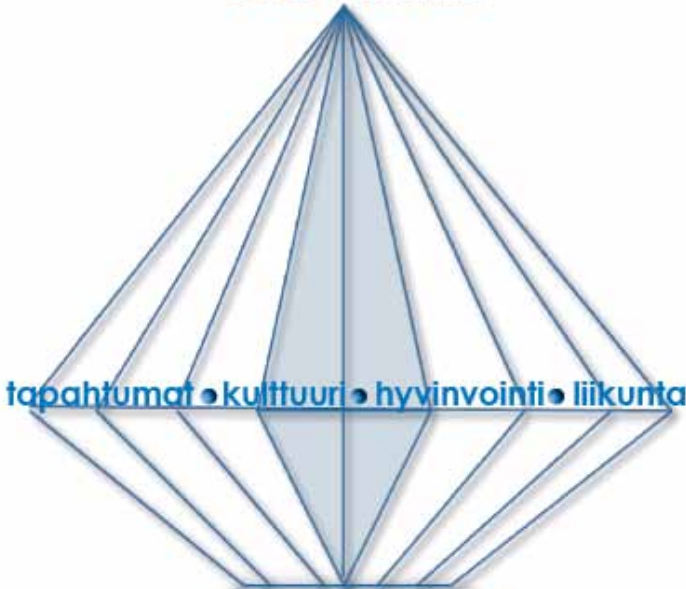


Kraatterijärven seutu



● Alajärvi ● Evijärvi ● Lappajärvi ● Vimpeli

GEO • ASTRO



LUONTO • VESISTÖT

Järviseudun
matkailun kehittäjän
master plan -käsikirja



Matkailun vetovoimaa

”

Lappajärvi on Euroopan suurin törmäyskraatterijärvi ja sen reuna on näkyvässä maastossa. Kraatterijärvi syntyi, kun meteori iskeytyi maahan 76 miljoonaa vuotta sitten. Kraatterijärvi antaa koko seudulle oman luonteensa ja mahdollistaa matkailullisesti yhteisen tarinan hyödyntämisen.

Alajärven kaupunki

- Aalto-keskus
- Nelimarkka-museo
- Punaisen Tuvan viinitila
- Tulivuorikeskus
- Kaupungin liikuntapaikat ja virkistysalueet
- Lehtimäen Valkealampi

Evijärven kunta

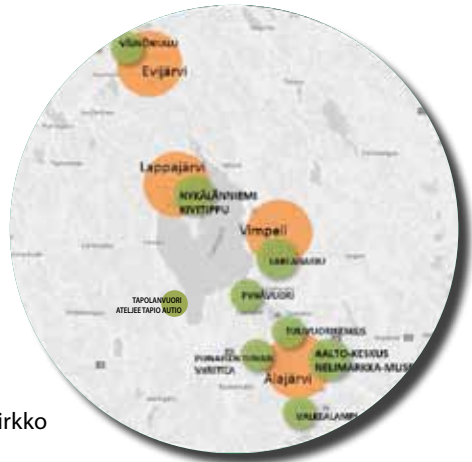
- Väinöntalon museo ja kesäteatteri
- Uittomieskämpä
- Vesistöt (Evijärvi, Välijoki)
- Sillankorvan leirintäalue
- Jokisuunlahden lintutorni

Lappajärven kunta

- Hotelli Kivitippu
- Meteoriitti- ja mineraalinäyttely
- Halkosaaren tanssilava
- Lappajärven kesäteatteri
- Järviseedun golfkenttä
- Tapolanvuori ja Tapio Aution kivikirkko

Vimpelin kunta

- Lakeaharju toimintoinen ja reitteinen
- Laskettelukeskus Lakis ja Sport Center Lakis
- Vimpelin Veto ja pesäpallo tunnettuustekijänä



