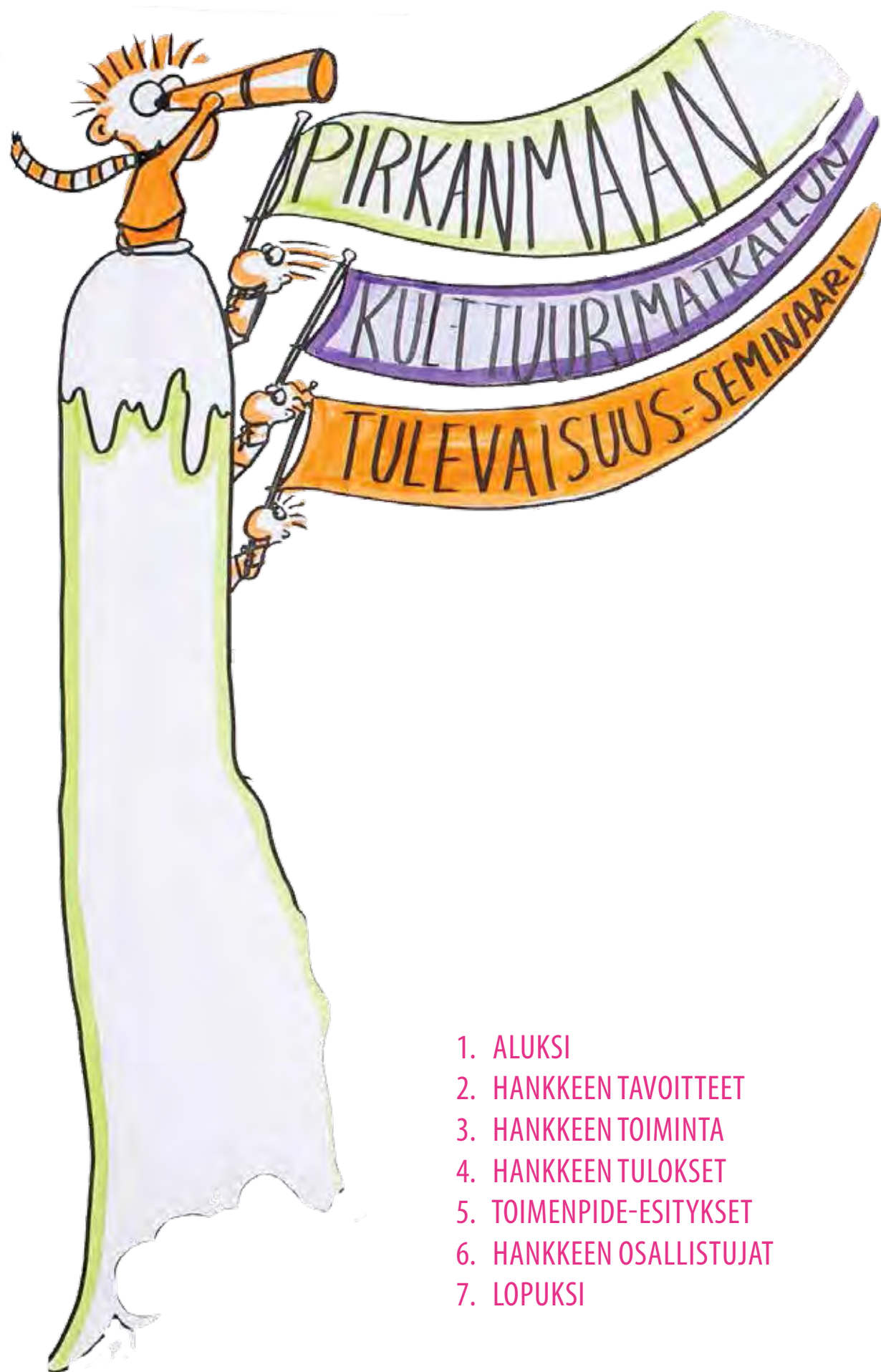
CULTURE TAMPERE REGION

PIRKANMAAN
KULTTUURIMATKAILUN
KEHITTÄMINEN

2012-2014



Loppuraportti



1. ALUKSI
2. HANKKEEN TAVOITTEET
3. HANKKEEN TOIMINTA
4. HANKKEEN TULOKSET
5. TOIMENPIDE-ESITYKSET
6. HANKKEEN OSALLISTUJAT
7. LOPUKSI

1. Aluksi

Aloitin Pirkanmaan festivaalit – Pirfest ry:n toiminnanjohtajana ja Culture Tampere Region –hankkeen projektipäällikkönä helmikuussa 2014. Hanke oli tuolloin jo pitkällä, olihan se päässyt vauhtiin jo syksyllä 2012. Euroopan aluekehitysrahaston, Pirkanmaan liiton, Pirkanmaan kuntien sekä lähes sadan yksityisen toimijan rahoittama hanke osoittautui nopeasti tärkeäksi ja kunnianhimoiseksi.

Projektin toimenpiteet perustuivat selkeään tarpeeseen, alueen kulttuurin ja matkailun ammattilaisilta kerättyihin toiveisiin, festivaalimatkailun kehittämishankkeeseen sekä Culture Finlandin kulttuurimatkailun kehittämissuunnitelmiin.

Ongelmaksi muodostui projektin työläys: hankkeeseen budjetoitu henkilöstöresurssi osoittautui melkoisen alimitoitetuksi, mikä johti projektityöntekijöiden ylikuormittumiseen ja väsymiseen. Tilannetta ei parantanut se, että 2/3 projektiin palkatuista työntekijöistä vaihtui hankekauden aikana.

Ongelmista huolimatta hanke saatiin kunnialla loppuun ja kaikki suunnitellut toimenpiteet tehdyksi. Projektin loppuseminaari Kangasala-talossa Annan päivänä 9.12.2014 veti yhteen kaiken opitun sekä suuntasi ajatuksia tulevaisuuteen. Seminaarin runsaslukuinen yleisö antoi seminaarista kiitettävää palautetta.

Tämä raportti perustuu CTR-hankkeen aikana kerättyyn tutkimustietoon sekä Kangasalan seminaarin sisältöön. Lämmin kiitos kaikille hankkeen toteutuksessa mukana olleille henkilöille, ohjausryhmälle, rahoittajille, tiimiläisille ja Pirfestin hallitukselle. Erityiskiitokset Mari Weirille, Laura Moisiolle, Susanna Markkolalle, Riikka Herralalle, Miia Piriselle, Mikko Mankalle, Mikko Kesälle, Karoliina Lehtoselle ja Perttu Pesälle.

Villa Karo, Benin 16.3.2015
Annamaija Saarela



2. Hankkeen tavoitteet ja toivotut tulokset

Culture Tampere Region –hankkeen suunnittelu tehtiin yhteistyössä Culture Finland –katto-ohjelman kanssa, joka on Suomen valtion kulttuurimatkailun toimenpiteitä kehittävä yksikkö Finnpron alaisuudessa. Hankkeen toimenpiteet kartoitettiin verkostanalyysillä, johon haastateltiin Pirkanmaan keskeisiä kulttuurin ja matkailun toimijoita. Verkostanalyysi osoitti, että Pirkanmaan keskeisimmät kehittämistarpeet ovat toimijoiden välisen kommunikoinnin lisääminen, toisiinsa tutustuminen sekä toiminnan kehittämistä tukevan faktatiedon keruu.

