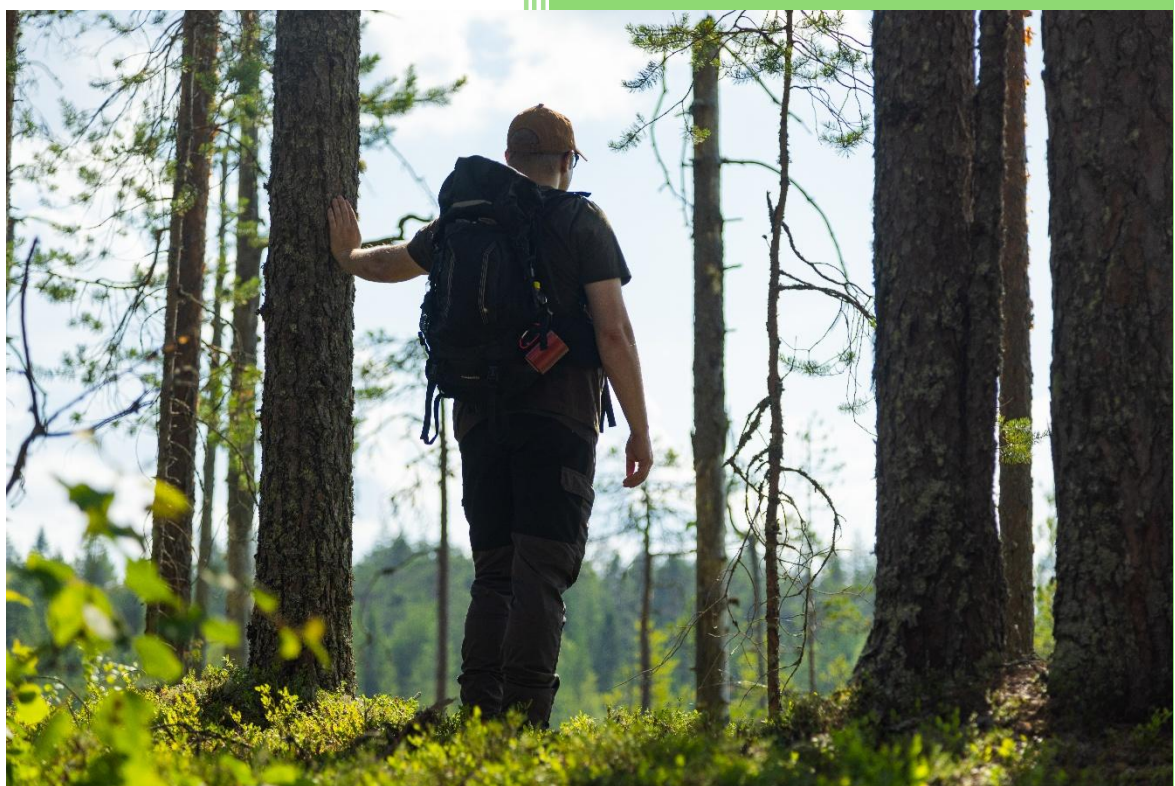


Rautavaara Nature's Best Hankkeen loppuraportti



Rönkkö, Markus
Rautavaaran kunta
12/2025

Sisällysluettelo

Hankkeen tausta ja lähtökohdat	3
Tavoitteet hankkeessa	5
Hankkeen toteutus.....	6
Yhteismarkkinoinnin valokuvaukset	6
Kuvapankin rakentaminen ja käyttöönotto	8
Visit Rautavaara -painetut esitteet	8
Visit Rautavaara englanninkielinen verkkosivu	9
Työpajat, asiantuntijakoulutukset, kokoontumiset	9
Kansainvälisyysvalmiuksien kehittäminen	13
Vastuullisen matkailun edistäminen.....	13
Tapahtumat ja messuedustukset	14
Viestintä ja somekampanjat.....	18
Sisäinen viestintä – yritykset ja sidosryhmät	18
Ulkoinen viestintä – näkyvyys Rautavaaralle ja toimijoille	19
Maksulliset somekampanjat 2024–2025 lukuina	20
Yritysten tukeminen viestinnässä	23
Matkailuinfopisteen toiminta 2024, 2025.....	24
Matkailukysely kesäajalta 2025	25
Reitti- ja kohdekartoitukset sekä palvelutuotannon kehittämisen suunnitelma	26
Opastesuunnitelma ja kohteiden saavutettavuuden kehittäminen.....	27
Verkosto- ja sidosryhmäyhteistyö.....	28
Ohjausryhmän toiminta	29
Hankkeen tulokset ja vaikutukset	29
Laadulliset konkreettiset tuotokset ja kehittämistyön tulokset	29
Määrälliset tavoitteet ja niiden toteumat.....	31
Vaikutukset yritystoiminnalle	33
Vaikutukset kunnalle ja matkailualueelle	33
Vaikutukset matkailijoihin ja kävijäkokemukseen	33
Uudet ja odottamattomat vaikutukset	34
Toiminnan jatkuvuus ja jatkotoimenpiteet	35
Toiminnan jatkuvuus hankkeen päättymisen jälkeen	35
Kehittämistarpeet ja jatkotoimenpiteet.....	36
Yhteenveto toiminnan jatkumisesta	37
Mitä opittiin ja mitä voidaan tehdä toisin	37
Mitä opittiin hankkeen aikana.....	37

Mitä kannattaa tehdä toisin tai vahvistaa jatkossa.....	40
Yhteenveto ja päätössanat	41
Kiitokset.....	42

HANKETIEDOT

Hankeaika:

1.8.2023 – 30.9.2025. Hankeaikaa jatkettiin muutoshakemuksella **31.12.2025** asti.

Rahoitus:

Hankkeen kokonaisrahoitus on **134 552 €**, josta EU- ja valtion rahoitusosuus on **107 642 € (80 %)** ja Rautavaaran kunnan rahoitusosuus **26 910 € (20 %)**.