Järviseedun yhteinen matkailun master plan ohjaa seudun matkailun kehittämistä

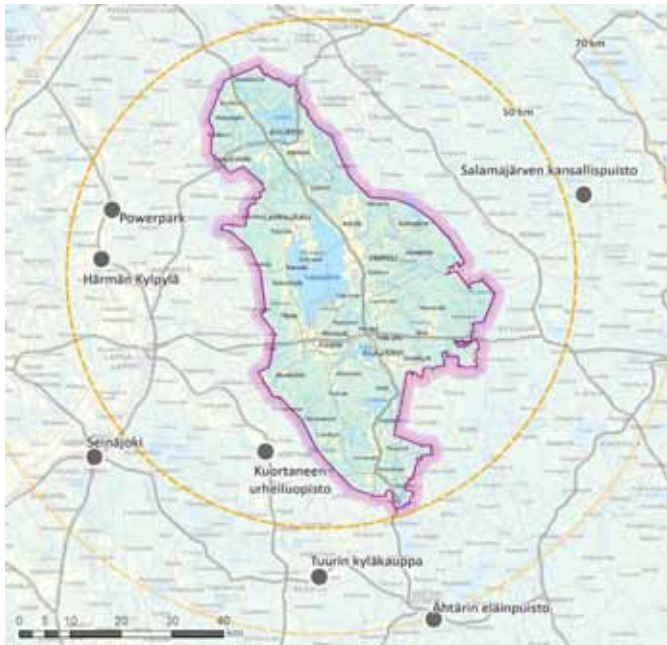
Master plan

- muodostaa kokonaiskäsityksen nykytilasta
- kokoaa jo tehdyt toimet yhteen
- muodostaa toimijoiden kesken yhteisen näkemyksen ja tahtotilan
- tekee kehittämissuhteet jatkoa varten

Yhteinen tahtotila ja valitut kehittämisteemat pohjautuvat seudun olemassaoleviin vahvuuksiin ja ne linjattiin yhdessä alueen matkailutoimijoiden kanssa. Yhteisen vision toteuttaminen vaatii panostuksia ja pitkäjänteistä työtä seudun kaikilta toimijoilta.

Toimintaympäristön vetovoimakohteita

Tuurin kyläkauppa ja Powerpark kuuluvat Suomen suurimpiin matkailukohteisiin. Ähtärin eläinpuisto on saanut toimintaan uutta vetovoimaa pandatalon myötä. Kaustisen festivaalit ym. tapahtumat keräävät väkeä + kauttakulkua.



Majoituskapasiteetti ja asiakkaat

Järvisseudulla

- Rekisteröityä kapasiteettia 267 vuodepaikkaa (Tilastokeskus, 2017)
- 65 vuokramökkiä, joissa vuodekapasiteettia n. 400 vuodepaikkaa ml. varavuoteet. Talviasuttavia näistä noin puolet (Vuokramökkikysely 2010)

Järvisseudun matkailijoista

- Kesällä lapsiperheitä
- Ryhmämatkailu: eläkeläisryhmät, bussimatkailu, yritysryhmät
- Vapaa-ajan asukkaat, n. 3600 mökkiä (Tilastokeskus)
- Tapahtumakävijät (n. 100 km säteeltä)
- Golfarit
- Laskettelukeskus vetää talvella perheitä ympäröivältä alueelta
- Vuonna 2016 rekisteröityneitä yöpymisiä oli 18.560 ja tammi-elokuussa 2017 15.182. (Tilastokeskus kirjaa tilastoon yöpymiset kuukausittain vain mikäli toimipaikkoja on rekisterissä yli 4 kpl ko. kuukauden aikana. Järvisseudulla kaikilta kuukausilta ei ole saatavilla lukua tästä syystä. Rekisteröityminen on pakollista vain yli 20 vuodepaikan majoitusyrityksille)

Heikkoa

- Kriittinen massa puuttuu
- Tuotteistaminen heikolla tasolla
- Puuttuu selkeä tunnettuustekijä
- Liian voimakas kesäpainotteisuus
- Hahmottomaton kokonaisuus, erilaiset vetovoimatekijät
- Ei olla kulkuväylien varrella
- Julkisten liikenneyhteyksien puute
- Matkailuyhteistyössä parannettavaa
- Matkailuliiketoiminnan ammattimaisuus?
- Markkinointi ja sähköisten myyntikanavien hyödyntäminen
- Ei täällä mikään kannata -ajattelu, uskon puute ja kateus