HANKKEEN TAVOITTEET ASETETTIIN SEURAAVIKSI:

- Edistää pirkanmaalaisten kulttuuri- ja matkailutoimijoiden verkostoitumista
- Tukea uusia yhteistyökumppanuuksia
- Parantaa tiedonkulkua ja toimintaedellytyksiä
- Vähentää päällekkäisyyksiä
- Tukea asiakaslähtöistä tuotekehitystyötä ja ympärivuotisuutta
- Selvittää kulttuurimatkailun kokonaistaloudellista merkitystä Pirkanmaalla
- Vahvistaa Pirkanmaan imagoa korkeatasoista ja monipuolista kulttuuria tarjoavana alueena

HANKKEEN TULOKSILTA TOIVOTTIIN KÄYNNISTYSVAIHEESSA SEURAAVAA:

- Pirkanmaan kulttuurimatkailutoimijoilla on lisää työkaluja ja osaamista uusien asiakkaiden saavuttamiseksi ja liikevaihdon kasvattamiseksi.
- Pirkanmaalle syntyy uusia kulttuurimatkailutuotteita
- Pirkanmaalle syntyy toimiva kulttuurimatkailuverkosto
- Kulttuurimatkailun merkitys vahvistuu alueellisesti ja valtakunnallisesti
- Pirkanmaasta muodostuu todellinen kulttuurimatkailun kärkimaakunta

*Kaikki tehdään
tulevaisuudessa
eri tavalla
kuin ennen*

3. Hankkeen toiminta

3.1. VERKOSTOITUMINEN

- Pikadeitit ja sokkolounas, yhteensä 17 käyntiä
- Kahdeksassa aluetiimissä 89 tuotteistustiimitapaamista ja 20 kehittämistapaamista, joissa yhteensä 712 käyntiä
- 12 aihetiimitapaamista, joissa yhteensä 162 käyntiä
- Kehittämisseminaari 35 kävijää sekä päätösseminaari 80 kävijää

Aluetiimeissä työstettiin kulttuurimatkailutuotteita, jotka annettiin Innolink Researchin nettipaneelin arvioitaviksi. Hankekauden aikana myyntiin ja markkinointiin asti päätyivät muun muassa Merkkihenkilöiden Ruovesi –pakettimatka, Vieraanvaraisuus-tuote Mäntän kuvataideviikoilla sekä Eräjärven Eerolan hiljentymisreittiit. Aluetiimitoiminta jatkuu kaikissa tiimeissä myös hankekauden jälkeen tiimien keskuudesta nimetyn vastuuhenkilön vetämänä.

Venäläisille matkailijoille suunnatun **aihetiimin** toiminnan tuloksena syntyi Rakkaus-teema Love is Allbright, jonka sateenvarjon alle kerättiin matkailutuotteita kesäsesongilla 2014.



3.2. KYSELYTUTKIMUKSET

3.2.1. PIRKANMAAN FESTIVAALIEN JA KOHTEIDEN VAIKUTTAVUUSSELVITYS

Pirkanmaan festivaalien ja kohteiden vaikuttavuusselvitys toteutettiin laajana kävijäkyselynä (reilut 13.000 vastausta) vuoden 2013 aikana. Selvityksen toteutti Innolink Research oy, ja tulokset julkistettiin huhtikuussa 2014. Selvityksessä ilmeni muun muassa seuraavia asioita:

- Pirkanmaan ulkopuolelta tulevat festivaalikävijät kuluttivat vierailunsa aikana keskimäärin 183 €
- Pirkanmaalaiset kävijät kuluttivat 92 €
- Festivaaleilla ja kulttuurikohteissa oli yhteensä 2,5 miljoonaa kävijää, joiden rahan käyttö vierailun aikana oli yhteensä 253,3 miljoonaa euroa. Tästä maakunnan ulkopuolelta tulleiden kävijöiden tuomaa matkailutuloa 139,3 miljoonaa euroa.
- 75 prosenttia kävijöistä oli tullut paikkakunnalle tapahtuman tai kohteen vuoksi.
- 77 prosenttia aikoi tulla uudestaan.

Kävijät olivat myös varsin tyytyväisiä selvityksessä mukana olleiden festivaalien ja kohteiden laatuun:

ARVIOI SEURAAVIA FESTIVAALIN/TAPAHTUMAN/KOHTEEN/ MAJOITUSKOHTEEN OSA-ALUEITA

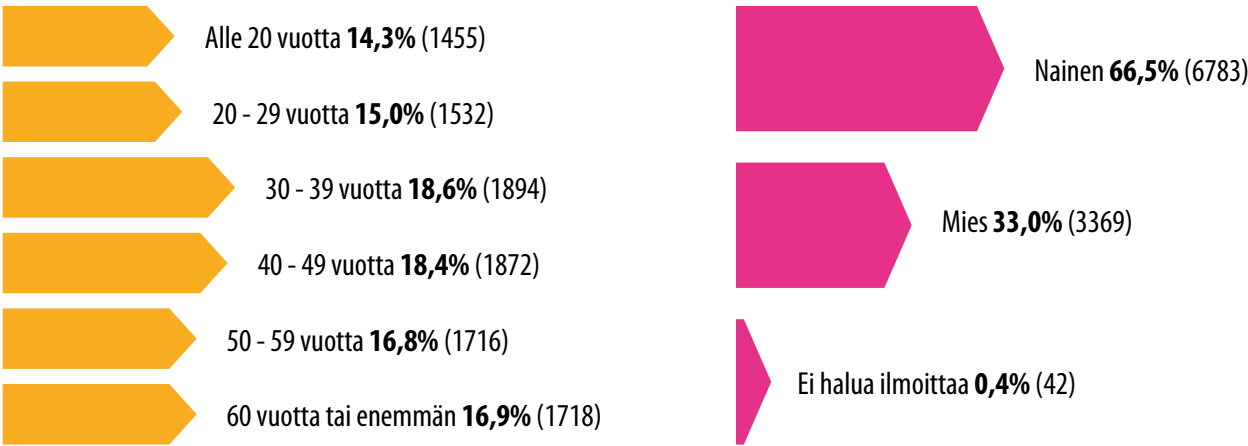
OSA-ALUE	VASTAAJAMÄÄRÄ	ARVOSANA
Siisteys (majoituskohteet)	1490	4,3
Ohjelmiston kiinnostavuus (festivaalit, tapahtumat, kohteet)	6767	4,2
Asiakaspalvelu	8412	4,2
Tiedon saatavuus (festivaalit, tapahtumat, kohteet)	6946	4,1
Visuaalinen ilme (esitteet, www, juliste yms.) (festivaalit, tapahtumat, kohteet)	6984	4,0
Tapahtumapaikat (festivaalit, tapahtumat)	3011	4,0
Muut palvelut (esim. ravintola, sauna yms.) (majoituskohteet)	1257	4,0
Huoneen varustus (majoituskohteet)	1357	4,0
Hinta-laatusuhde	8432	4,0
KOKONAISARVIO	7966	4,2