Rahoittava viranomainen:

Pohjois-Savon liitto.

Ohjelma:

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027, EU:n alue- ja rakennepolitiikan ohjelma.

Rahasto: **Euroopan aluekehitysrahasto (EAKR)**

Toimintalinja: **1 Innovatiivinen Suomi**

Erityistavoite: **1.3 Pk-yritysten kasvun ja kilpailukyvyn parantaminen**

Toteuttaja:

Rautavaaran kunta

Henkilöstö:

Hankepäällikkö **Tuula Palojärvi** hankkeessa 20 % työajalla 31.12.2024 saakka.

Hankekoordinaattori **Markus Rönkkö** hankkeessa 80 % työajalla 31.1.2025 saakka.

Muutoshakemuksella hankekoordinaattorin ja hankepäällikön tehtävät yhdistetty kokoaikaiseksi hankevastaavan tehtäväksi. Hankevastaava **Markus Rönkkö** hankkeessa 100 % työajalla **1.2.–31.12.2025**.

RAUTAVAARA
Nature's Best



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Hankkeen tausta ja lähtökohdat

Rautavaaran kunnassa oli ennen Nature's Best -hanketta tehty määrätietoista matkailun kehittämistyötä, jonka tuloksena alueelle oli syntynyt matkailuverkostoa ja vakiintunutta yhteistyötä kunnan ja yrittäjien välille. Rautavaaran kunnan 18.5.2020 – 31.1.2022 toteuttaman, Pohjois-Savon liiton EAKR rahoitteen Live Like a Local -hankkeen luoma Visit Rautavaara -yhteismarkkinointimalli sekä vuosien varrella vahvistunut luontomatkailun perusta loivat hyvät lähtökohdat uuden kehittämisvaiheen käynnistämiseksi. Lisäksi Tiilikajärven kansallispuiston laajentuminen ja kasvava kävijäpotentiaali nostivat esiin tarpeen vahvistaa matkailupalveluja ja parantaa kohteiden saavutettavuutta.

Hankesuunnitelmaa valmisteltiin vuoropuhelussa yritysten kanssa. Useat paikalliset toimijat – majoitus-, ohjelmalvelu-, hyvinvointi- ja kahvila-alan yritykset sekä mökkivuokraajat ja yhdistykset – ilmaisivat kiinnostuksensa kehittää palvelujaan yhteisesti. Valmisteluvaiheen kysely osoitti selkeästi, että reitteihin ja luontokohteisiin liittyvä palvelutuotanto, kansainvälistyminen ja vastuullisuus olivat

keskeisiä teemoja. Myös aiempi yhteistyö Metsähallituksen kanssa sekä Tiilikkajärven Master Plan -työ vahvistivat jatkohankkeen perustaa.