Vahvaa

- Järvi mahdollisuuksineen + erikoinen syntyhistoria
- Puhdas ja kaunis luonto
- Kivitippu ja ympäröivät toiminnot = keskus
- Muita hyviä kohteita / puitteita mm.
- Lakeaharju/Lakis, Pyhävuori
- Aalto-keskus, Nelimarkka-museo
- Punaisen Tuvan viinitila
- Monimuotoisuus
- Kesä menee hyvin
- Yhteistyötä tehdään jo – Kraatterijärven toimijat on hyvä alku
- Hankkeissa tehty konkreettisia asioita
- Matkailua halutaan kehittää

Avattuna

- Kraatterijärven seutu: Järven erityisyys mahdollistaa erottautumisen muista seuduista
- Kiinnostava palvelukokonaisuus: Houkutteleva monipuolinen tarjonta, joka on helposti ostettavissa.
- Tunnetaan järven tarinasta: Järven tarina on aito mahdollisuus erilaistumiseen. Se hyödynnetään kärkeinä
- Yhteistyössä: Toimiva yhteistyö ja selkeät roolit. Matkailu on "ekosysteemi", johon kuuluu myös muita kuin perinteisesti matkailutoiminnaksi mielletty. Aktiivinen yhteistyö seudun ulkopuolelle.
- Matkailu kasvaa: Matkailijamäärät ja yöpymiset lisääntyvät, matkailun yritystoiminta vahvistuu ja lisääntyy.
- Ympäri vuotisesti: Sesonkiajat pitenevät
- Menestystä: Positiiviset aluetaloudelliset vaikutukset, vahvistuva elinvoima ja imago.
- Koko seudulle: Kaikille kunnille ja matkailun parissa eri tavoilla toimiville.

Strategiset kehittämisteemat

Strategiset kehittämisteemat muodostavat Kraatterijärven seudun matkailun timantin.

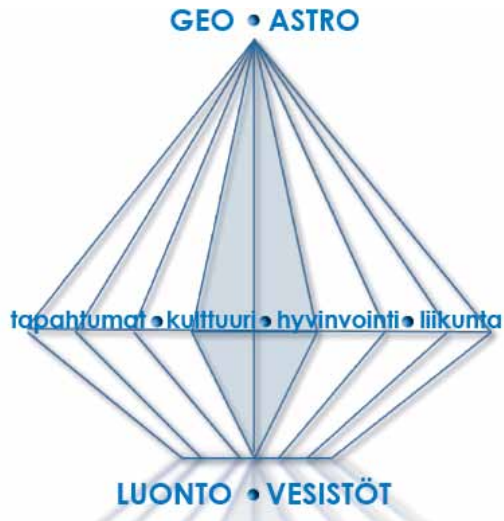
Timantin kärki mahdollistaa erottumisen

Geo- ja astroteema, jonka avulla konkretisoidaan järven syntyhistoriaa ja tarinaa.

Timantin pohjana ovat luonto ja vesistö, joiden päälle muut teemat rakentuvat. Tapahtumat, kulttuuri, hyvinvointi ja liikunta monipuolistavat tarjontaa.

Timantin taustalla

- Tuotekehitys
- Yhteistyö
- Investointien edistäminen ja toimiva infra
- Myynti, markkinointi ja digitaalisuus
- Osaaminen
- Kestävä kehitys





Kohderyhmät

- Perheet
- Luontorentoutajat ja hyvinvoinnin hakijat
- Erilaiset ryhmät: yritykset, yhdistykset, eläkeläiset, koululaisryhmät ja leirikoulut jne.
- Erityisesti geologiasta ja astroteemasta kiinnostuneet
- Vapaa-ajan asukkaat ja tapahtumakävijät, jotka jo muutenkin "kulmilla".

Markkinat

- Ensin tähtäimessä on kasvattaa kansallista kiinnostavuutta
- Toisessa vaiheessa lähdetään tavoittelemaan kansainvälistymistä vahvemmin.
- Kansainväliset kohdemarkkinat
 - 1) Lähimarkkinat, etenkin Venäjä ja Ruotsi
 - 2) Keski-Eurooppa

Suomen kiinnostavimpia geomatkailukohteita, näkemistä, konkreettista tekemistä ja tietosisältöjä mielenkiintoisella tavalla.