Asteikko: 1 = erittäin tyytymätön... 5 = erittäin tyytyväinen

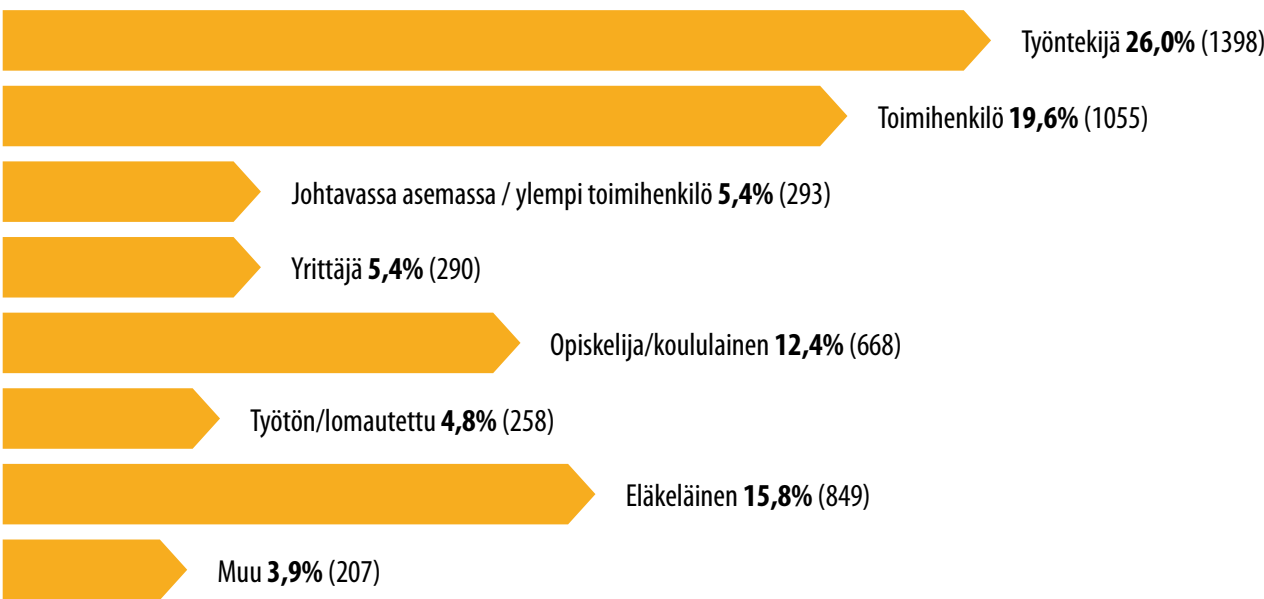
Koko selvitys on ladattavissa Pirkanmaan festivaalit – Pirfest ry:n nettisivuilta www.pirfest.fi/tutkimukset.

Vastaajien taustatiedot

IKÄ JA SUKUPUOLI



AMMATTIASEMA



VASTAUSKIELI



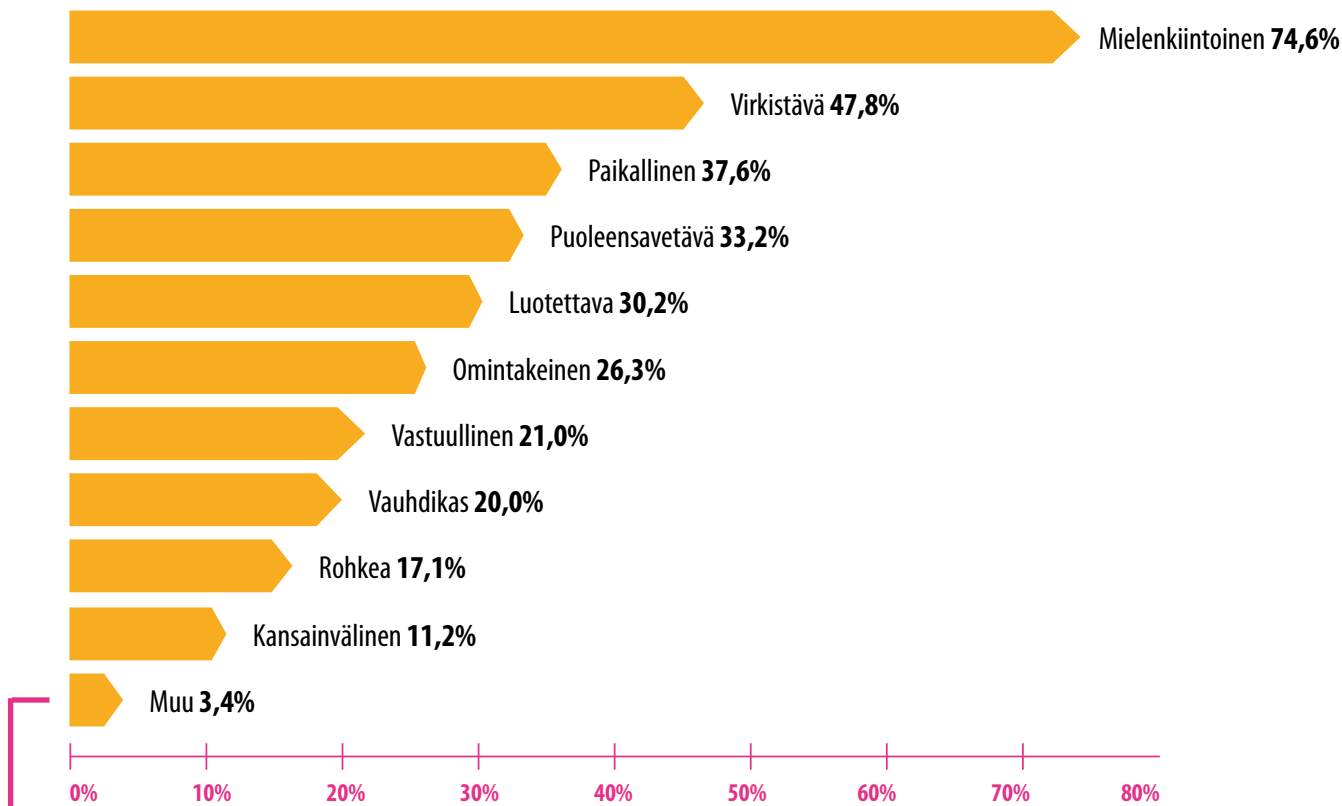
3.2.2. PIRKANMAA KULTTUURIMATKAILUKOHTENA –KEHITTÄMISTUTKIMUS

Pirkanmaa kulttuurimatkailukohtena –kehittämistutkimuksessa selvitettiin kulttuurimatkailun merkitystä paikka-kunnalle kuntapäätäjien, asukkaiden ja yritysten näkökulmasta.