Näiden tekijöiden myötä hankkeelle muodostui selkeä ja toimijoiden jakama tahtotila: syventää yhteistyötä, vahvistaa luontoon perustuvia palveluja ja vastata kasvavaan kysyntään tavalla, joka hyödyntää Rautavaaran omia paikallisvahvuuksia ja tukee alueen kestävä matkailun kasvua. Rautavaaran matkailun kehittämismahdollisuudet liittyivät erityisesti kunnan rikkaaseen luontoympäristöön ja siihen, että Tiilikkajärven lisäksi myös muut kohteet haluttiin nostaa nykyistä näkyvämmiin esiin.

Luontokohteet ja palvelumahdollisuudet haluttiin näyttää matkailijalle selkeämpänä kokonaisuutena. Kohteiden saavutettavuutta ja löydettävyyttä tuli parantaa, ja palvelujen esittelyä eri asiakasryhmille vahvistaa. Nähtiin myös tarve tukea yritysten osaamista kansainvälisen asiakaskunnan palvelemisessa sekä tarjota koulutusten ja työpajojen kautta keinoja kehittää palveluja ja tuoda vastuullisuus näkyväksi osana yritysten toimintaa.

Yhteistyöverkoston lähtökohdat olivat hyvät, mutta sen toimintaa haluttiin vahvistaa entisestään. Yhteismarkkinointi, yritysten yhteiset tuotteistamistoimet ja kohteiden esille tuonti olivat tärkeitä kehittämissaiheita. Hankkeessa haluttiin tuottaa yhtenäistä Visit Rautavaara -materiaalia, kuten esitteitä, kuva- ja videotuotantoa sekä kieliversioita, ja olla näkyvästi esillä messuilla ja tapahtumissa, joissa tavoitetaan matkailijoita.

Luontoon ja paikallisvahvuuksiin perustuva elinvoima on keskeinen osa Rautavaaran strategista kehityssuuntaa. Luontomatkailu nähdään tärkeänä kasvualana, jossa puhtaus, hiljaisuus ja hyvinvointia tukevat ympäristöt muodostavat selkeän identiteettitekijän. Näitä tavoitteita edistämään oli luontevaa käynnistää hankemuotoinen kokonaisuus.

Nature's Best -hanke syntyi tilanteessa, jossa:

- matkailukysynnän kasvua oli odotettavissa
- alueen kohteet ja palvelut kaipasivat parempaa löydettävyyttä ja saavutettavuutta
- toimijoilla oli halu kehittää yhteistyötä ja näkyvyyttä
- yritysverkosto muodosti valmiin alustan yhteiskehittämiselle
- kansainvälistymisen ja vastuullisuuden teemat nousivat esiin uusina painotuksina
- yritysten osaamista ja tietotaitoa haluttiin vahvistaa
- yhteismarkkinointi haluttiin rakentaa yhtenäiseksi ja näkyä tapahtumissa ja messuilla
- kunnalla on strateginen tavoite vahvistaa luontoon perustuvaa elinvoimaa

Hankkeen perustana oli tunnistettu tarve koota alueen matkailulliset vahvuudet yhteen, lisätä niiden näkyvyyttä ja rakentaa yhteistyöhön perustuva malli, joka tukee yritysten kasvua ja Rautavaaran asemaa vahvana luontomatkailukohteena.