Meteoriittinäyttelyn laajentaminen vierailukeskukseksi

- Kehitetään nykyistä meteoriittinäyttelyä eteenpäin.
- Hyödynnetään teknologian tuomat mahdollisuudet, esim. Virtuaalitodellisuus ja 360° videot, opetukselliset virtuaalipelit
- Vierailukeskuksen yhteydessä on mahdollisuus myydä muita palveluja ja aluetta laajemmin.

Georeitit

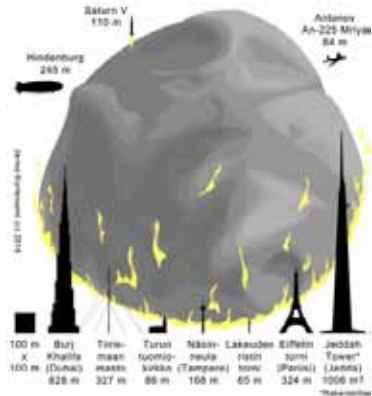
- Laaditaan tarkempi reittisuunnitelma ja toteutetaan georeitti/-reitit opasteineen ja kartta-aineistoineen.

Geo-opaat ja teemaan liittyvät ohjelmalvelutuotteet

- Tiedon jalkauttaminen hankkeista yrityksiin ja oppaille
- Tuotteistetut ohjelmalvelut yritystoimintana

Geopark

- Geopark-teemaan toimiva sisältö ja sen myötä nimitys Kraatterijärven geopark-alue
- Geopark -statuksen saaminen on pitkän aikavälin tavoite. Geoparkin tulee toimia verkoston kriteereiden mukaisesti ennen kuin hakemus voidaan jättää.
- Määritellään yhdessä, mikä taho ottaa Geopark-prosessin eteenpäinviemisen tehtäväkseen
- Geopark-prosessi käynnistetään esiselvityksellä (esiselvityshanke)



Mittasuhteet Lappajärven synnyttäneen meteoriitin koosta.

Rentoa luontomatkailua, helppoa ja mielenkiintoista tekemistä.

Tuotekehitys

- Valmiiksi tuotteistetut ohjelmat ja omaehtoinen tekeminen esille eri aktiviteeteista
- Välinevuokraustoiminnan kehittäminen (pyöräily, vesiaktiviteetit jne.)
- Välinevuokraukselle laaditaan toimintamalli. Välinevuokraustoiminta voidaan järjestää yhteistyössä esim. urheiluliikkeen kanssa

Uusien reittien kehittäminen

- Georeitit
- Pyöräilyreitit
Pyöräilyreitistö, joka yhdistää eri kohteita ja mahdollistaa matkailun tuotekehityksen jatkossa.
Pyöräilyreiteistä laaditaan erillinen suunnitelma (reitien linjaus, kohderyhmät, tarina, palvelujenesiintuonti) sekä kartta-aineisto.

Olemassaolevien reittien ja kohteiden edelleen kehittäminen ja ylläpito
Monikanavaisten kartta-aineistojen tuottaminen ja reittien ja kohteiden esiinnostaminen



Monipuoliset tapahtumat, kulttuuri ja houkuttelevat käyntikohteet

Vuosittaiset kärkitapahtumat 3-4 kpl, esim.

- Aaltoa ja Aarioita -festivaali
- Kehitettävä liikunnan ja/tai hyvinvoinnin kärkitapahtuma (Kraatterijärven juoksu, Kraatterijärven pyöräily tms.)
- Kehitettävä Kraatterijärven geotapahtuma

Pienemmät tapahtumat kootaan teemojen alle selkeäksi tarjonnaksi

- Seudun yhteisiä teemaviikkoja, esim. kulttuuri, ruoka, geologia&luonto, hyvinvointi&liikunta, lasten teemaviikko jne.
- Tapahtumat kootaan vuosikelloksi
- Off-season ajoille uutta tapahtumatarjontaa, jolla nostetaan käyttöastetta

Kulttuuriin, perinteeseen ja arkkitehtuuriin pohjaavat käyntikohteet

- Sisältöä uudistetaan jatkuvasti ja ne hyödynnetään matkailun tuotekehityksessä.