3.2.2.1. ASUKKAIDEN VASTAUKSET

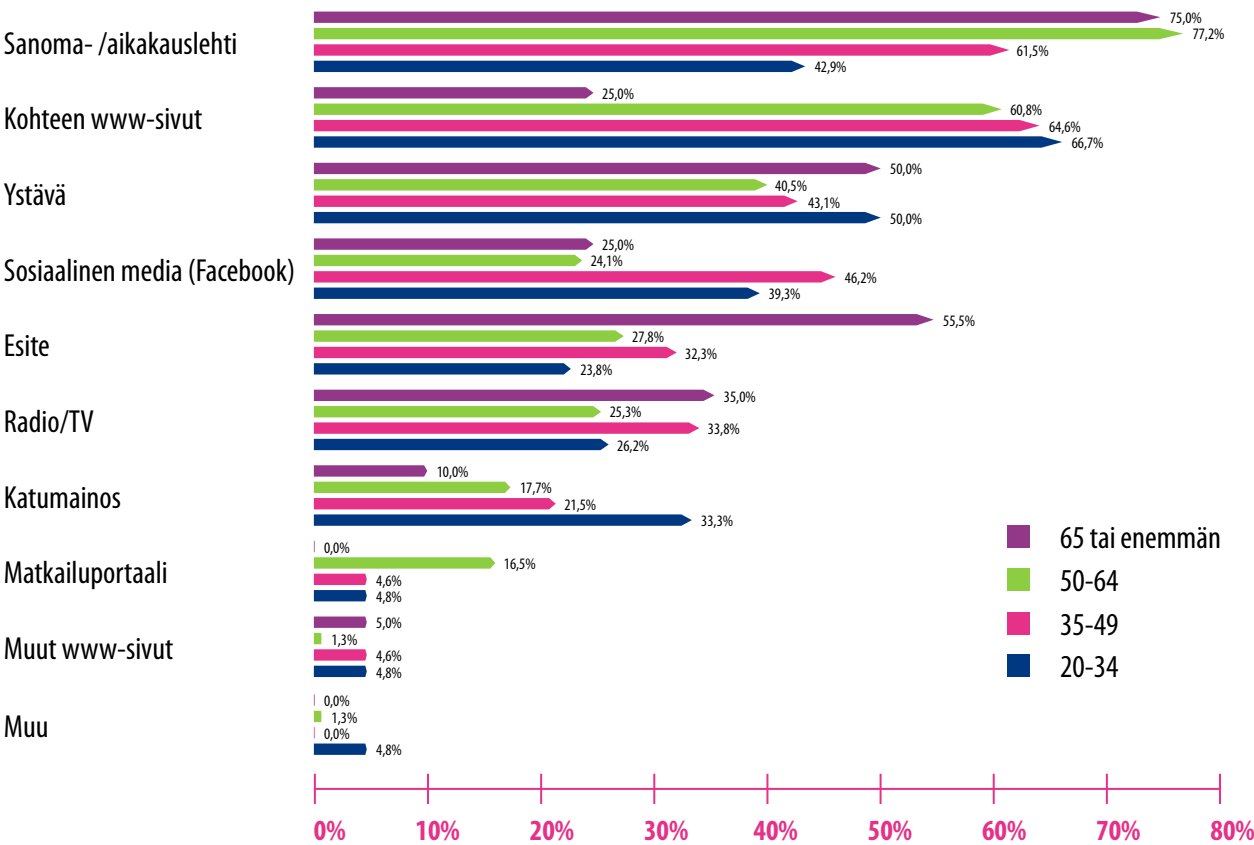
Pirkanmaan asukkaisiin kohdistetussa selvityksessä haluttiin tietää, minkälaisissa tapahtumissa asukkaat ovat käyneet, minkälaisissa tapahtumissa he voisivat kuvitella käyvänsä, minkälaisista tietolähteistä he hankkivat tietonsa sekä minkälaisina kuluttajina he itseään pitävät

1. MITÄ OMINAISUUKSIA ARVOSTAT ENITEN TAPAHTUMISSA JA KOHTEISSA?

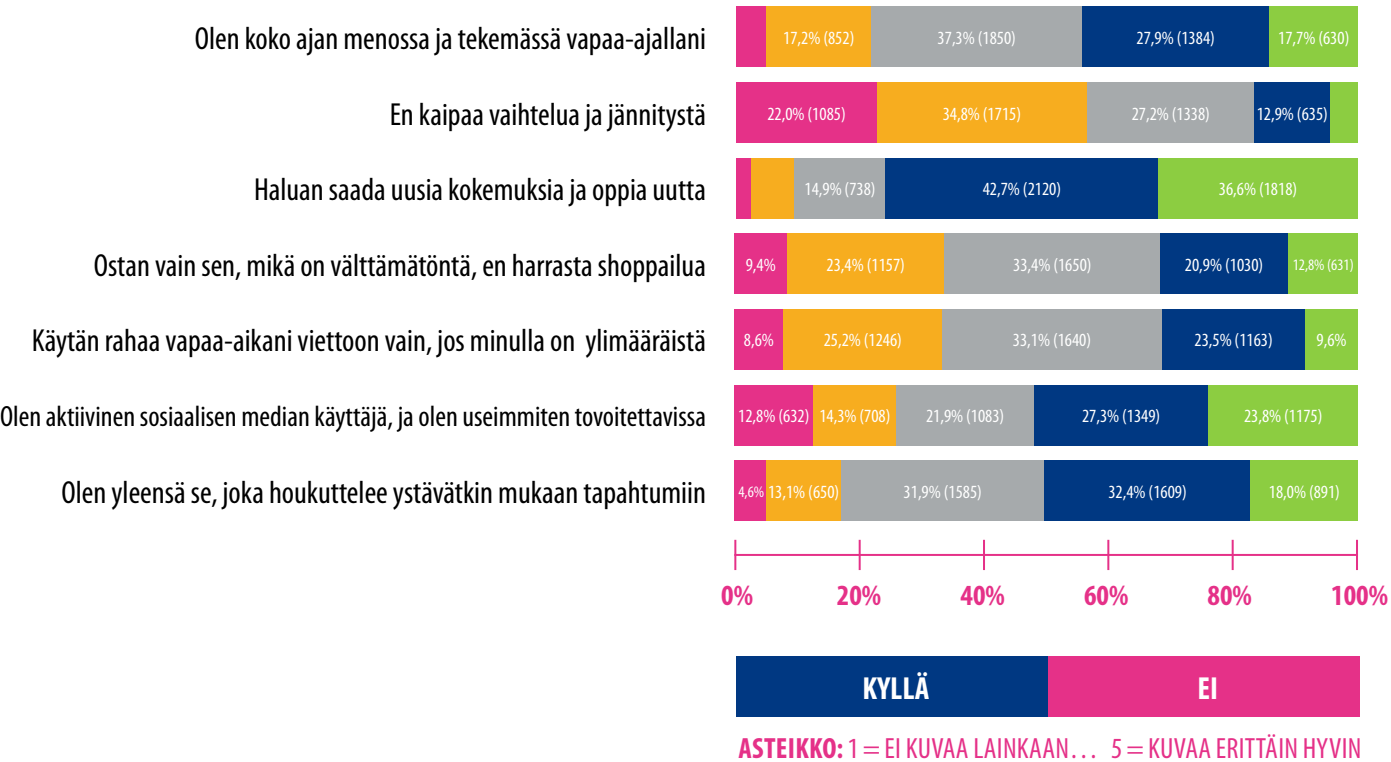


Esteettömyys;
rauhallinen; ei yö-tapahtuma;
lapsillekin sopiva; elämys;
ajatuksia herättävä,
uusia maailmoja avaava