Tavoitteet hankkeessa

Nature's Best -hankkeen tavoitteet muodostuivat kokonaisuudesta, jossa Rautavaaran matkailun vahvuuksia haluttiin kehittää suunnitelmallisesti, yhteistyössä paikallisten yritysten ja keskeisten sidosryhmien kanssa. Tavoitteet liittyivät erityisesti luontokohteiden hyödyntämiseen, palveluiden kehittämiseen sekä yritysten osaamisen ja näkyvyyden vahvistamiseen. Hankkeen tavoitteet voidaan jäsentää seuraaviin kokonaisuuksiin:

1. Paikallisvahvuuksien tunnistaminen ja hyödyntäminen

Hankkeen keskeisenä tavoitteena oli löytää Rautavaaran luontoon perustuvia vahvuuksia ja lisätä niiden hyödyntämistä matkailuliiketoiminnassa. Yritysten kanssa tehtävällä yhteiskehittämisellä haluttiin kasvattaa ymmärrystä siitä, miten luonnon tarjoamat mahdollisuudet voidaan muuttaa palveluiksi ja tuotteiksi eri kohderyhmille.

2. Luontokohteisiin liittyvien palvelujen kehittäminen

Tavoitteena oli kehittää kohteisiin linkittyviä matkailupalveluja ja tuoda esiin tapoja, joilla reittejä, tapahtumia, vesistöjä ja luontokokemuksia voidaan yhdistää palvelutuotantoon. Hankkeessa haluttiin nostaa esiin myös uusia luontoon perustuvia ideoita, joiden avulla palvelutarjontaa voidaan monipuolistaa.

3. Löydettävyyden ja saavutettavuuden parantaminen

Tavoitteena oli parantaa Rautavaaran luontokohteiden ja reittien löydettävyyttä sekä helpottaa matkailijoiden liikkumista alueella. Lähtökohtaisesti haluttiin selkeyttää opastusta, parantaa reittien ja kohteiden tunnistettavuutta sekä varmistaa, että matkailija löytää kohteisiin sujuvasti.

4. Kohteiden ja palvelujen esiin nostaminen markkinoinnin kautta

Hankkeen tavoitteena oli parantaa Rautavaaran näkyvyyttä sekä kotimaisille että kansainvälisille matkailijoille. Osana tätä kokonaisuutta haluttiin vahvistaa yhteismarkkinointia Visit Rautavaara -brändin alla, tuottaa ajantasaista markkinointimateriaalia ja olla näkyvillä tapahtumissa ja messuilla. Tämä tarkoitti esimerkiksi valokuva- ja videotuotantoa, esitemateriaaleja sekä digitaalisten kanavien kehittämistä.

5. Kansainvälistymisen edistäminen

Tavoitteena oli laajentaa Rautavaaran matkailupalvelujen näkyvyyttä myös kansainvälisiin asiakasryhmiin ja lisätä yritysten valmiutta palvella ulkomaisia matkailijoita. Tätä varten hankkeessa suunniteltiin ja tuotettiin englanninkielisiä sisältöjä, käynnistettiin yhteistyössä matkailuenglannin kurssi sekä vahvistettiin yritysten tietotaitoa kansainvälisten asiakkaiden palvelemisessa.

6. Vastuullisuusajattelun vahvistaminen

Hankkeessa haluttiin lisätä ymmärrystä siitä, mitä vastuullisuus matkailussa tarkoittaa ja miten sitä voidaan toteuttaa yritysten omassa toiminnassa sekä viestinnässä. Tavoitteena oli tunnistaa konkreettisia keinoja, joilla yritykset voivat tuoda vastuullisuuden näkyväksi palveluissaan ja kehittää toimintaansa kestävien periaatteiden mukaisesti.

7. Uudistavan matkailun mahdollisuuksien tarkastelu

Osana kehittämistyötä hankkeessa haluttiin tunnistaa uudistavan matkailun mahdollisuuksia, eli toimintatapoja, joissa matkailija voi olla mukana ympäristöä vahvistavissa ja sitä tukevissa ratkaisuisa.

8. Yritysten osaamisen ja tietotaidon vahvistaminen

Hankkeessa haluttiin lisätä yrittäjien osaamista erityisesti markkinoinnin, palvelumuotoilun, kansainvälistymisen ja vastuullisuuden teemoissa. Asiantuntijatyöpajat ja hankekokoontumiset tarjosivat yrityksille mahdollisuuden tarkastella omaa palvelu- ja tuotekehitystään yhdessä muiden toimijoiden kanssa ja löytää uusia näkökulmia liiketoiminnan kehittämiseen.