Selvitetään mahdollisuus kehittää tapahtumakokonaisuutta hankkeessa, jossa:

- Kootaan verkosto
- Käynnistetään teemaviikkojen toiminta
- Luodaan yhteinen digitaalinen tapahtumakalenteri
- Luodaan malli, jolla toiminta jatkuu hankkeen jälkeen



Hyvinvointia luonnosta, liikunnasta, maaseudusta ja puhtaasta paikallisesta ruoasta.

Tuotekehitys

- Valmiiksi tuotteistetut ohjelmat.
- Ensimmäisenä esim. tyky- ja tyhy-ohjelmat, joille alueella on jo kysyntää

Liikunta	Ruoka
<ul style="list-style-type: none"> • Luontoliikunta • Liikunta hyödyntäen olemassa olevia sisäliikuntapaikkoja • Matkailun tuotekehitys • Tuotekehitysyhteistyö esim. urheiluseurojen kanssa • Liikuntapaikkojen varauskalenterit verkossa 	<ul style="list-style-type: none"> • Paikallinen ruoka ravintoloissa • Luomu- ja villiruoka • Ruoanlaitto ohjelmapalvelutuotteena • Yhteistyö matkailun ja elintarviketoimijoiden välillä
Voimaa ja rauhaa luonnosta	Hemmottelu ja perinteiset hoitomuodot
<ul style="list-style-type: none"> • Metsäkylvyt • Metsäjooga • Mindfulness • Puhdas ilma ja vesi • Rauhoittuminen • Tuotekehitysyhteistyö matkailun ja terveys- sekä hoiva-alan toimijoiden kesken 	<ul style="list-style-type: none"> • Kylpyläpalvelut • Yrtti- ja turvehoidot • Hieronta, sauna, vihtominen, talviuinti • Tuotekehitysyhteistyö matkailun ja terveys- sekä hoiva-alan toimijoiden kesken

Tuotekehitys

- Tuotekehityksen taustalle **määritellään kohderyhmät tarkemmin**
- **Valmiiksi tuoteistetut ohjelmat** eri kehittämisteemoihin:

Geo ja astro

Luonto ja vesistö

Tapahtumat ja kulttuuri

Hyvinvointi ja liikunta

- Ohjelmalvelujen, välinevuokrauksen, kuljetusten jne. palvelujen paketointi majoitukseen
- Kurssi- ja leirikouluohjelmat
- Yhteinen Kraatterijärven seutu pyöräillen -tuoteperhe

Tuotteistuksessa huomioidaan

- Paketoinnin osalta matkapalveluyhdistelmiä koskeva lainsäädäntö
- Visit Finlandin ja Hungry For Finlandin (ruoka) tuotesuosituksot
- Kansainvälistymisen osalta myös Visit Finland kansainvälistymiskriteerit ja Visit Finland Akatemian valmennukset
- **Teemakohtaiset yritysryhmähankkeet tuotekehitykseen**
- **Valmis tarjonta esille kraatterijärvi.fi -sivuille**





Osaaminen

Osaamisalueet

- Yrittäjäkasvatus
- Tuotekehitysosaaminen
- Digiosaaminen
- Markkinoinnin ja myynnin osaaminen
- Laatuosaaminen
- Turvallisuusosaaminen
- Kansainvälistymiseen liittyvä osaaminen (kieli- ja kulttuuri-osaaminen, kv-kaupan osaaminen)
- Matkailutoimijoiden ja koulutustoimijoiden yhteistyö
- Matkailuyrityksille tiiviitä täsmäkoulutuksia. Koulutuksiin haetaan alan paras osaaminen
- Kansainvälistymisosaamisen osalta hyödynnetään Visit Finland Akatemian tuomat mahdollisuudet

Markkinointi, myynti ja digitaalisuus

Painopisteitä kehittämiseen

Kraatterijärvi-brändin täsmentäminen

- Brändin arvot ja lupaus, mahdollinen brändihierarkia, brändin näkyvyys alueella

Sisäinen viestintä

- Sähköiset kanavat
- Seudun yhteinen matkailupäivä/-ilta säännöllisesti
- Matkailun ajankohtaiset asiat
- Mahdollinen koulutuksellisen osuus
- Palkitaan vuoden matkailuteko

Media

- Uutuuksien ja tulosten esittely ja tiedottaminen. Huomioidaan myös esim. bloggaajat

Yhteinen markkinointi

- Painotus digitaalisessa markkinoinnissa ja tarinan esiintuomisessa.
- Kohderyhmäkohtaisesti ja kampanjaperiaatteella toteutetaan muita valittuja toimia.
- Yhteistyö Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:n kanssa.