2. MITKÄ OVAT PARHAAT TIETOLÄHTEET KOHTEIDEN JA TAPAHTUMIEN TIEDOTTAMISEEN VASTAAJAN IÄN MUKAAN JAOTELTUNA?



3. MITKÄ SEURAAVISTA VÄITTÄMISTÄ KUVAAVAT SINUA?



3.2.2.2. KUNTAPÄÄTTÄJIEN VASTAUKSET

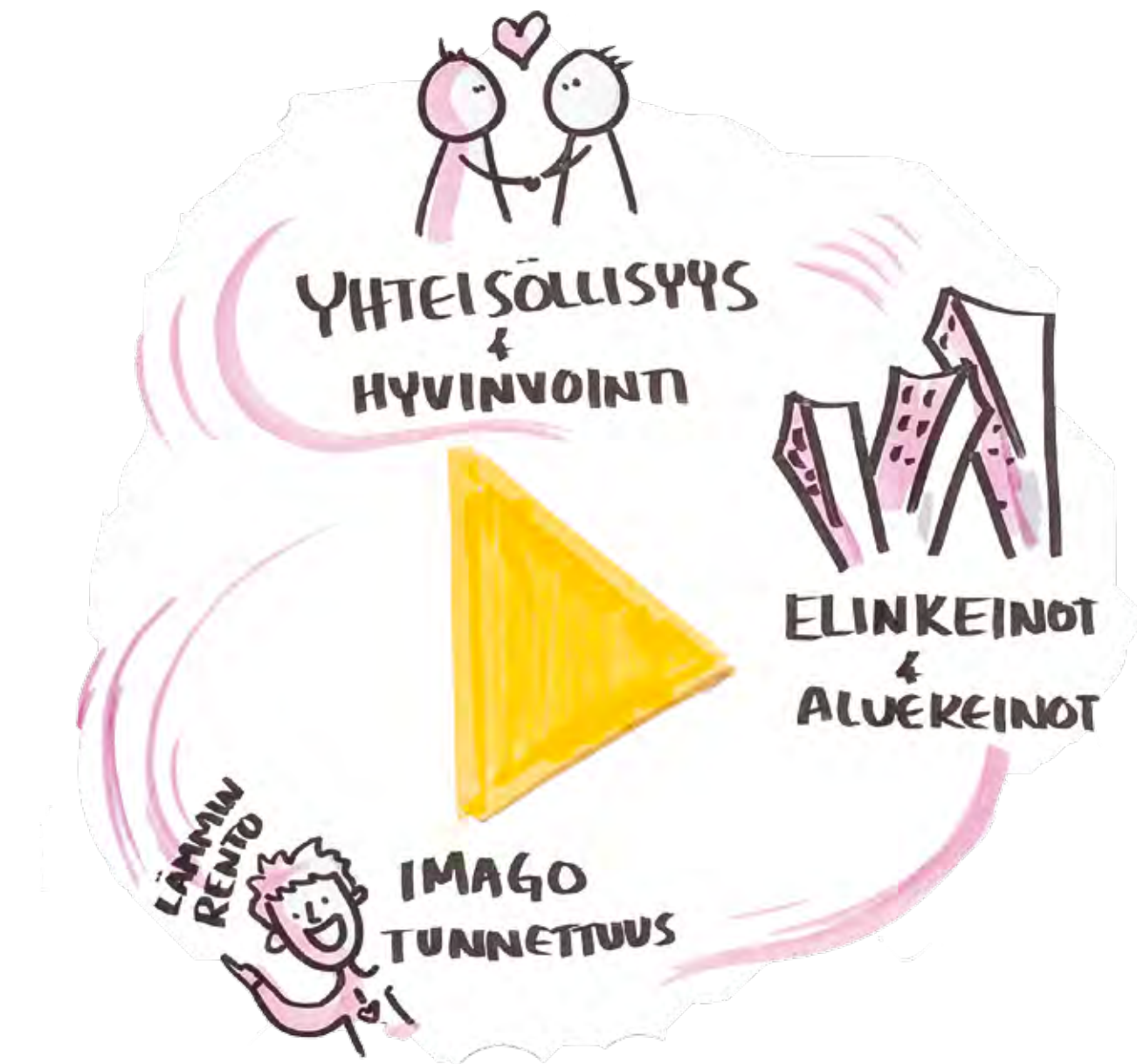
Kuntapäättäjät, joiden vastauksia saatiin yhteensä 13 kunnan edustajilta, suhtautuivat kulttuurimatkailuun sangen myönteisesti. Kaikki vastaajat olivat yksimielisiä siitä, että Kulttuuritapahtumat ja kohteet ovat alueen matkailun vetovimatekijä.

Yli 90 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä että kulttuuritapahtumilla ja kohteilla on positiivisia alueellisia talousvaikutuksia.

77 prosenttia vastaajista katsoi, että kunnan taloudellinen panostus kulttuuriin palautuu takaisin.

Väittämään Kulttuuritapahtumat ja kohteet edistävät pysyvien asukkaiden saamista 39% vastasi kyllä ja 54% mahdollisesti.

Negatiivisimmin suhtauduttiin väittämään Kulttuuritapahtumat ja kohteet edistävät yritysten investointien saamista: 23% vastasi kyllä, 54% mahdollisesti ja 23% vastasi ei.