9. Yhteistyön tiivistäminen keskeisten sidosryhmien kanssa

Tavoitteena oli vahvistaa yhteistyötä niiden toimijoiden kanssa, joilla on keskeinen rooli Rautavaaran luontomatkailun kehittämisessä. Yhteistyön kohteiksi tunnistettiin Metsähallituksen luontopalvelut, Pohjois-Savon Matkailu Oy sekä Savonia-ammattikorkeakoulun Digireitit-hanke.

Tavoitteena oli, että yhteistyö Metsähallituksen kanssa tukee Tiilikjärven kansallispuiston ja sen lähialueiden suunnitelmallista kehitystä ja tarjoaa ajantasaista tietoa luontokohteiden käytöstä ja palveluista. Pohjois-Savon Matkailu Oy:n kanssa tehtävällä yhteistyöllä toivottiin edistää alueellista matkailuosaamista sekä vahvistaa saaduin tiedoin Rautavaaran asemaa osana maakunnallista matkailukokonaisuutta. Digireitit-hankkeen suuntaan tavoitteena oli edistää reittien ja luontokohteiden digitaalista esittämistä ja saavutettavuutta.

Hankkeen toteutus

Nature's Best -hankkeen toteutus rakentui konkreettisista kokonaisuuksista, joihin sisältyivät yhteismarkkinointiin liittyvän materiaalin tuotanto ja valokuvaus, reitti- ja kohdekartoitukset, opastuksen ja luontokohteiden saavutettavuuden parantaminen, Visit Rautavaara sivuston kehitystyö ja englanninkielisen käännösversio toteuttaminen, alueen matkailun yhteismarkkinointi, työpajat ja asiantuntijakoulutukset, yritysten kansainvälisyysvalmiuksien parantaminen, verkostoyhteistyön tiivistäminen sekä vastuullisuuden edistäminen matkailutoiminnassa. Toteutuksen keskeinen osa oli myös tuotekonseptointi työpajojen kautta, jossa yrityksiä tuettiin palveluiden kehittämisessä ja uusien luontoon perustuvien matkailutuotteiden suunnittelussa.

Yhteismarkkinoinnin valokuvaukset

Hankkeessa toteutettiin laaja valokuvaus- ja videotuotanto yhteistyössä Hero Creativen kanssa. Kuvausten tavoitteena oli tuoda esiin Rautavaaran luontokohteiden monipuolisuus, maisemien visuaalinen vetovoima sekä alueen aktiviteetit eri vuodenaikoina. Materiaali palvelee sekä kunnan että yritysten yhteismarkkinointia.

Kuvausten tavoitteena oli:

- tuottaa lisää aktiviteettipainotteista luontoaiheista valokuva- ja videomateriaalia yhteismarkkinointiin
- vahvistaa Rautavaaran maisemallisten ja luontoon perustuvien vetovoimatekijöiden esiin tuontia

- tukea tapahtumien, somekanavien ja Visit Rautavaaran verkkosivujen visuaalisen sisällön rakentamista