Verkkonäkyvyyden kehittäminen

- Seudun matkailuurityksillä on toimiva verkkonäkyvyys
- Sosiaalisessa mediassa kaikille yhteinen hashtag#.
- Seudun kaikki mahdollinen kapasiteetti, myös mökit, ovat sähköisissä varausjärjestelmissä.
- **Kehitetään kraatterijärvi.fi** -sivustoa.

- Brändi ja seudun tarina
- Teemakohtainen tarjonta (tuotteet)
- Reitit
- Tapahtumat
- Myynti ohjataan yrityksiin, Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:öön tai tulevaisuudessa mahdollisen digitaalisen alustarakaisun kautta.



Digitaalinen kartta-aineisto

- Matkailun palvelutarjonta ja reitit esitetään kartan kautta

Älykkäät infotaulut

- Kraatterijärven seudun yhteiset älykkäät infotaulut esittelevät seudun matkailutarjonnan
- Infotauluihin voidaan kytkeä myös mainospaikkoja, joiden tuotolla tauluja voidaan osin rahoittaa.
- Infotaulut sijoitetaan matkailun keskeisiin solmukohtiin seudulla

Digitaalinen myyntimalli

- Järkevä täsmentää esim. yhteisesti maakuntatasolla: millaiset digitaaliset ratkaisut soveltuvat parhaiten ja mahdollistavat majoituksen lisäksi myös muiden matkailupalvelujen myymisen asiakkaalle.



Yhteistyömallista

- Selkeä tahtotila: yhteinen organisaatio tarvitaan ja Kraatterijärven toimijat ry on taho, jonka toimintaa tulisi tähän liittyen vahvistaa.
- Tällä hetkellä Kraatterijärven toimijat ry:n resurssit ovat pienet
- Mikäli yhdistyksen toimintaa ja vastuuta matkailussa halutaan vahvistaa tai laajentaa, tulee toiminnalle löytää uusia rahoituskanavia .
- Yhteinen markkinointi ja myynti kannattaa toteuttaa kaikkien kuntien yhteistyöllä hyvin pitkälle Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:n kautta, jotta varmistetaan resurssien mahdollisimman tehokas käyttö.
- Kraatterijärven **tarinan ja erityispiirteiden** esiintuomiseksi tarvitaan tiettyjä toimia, joita tulisi hoitaa seudullisesti. Tehtävät tulisi määrittellä niin, että päällekkäisyyksiä Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:n toimien kanssa ei synny.

Kraatterijärven toimijat ry

- Seudun yhteinen kevyt markkinointiorganisaatio, valitut tehtävät seudun tarinaan liittyen
- Seudun matkailun kehittämisen yhteistyöfoorumi ja tiedon välittäjä (suhteessa yrityksiin, kuntiin ja Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:öön)

Jäsenet

- Jäsenkanta laajennetaan: Kaikki yritykset ja kunnat + tapahtumien järjestäjät sekä yritykset matkailun liitännäisaloilta

Tehtävistä

- Yhteisen brändin kehittäminen, alueen ja tarjonnan esiintuonti
- Panostukset kraatterijarvi.fi sivustoon.
- Toimintasuunnitelma vuorovaikutuksessa Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:n kanssa, jolloin varmistetaan synergiaedut ja vältetään päällekkäisyydet.

Rahoituksesta

- Jäsenmaksut. Korotuspaineita
- Jäsenten saama hyöty kasvaa selkeästi maksun korotusta enemmän
- Myyntituloja mainospaikoista tai kumppaninäkyvyydestä

Organisoinnista

- Hallituksen jäsenillä aktiivinen ja vastuullinen rooli
- Toimintoja ja työtä ostetaan ulkopuolisilta palveluntarjoajilta.