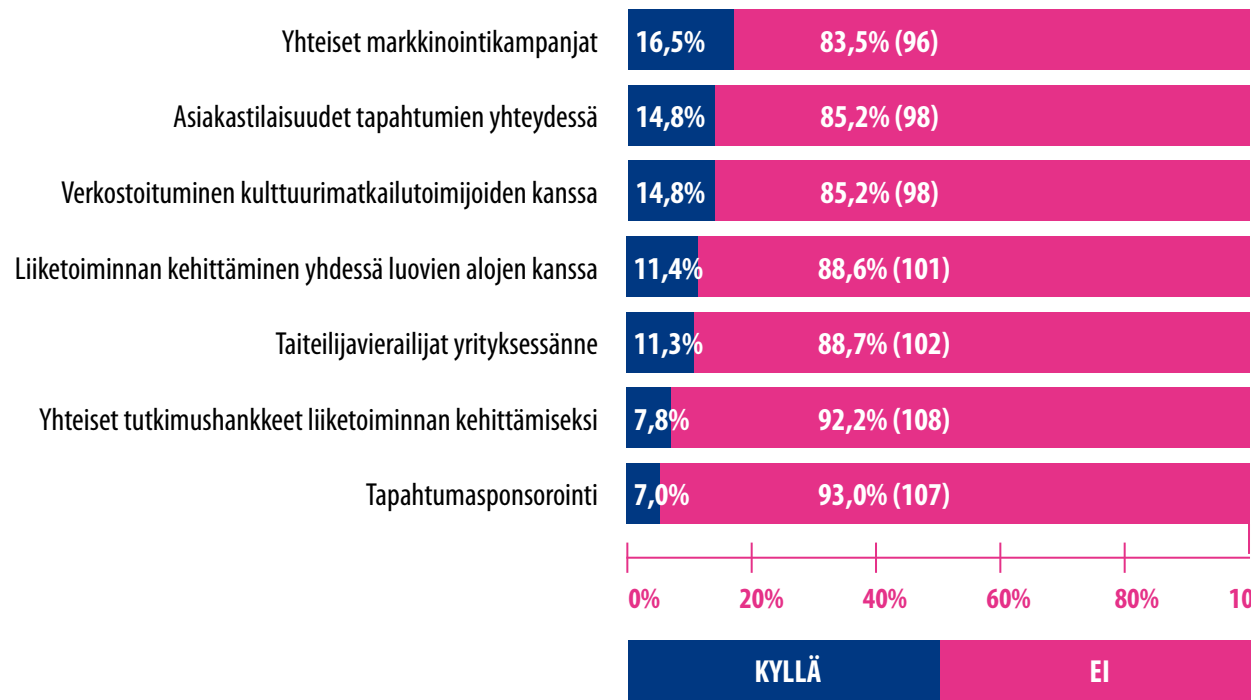
3.2.2.3 YRITTÄJIEN VASTAUKSET

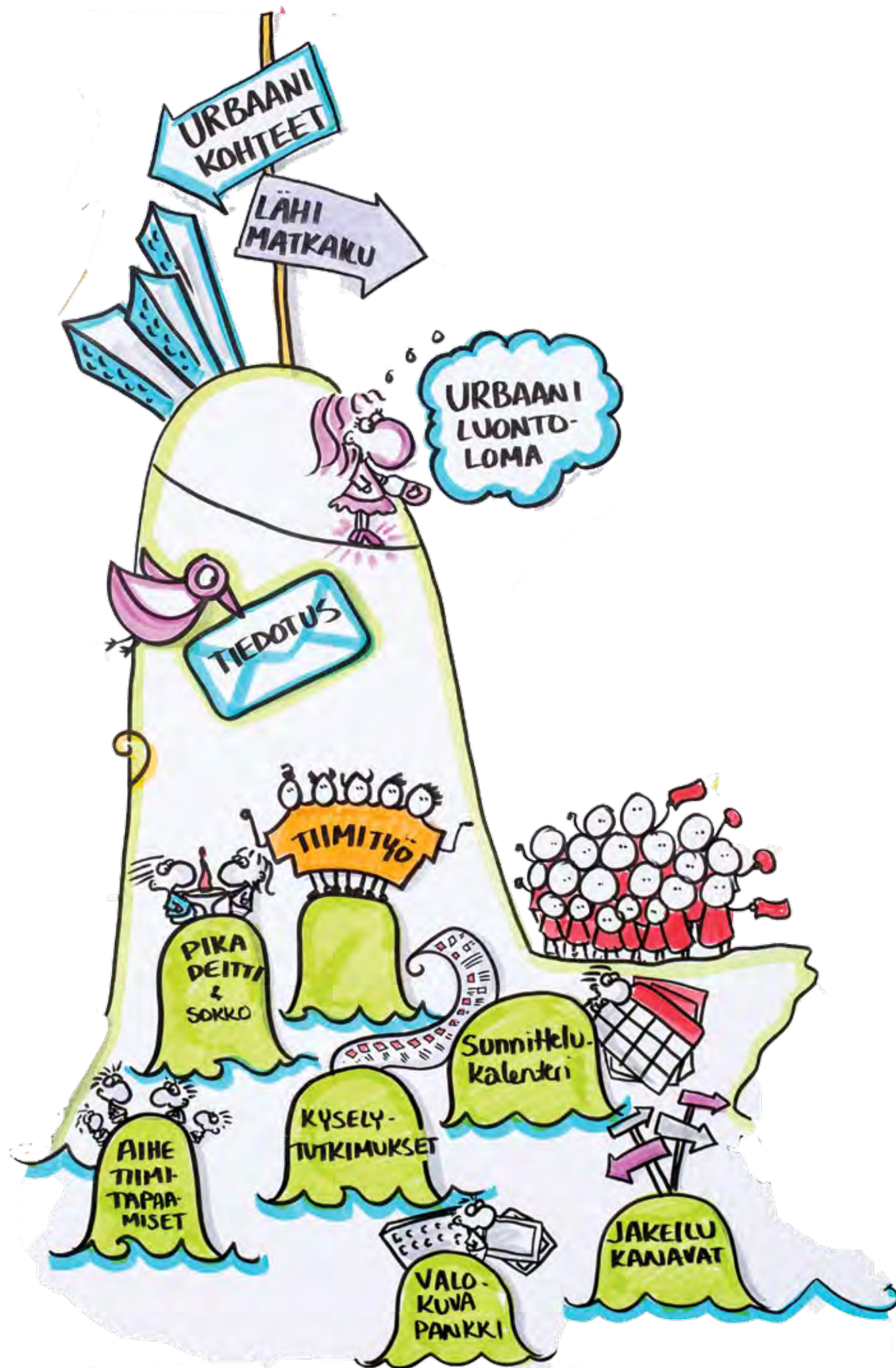
Pirkanmaalaisille yrittäjille suunnattuun kyselyyn saatiin yhteensä 115 vastausta joista noin 90 prosenttia oli toimitusjohtajan, ylimmän johdon tai omistajan antamia vastauksia.

Tulokset eivät olleet kovinkaan mairittelevia: Pirfestin toiminta tunnettiin huonosti, ja yhteistyöhalukkuus tapahtumien kanssa oli vaisua. Eniten oltiin kiinnostuneita yhteisistä markkinointikampanjoista tapahtumien kanssa (16,5 prosenttia vastanneista) ja vähiten tapahtumasponsoroinnista (7 prosenttia vastanneista).

Toisaalta vapaiden vastausten perusteella yhteistyön lisäämisestä oltiin kiinnostuneita, mutta resurssien puute koettiin esteenä.

KIINNOSTUS SEURAAVISTA YHTEISTYÖMAHDOLLISUUKSISTA





3.3. VALOKUVAPANKKI

Valokuvapankki luotiin täydentämään kulttuurimatkailukohteita koskevaa valokuvamateriaalia. Kaksi valokuvaajaa kiersi kaikki mukana olleet festivaalit, tapahtumat ja kohteet. Kuvia kertyi yli 2000 kappaletta. Kuvamateriaalia hyödynnetään jatkossa verkoston yhteiseen tiedotukseen, Pirkanmaan yhteiseen matkailumarkkinointiin sekä tapahtuma- ja kongressihankintaan. Kuvat on tallennettu Kuvat.fi -tietokantaan jota hallinnoi Tredea. Kuvat ovat kaikkien halukkaiden saatavilla maksuttomasti. Kuvapankkia täydennetään jatkossa toimijoiden omalla kuvamateriaalilla.