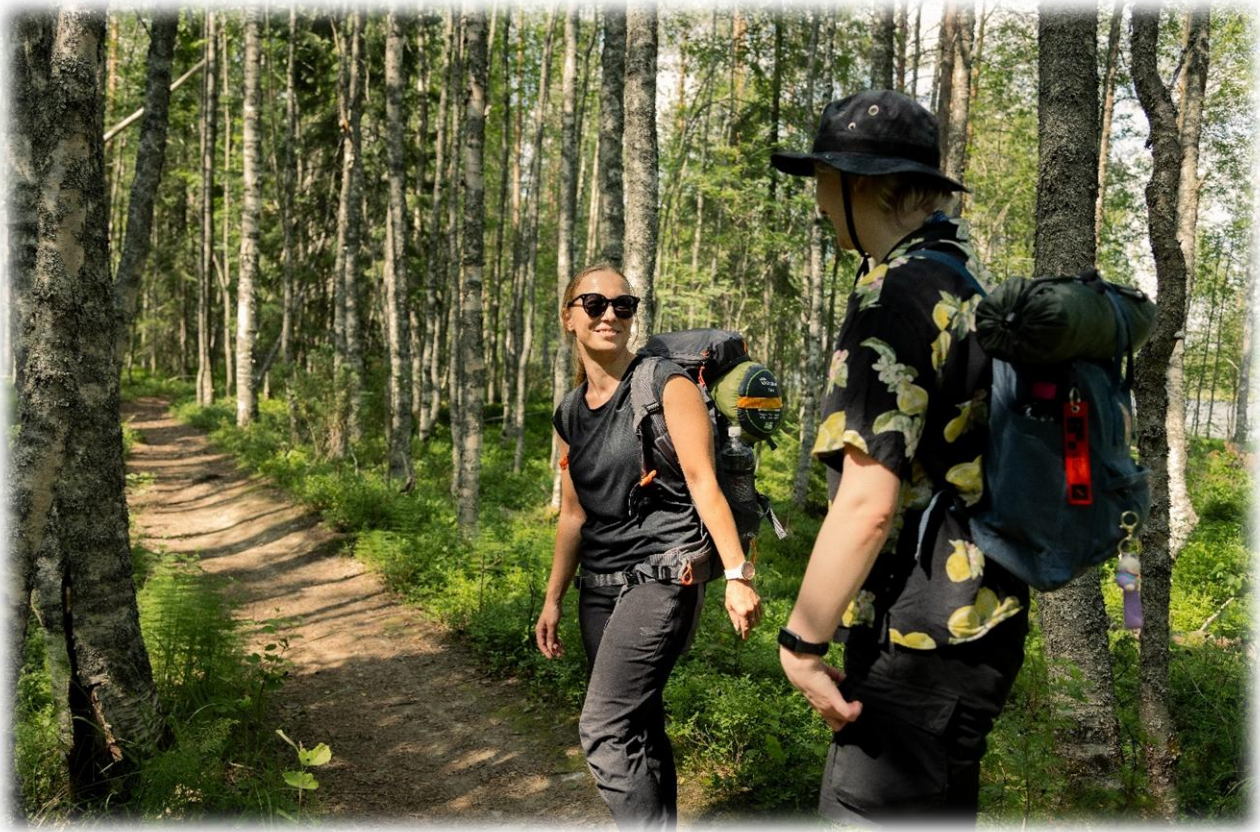
Kuvauskokonaisuuksiin sisältyivät muun muassa seuraavat kohteet:

Viilekelampi, Kipari, Tiilikkajärven kansallispuisto, Metsäkartanon ympäristö ja vesistöalueet, Matalansuo sekä kirkonkylän alue.

Aktiviteeteista kuvattiin laaja kirjo Rautavaaran matkailulle tunnusomaisia teemoja, kuten:

- pilkkiminen, kesäkalastus, melonta & kanootit
- nuotiokahvit, eräruoka ja leiriytyminen
- lumikenkäily ja patikointi
- opastus, luontoyhteys ja hyvinvointi
- uiminen, saunominen ja palju
- marjastus, sienestys ja metsästys
- jooga ja muut hyvinvointiteemat
- sisääktiviteetit, kuten biljardi ja karaoke

Lisäksi otettiin maisemakuvia. Tulevia tapahtumamarkkinointia varten kuvattiin myös aktiviteetteja Rautavaarapäivien yhteydessä.



Kuva 1 Hankevalokuvauksia: Patikoimassa Tiilikkajärven kansallispuistossa Uitonkierrolla kesällä 2024

Kuvapankin rakentaminen ja käyttöönotto

Hankkeessa etsittiin Rautavaaran kunnalle ja sen sidostyhmäkäyttöön soveltuva kuvapankki. Näin saatiin kunnan hajallaan ollut kuva- ja videomateriaali koottua yhteen helposti käytettävään alustaan. Kuvapankki tuki tavoitteita tuoda samaan paikkaan myös aiemmissa eri hankkeissa sekä Nature's Best -hankkeessa tuotettu materiaali.

Kuvapankki rakennettiin Kuvat.fi-palvelualustalle, johon määriteltiin selkeä kansiorakenne, käyttösäännöt ja materiaalin jaottelu. Palvelu helpottaa kunnan omaa materiaalinhallintaa ja mahdollistaa samalla yhteismarkkinointiin tarkoitetun kuva- ja videomateriaalin jakamisen matkailuverkoston toimijoille sekä muille sidosryhmille. Kuvapankki parantaa materiaalin löydettävyyttä ja varmistaa, että kaikki käytettävä sisältö löytyy yhdestä paikasta.