Yhteistyö ulospäin

Yhteistyö lähialueen vetovoimakohteiden kanssa

- Sisällön osalta kohteet täydentävät toisiaan
- Yhteisiä kampanjoita, tuotepaketteja tai tapahtumakokonaisuuksia

Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy, Visit Pohjanmaa

- Yhteiset markkinointitoimenpiteet
- Tuotteet mukana ryhmämyynissä
- Matkailun kansainvälistymiseen liittyvät toimet ja hankkeet
- Mahdollinen yhteinen digimyyntiratkaisu suuraluetasolla

Muut teemakohtaiset kumppanuudet

- Eri toimijoilla teemakohtaisia yhteistyö verkostoja, joiden tuottama hyöty otetaan käyttöön
- Esim. Alvar Aalto -kaupunkien verkosto
- Esim. Geopark-verkosto



Investointien edistäminen ja kestävä kehitys

Kuntakohtaisten teemoihin sopivien matkailun kärki-investointien edistäminen

Saavutettavuus

- Liikennepalvelujen kehittäminen. Esimerkiksi liityntäliikenne rautatieasemalta kutsutaksiperiaatteella
- Laadukkaiden tietoliikenneyhteyksien varmistaminen (laajakaista, valokuituverkko)

Reitit opasteineen ja taukopaikkoineen

Vesille pääsyn kehittäminen

- Satamat, laiturit, niihin liittyvä infra ja opasteet

Majoituskapasiteetti

- Nykyinen majoituskapasiteetti riittää alkuvaiheessa
- Vajaakäytöllä olevat loma-asunnot hyödynnetään ottamalla ne mukaan myyntikanaviin.
- Matkailun kasvaessa tullaan tarvitsemaan myös uusia investointeja esim. majoitukseen. Tätä varten laaditaan selvitys potentiaalisista investointikohteista ja kiinnostavista konsepteista.

Kestävä kehitys

- Kestävä ja vastuullinen toimintatapa on asiakkaille tärkeää. Matkailijoille kestävyuden osoituksia matkailupalveluissa ovat mm. vesi- ja energiatehokkuus, jätehuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö jne.
- Jatkossa mahdollisessa geopark-prosessissa nousee myös esiin kestävien ratkaisujen kehittäminen ja esim. kestävä kehityksen strategia
- Järviseudun matkailun kehittämisessä huomioidaan ekologinen, sosio-kulttuurinen ja taloudellinen kestävyys



Mitattavat asiat ja kasvutavoitteet

Matkailijamäärät

- Rekisteröidyt yöpymiset
- Päiväkävijät ja tapahtumakävijät
- Yöpymiset + 4-5% vuodessa



Matkailualan yritystoiminta

- Matkailutoimialojen liikevaihto
- Toimipaikkojen määrä
- Liikevaihto esim. + 4-5% vuodessa
- Uutta yritystoimintaa



Aluetaloudelliset vaikutukset

- Matkailutulo
- Matkailuyöllisyys
- Tarkennetaan kun lähtötieto käytössä

Yhteistyöaktiivisuus

- Kraatterijärven toimijoiden jäsenmäärä
- Yritysryhmähankkeiden määrä
- Jäsenenä yli 90% matkailuyrityksistä + uusia jäseniä matkailun liitännäisaloilta
- 3 yritysryhmähanketta toteutunut/meneillään



Asiakastyytyväisyys

Matkailutarjonta

- Matkailullisten tapahtumien määrä
- Matkailutuotteet sähköisissä myyntikanavissa
- Uutta tapahtumatoimintaa
- Matkailutuotteiden määrä sähköisissä myyntikanavissa kasvanut merkittävästi



3. Pohja uudelle kasvulle

- Geopark-prosessi vauhtiin
- Digitaalinen myyntimalli

Kansainvälistyminen ja uudet investoinnit

2. Sisältö valmiiksi

- Teemakohtainen tuotekehitys
- Kraatterijärven markkinointivälineet
- Tapahtumien kehittäminen
- Georeittien ja pyöräilyreittien toteutus karttoineen
- Yhteistyö lähialueen vetovoimakohteet

Kasvua kotimaasta

1. Perusta kuntoon

- Master planin jalkautus
- Yhteistyön kehittäminen
- Osaamistarpeiden kartoitus ja osaamisen kehittäminen käyntiin
- Georeittien suunnittelu
- Pyöräreittien suunnittelu
- Mittarien ja lähtötilannetietojen tarkentaminen



AISAPARI



maaseuturahasto



Kraatterijärven Ihmeet



matkailu

FCG