3.4. SUUNNITTELUKALENTERI

Suunnittelukalenteri-työkalu on suunniteltu yhteistyössä Tampereen kaupungin tapahtumatoimiston, Tampere Convention Bureau, Tredean ja Tampereen Messujen kanssa. Raporttia kirjoitettaessa se on vielä räätälöintivaiheessa. Palveluntarjoaja on brittityritys Sportcal. Suunnittelukalenteri tulee kaikkien tapahtumajärjestäjien käyttöön ja sen avulla pystytään koordinoimaan tehokkaasti tulevien tapahtumien suunnittelua, välttämään päällekkäisyyksiä tai hyötymään niistä sekä keräämään yhteismitallisesti tapahtumien vaikuttavuustietoa. Suunnittelun vaikuttavuustyökalua täydennetään mediaseurannan ja kävijäkyselyiden avulla.

3.5. JAKELUKANAVAT

Hankkeen tuotteistustiimien yhteinen viesti projektihenkilöstölle oli toimivien, valtakunnallisten myynti- ja jakelukanavien puute. Tästä syystä hankkeessa teetettiin myyntikanavaselvitys, jonka teki Synergos. Selvityksessä oli mukana kolme lipunvälitysyriytystä (Lippupalvelu, Lippupiste, Tiketti), kolme uudehkoa/aloittavaa konseptia (LiveFinland, Tapahtumajuna, Tapahtumaloma.fi, kaksi alueellista portaalia/kanavaa (Visit Finland, Visit Tampere) sekä kaksi isoa kansainvälistä toimijaa (Booking.com, TripAdvisor). Selvitys kokonaisuudessaan löytyy Pirkanmaan festivaalit – Pirfest ry:n nettisivuilta.

3.6. TIEDOTUS

Sisäinen ja ulkoinen tiedotus ja viestintä olivat yksi hankkeen suurtoisimmista toimenpiteistä.

Tiedotus piti sisällään seuraavat toimenpiteet:

- Verkoston sisäinen viestintä
- sähköisen materiaalin jakaminen verkossa
- viestintä yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille
- www-sivut (pirfest.fi)
- hankkeen sisäiseen viestintään ja materiaalin jakoon tarkoitettu extranet (pirfest.fi/ctr/)
- tiedotustilaisuudet ja tiedotteet
- aktiiviset yhteydenotot mediaan ja mediakontaktien kehittäminen
- mediaseuranta (STT)

4. Hankkeen tulokset

4.1. KOULUARVOSANA HANKKEEN TOIMENPITEISTÄ

Hankkeen toimenpiteisiin osallistuneille kohdennetun palautekyselyn perusteella parhaan arvosanan sai kävijätutkimus. Valtaosa vastaajista oli pystynyt myös hyödyntämään sen antamaa tietoa toimintansa kehittämisessä. Osallistujat antoivat hyvän arvosanan myös hankkeen viestinnälle. Suunnittelukalenterin kehittäminen sai huonoimman arvostuksen; tämä johtunee siitä että kyselyn tekohetkellä kalenterin toteutustapa oli vielä auki.

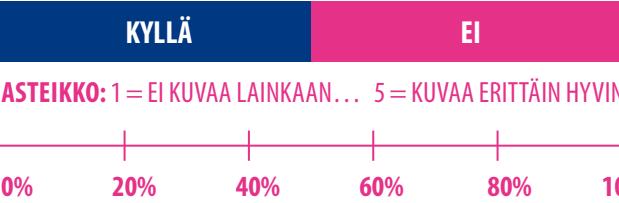
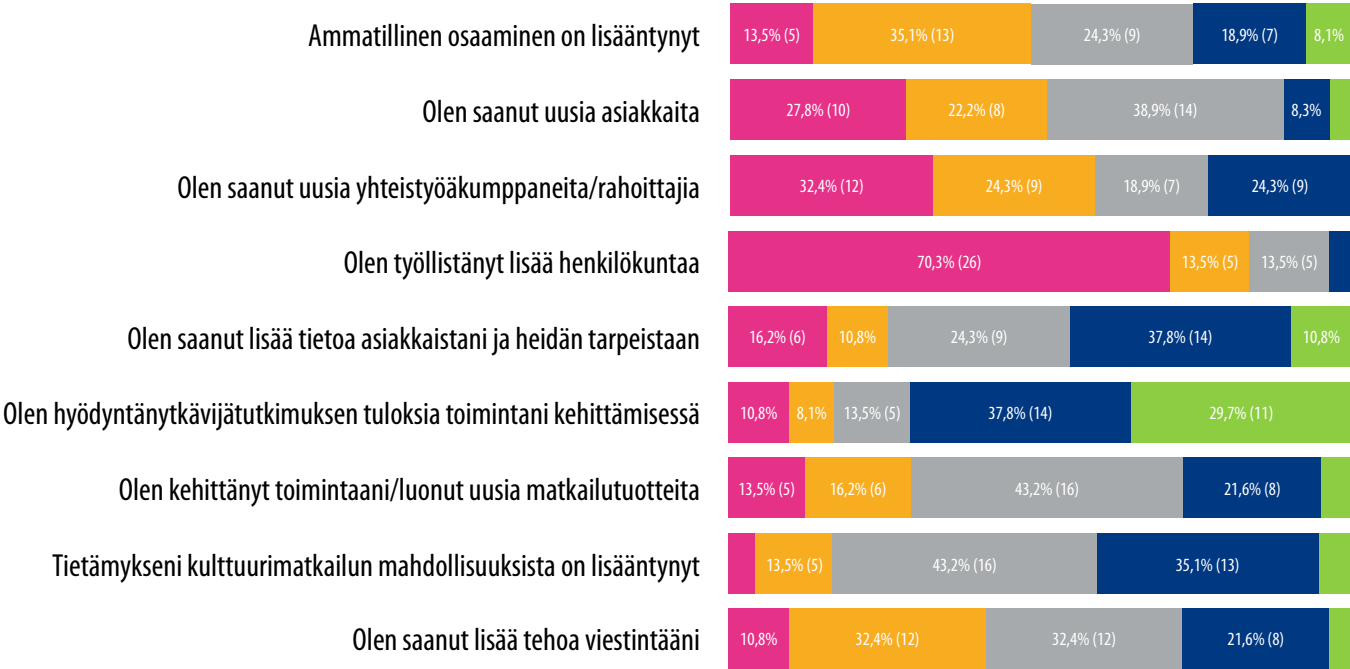
OSA-ALUE	VASTAAJAMÄÄRÄ	ARVOSANA
Kävijätutkimus	30	8,5
Viestintä kulttuurimatkailun tapahtumista ja palveluista	28	8,2
Kehittämisseminaari (tarinallistaminen)	16	7,9
Aluetiimityöskentely	17	7,8
Valokuvaus ja valokuvapankin luominen	33	7,7
Myyntikanavaselvitys	7	7,7
Pikadeitit/sokkolounas	9	7,7
Tuotekehitystyö aluetiimeissä sekä tuotteiden arviointi kulttuuripaneelissa	12	7,3
Tiimikohtaiset koulutukset aluetiimeissä	9	7,3
Matkanjärjestäjäklinikat	6	7,3
Mediaseuranta STT:n kautta	16	7,3
Suunnittelukalenterin kehittäminen	15	7,1
KOKONAISARVIO	198	7,65