Visit Rautavaara -painetut esitteet

Hankkeessa tuotettiin painetut Visit Rautavaara -esitteet suomeksi ja englanniksi tukemaan alueen matkailun yhteismarkkinointia. Esitteiden tarkoituksena oli koota yhteen Rautavaaran keskeiset luontokohteet, palvelut ja eri vuodenaikojen aktiviteetit, jotta matkailijoille voidaan tarjota selkeä kokonaiskuva alueen tarjonnasta.

Esitteitä jaettiin messuilla ja tapahtumissa, matkailuneuvonnassa sekä yritysten omissa esitepisteissä. Englanninkielinen esite täydensi Visit Rautavaara -verkkosivuston kieliversioita ja paransi Rautavaaran saavutettavuutta kansainvälisille kävijöille. Esitemateriaali tuki koko hankkeen markkinointiviestintää ja vahvisti yhtenäistä Visit Rautavaara -ilmettä.



Kuva 2 Englanninkielinen Visit Rautavaara esite valmistui kesälle 2025

Visit Rautavaara englanninkielinen verkkosivu

Hankkeen toteutukseen sisältyi Visit Rautavaara -matkailusivuston englanninkielisen version tekninen suunnittelu, sisältöjen tuottaminen ja kääntäminen. Tavoitteena oli koota Rautavaaran matkailun keskeiset osa-alueet selkeisiin kokonaisuuksiin, jotta kansainväliset matkailijat löytävät helposti tietoa alueen tarjonnasta. Englanninkielinen sivusto sisältää seuraavat pääosiöt:

- Kohteet
- Aktiviteetit
- Tapahtumat
- Majoitus ja leirintä
- Kahvilat ja ravintolat
- Ostokset
- Vastuullisuus

Sivuston valmistelu sisälsi laajan yrityskontaktoinnin: hankkeessa käytiin systemaattisesti läpi Visit Rautavaaran suomenkielisessä sivustossa mukana olevat yritykset ja lisäksi kartoitettiin, ketkä halusivat tuoda palvelunsa esiin myös englanniksi. Yrityksiä ohjattiin sisällön tuottamisessa, ja hankkeessa tehtiin tarvittavat käännökset ja tarkennukset, jotta tiedot saatiin yhtenäisesti koottua englanninkieliselle sivulle.

Työtä tehdessä tarkistettiin ja päivitettiin lisäksi yritysten suomenkieliset palvelukuvaukset vastaamaan sivuston yhteismarkkinoinnillista ajatusta. Työstä ja sivujen valmistumisesta tiedotettiin matkailuverkostolle. Sivusto julkaistiin tammikuussa 2025.

Englanninkielisen sivuston julkaisu paransi Rautavaaran kansainvälistä saavutettavuutta ja tuki tavoitteita vahvistaa asemaansa myös kansainvälisen luontomatkailun kohteena.

Osoite: <https://visitrautavaara.fi/en>

Työpajat, asiantuntijakoulutukset, kokoontumiset

Nature's Best Hankkeessa asiantuntijakoulutusten, työpajojen ja kokoontumisten rooli määriteltiin keskeiseksi keinoksi vahvistaa Rautavaaran matkailutoimijoiden osaamista, yhteistyötä ja palveluiden kehittämistä.

Työpajojen hankesuunnitelmaan perustuvia keskeisiä teemoja olivat:

- luontokohteiden ja reittien hyödyntämisen parantaminen,
- vesistöjen matkailukäytön mahdollisuuksien tunnistaminen,
- tapahtumien roolin vahvistaminen osana matkailutarjontaa,
- palveluiden tuotteistaminen/konseptointi
- yritysten vastuullisuusosaamisen mukaan lukien viestintä parantaminen (ml. STF-teema)

- yhteismarkkinoinnilliset toimenpiteet,
- sekä kansainvälisiin asiakasryhmiin liittyvän osaamisen vahvistaminen.