Asteikko: 1 = erittäin tyytymätön... 5 = erittäin tyytyväinen

4.2. HANKKEEN HYÖDYT VASTAAJAN OMALTA KOHDALTA

Lähes 70 prosenttia vastanneista oli kyennyt käyttämään kävijäkyselyn tuloksia toimintansa kehittämisessä erittäin paljon tai melko paljon. Lähes puolet vastaajista oli saanut erittäin tai melko paljon lisää tietoa asiakkaistaan. Seuraavaksi parhaiten vastaajat olivat mielestään saaneet lisää tietoa kulttuurimatkailun mahdollisuuksista, pystyneet lisäämään ammatillista osaamistaan sekä kehittäneet uusia matkailutuotteita. Hanke ei kuitenkaan ollut juurikaan vaikuttanut mahdollisuuksiin työllistää lisää henkilökuntaa, saada uusia yhteistyökumppaneita ja rahoittajia tai uusia asiakkaita. Viimeksi mainitut ovatkin hankkeen pitkäaikaisia vaikutuksia, joiden tulokset näkyvät vasta myöhemmin, kun uusi osaaminen on saatu kunnolla käyttöön.

3. MITKÄ SEURAAVISTA VÄITTÄMISTÄ KUVAAVAT SINUA?





5. Toimenpide-esitykset

Hankkeen pilotoinneista ja tutkimuksista saatiin runsaasti uutta tietoa, joiden perusteella voi tehdä seuraavat toimenpide-esitykset:

1. Pirkanmaan kulttuurimatkailulliset vahvuudet ovat festivaalit, teatterit, museot, musiikki ja ruoka.
2. Kulttuurimatkailun tuotteistamistyö on fokusoitava paremmin vahvistamalla Pirkanmaan kulttuurimatkailun brändiä ja kärkituotteita. Mikä on Pirkanmaan kulttuurimatkailun oma "joutsenmerkki"?
3. Yhteismarkkinointia toimijoiden kesken on lisättävä.
4. Yrityskentän ja kulttuurimatkailukentän yhteistyötä on kehitettävä siten että molemmat osapuolet hyötyvät.
5. Valtakunnallisia ja kansainvälisiä myynti- ja jakelukanavia on pystyttävä hyödyntämään paremmin.
6. Vaikuttavuustutkimus on pystyttävä kehittämään pysyväksi työkaluksi, jonka avulla toimijoiden asiakastuntemus lisääntyy.
7. Fanikulttuuria pitää pystyä hyödyntämään paremmin viestinnässä ja markkinoinnissa.
8. Suunnittelukalenterin vaikuttavuustyökalu on otettava tehokkaaseen käyttöön: tunnuslukujen määrittäminen ja kerääminen sekä mediaseuranta on saatava yhteismitallisiksi.
9. Tiimityön jatkuminen on varmistettava alueilla.
10. Kulttuurimatkailutuottajien osaamista on kehitettävä.
11. Tapahtumien vetovoimaisuutta on hyödynnettävä paremmin, jotta yöpymät lisääntyvät.
12. Pirfestin rooli ja rahoitus kulttuurimatkailun koordinoijana on varmistettava.



6. Hankkeen osallistujat

6.1. FESTIVAALIT

Annikin runofestivaali
Art Festivo
Backlight-valokuvatapahtuma
Blockfest
Chilifest Finland
Kukkaisviikot
Lost in Music
Maailmantango
Monsters of Pop
Mukamas – kansainvälinen nukketatterifestivaali
Murros – Nuorten teatterifestivaali
Musiikkia! Ruovesi
Mäntän kuvataideviikot
Mäntän musiikkijuhlat
Oriveden Suvi
Pentinkulman päivät
Pirkanmaan Triennaali
Pispalan Sottiisi

6.2. KOHTEET JA TAPAHTUMAT

Finland Restaurants Oy
Kangasala-talo Oy
Keikyän Vanha Pappila
Kestikievari Liekoranta
Kirjaset Lasten ja nuorten kirjatapahtuma
Kirjaslammen lava
Kulttuurikeskus Jylhävaara
Lenin-museo
Muroleen kylät ry
Museokeskus Vapriikki
Musiikkiteatteri Palatsi
Mäntän Klubi ja Honkahovi
Nahkapaja Eliisa Marjaana
Nuutajärven kartano
Pyynikin kesäteatteri
Ruoveden Perinnetapahtumat ry
Sammallammas
Sara Hildénin taidemuseo
Serlachius-museot
Suomen Hopealinja
Särkänniemen Elämyspuisto
Taidekeskus Mäntinranta

6.3. MAJOITUSKOHTEET

Cumulus Hämeenpuisto
Cumulus Koskikatu
Cumulus Pinja
Dream Hostel
Eräjärven Eerola
Holiday Inn
Hotelli Ellivuori
Hotelli Liera
Hotelli Victoria
Ilolan maatilamatkailu

Pispalan Sottiisin Tanssimania
Sastamala Gregoriana
Sata-Häme Soi!
Sääksmäki Soi!
Tammerfest
Tammerkosken Sillalla
Tampere Guitar Festival
Tampere Kuplii
Tampereen elokuvajuhlat
Tampereen Flamencoviikko
Tampereen Musiikkijuhlat (Tampereen Biennale, Tampereen Sävel, Tampere Jazz Happening)
Tampereen Teatterikesä
Tanssivirtaa Tampereella – nykytanssifestivaali
Tapsan Tahdit
Tomaatteja Tomaatteja! Stand Up Festivaali
Työväen Musiikkitapahtuma
Vanhan Kirjallisuuden Päivät

Taito Pirkanmaa (Käsi- ja taideteollisuuskeskus Verkaranta, Mänttä-Vilppulan ja Oriveden käsityökeskus)
Tampere Convention Bureau
Tampere-talo
Tampereen Komediateatteri
Tampereen messut
Tampereen Särkänniemi Oy
Tampereen taidemuseo / Muumilaakson kokoelma
Tampereen taidemuseo / Pirkanmaan aluetaidemuseo
Tampereen Teatteri
Tampereen Työväen Teatteri
Tanssiteatteri MD
Teatteri Mukamas
Työväenmuseum Werstas
Vakoilumuseo
Valkeakosken kaupunginteatteri
Valokuvakeskus Nykyaika
Vammalan Seurahuone
Visavuoren Museo / Myllysaaren museo
Voipaalan taidekeskus
Väinö Linnan –reitti

Mökkiavain/Ikaalisten Kylpyläkaupunki
Scandic Hotel Rosendahl
Scandic Tampere City
Scandic Tampere Station
Sokos Hotel Ilves
Sokos Hotel Tammer
Sokos Hotel Villa
Vammalan seurahuone
Villa Markkola

7. Lopuksi





Pirkanmaan festivaalit - Pirfest ry

pirfest@pirfest.fi

www.pirfest.fi