Hankesuunnitelmassa korostettiin, että Rautavaaran matkailun kasvu edellyttää yhteistä kehittämistä ja tiiviimpää verkostoa. Työpajojen tavoitteena olikin tuoda toimijat yhteen, lisätä vuoropuhelua ja tietotaitoa. Näiden kokoontumisten kautta haluttiin myös vahvistaa yritysten kykyä tunnistaa omia vahvuuksiaan, kehittää palvelujaan ja varautua vähitellen matkailun kansainvälistymisen.

2023

23.11.2023 – Hankkeen aloitusinfo, kunnantalon valtuustosali

Tyyppi: aloitusinfo / verkostotilaisuus

Sisältö: Hankkeen tavoitteet, toimenpiteet, aikataulu ja hyödyt yrittäjille; osallistujat pääsivät vaikuttamaan alkuvaiheen toiminnan suunnitteluun.

2024

7.2.2024 – Vastuullisuus Metsäkartanolla -päivä

Tyyppi: asiantuntijapäivä / työpaja (vastuullisuus)

Sisältö: Vastuullisen matkailun käytännöt Metsäkartanolla; yritysten kanssa keskusteltiin vastuullisuuden sertifikaateista ja vastuullisuuden todentamisesta.

21.2.2024 – Vastuullisuusajattelusta käytäntöön, tavoitteet konkretiaksi ja teot näkyviksi!

Tyyppi: asiantuntijatyöpaja

Sisältö: Vastuullisuuden eri osa-alueet käytännössä, mittaaminen, todentaminen ja vastuullisuusviestintä matkailuyritysten arjessa.

20.3.2024 – Yhteistapaaminen: Messut, valokuvaukset ja yhteismarkkinointi

Tyyppi: verkostokokooneminen / suunnittelutapaaminen

Sisältö: Erätaika 2024 -messujen, valokuvauspäivien ja muun yhteismarkkinoinnin suunnittelu; yrittäjien kiinnostuksen kartoitus edustustehtäviin ja materiaalien toimittamiseen messuille.

2.4.2024 – Hankkeen ensimmäinen yhteismarkkinoinnin valokuvauspäivä

Tyyppi: yhteismarkkinoinnin valokuvausten toteutuspäivä

Sisältö: Visit Rautavaara -yhteismarkkinointia varten toteutettu kuvauspäivä, jossa kuvattiin talviaktiviteetteja ja luontokohteita.

12.6.2024 – Kesävalokuvausten suunnittelupäivä, Tiilikkajärven kansallispuisto / Hotelli-Ravintola Tiilikka

Tyyppi: suunnittelutyöpaja / kohdetutustuminen

Sisältö: Tiilikkajärven kesäkuvausvauksia varten kuvasuunnitelman ja reittien läpikäynti, Uitonkierron tutustumiskäynti ja kuvausideoiden kerääminen suunnitelmaan.

28.6.2024 – Kesävalokuvaukset Tiilikkajärven kansallispuistossa (Uitonkierto)

Tyyppi: yhteismarkkinoinnin valokuvausten toteutuspäivä / yhteistoiminnallinen kehittämispäivä

Sisältö: Kuva- ja videomateriaalin tuottaminen Visit Rautavaara -yhteismarkkinointiin yhdessä osallistuvien yritysten kanssa.

29.6.2024 – Rautavaarapäivien valokuvaukset

Tyyppi: yhteismarkkinoinnin valokuvauspäivä / tapahtuma-aktiiviteetti kuvaus

Sisältö: Rautavaarapäivien yhteydessä kuvattiin tapahtumatunnelmaa, paikallisia palveluja, aktiiviteetteja. Materiaalia hyödynnettiin Visit Rautavaaran yhteismarkkinoinnissa ja kunnan tapahtumallisessa matkailuviestinnässä.

15.8.2024 – Syksyn yhteismarkkinoinnin valokuvaussuunnittelun kokoontuminen, kunnanhallituksen kokoushuone

Tyyppi: suunnittelukokoontuminen / verkostotapaaminen

Sisältö: Syksyn kuvausten ideointi (metsästys, kalastus, marjastus, saunominen, syysaktiiviteetit), kuvauspaikkojen suunnittelu.

21.9.2024 – Metsäkartanon aktiiviteettipäivän valokuvaukset

Tyyppi: yhteismarkkinoinnin valokuvauspäivä

Sisältö: Metsäkartanon ympäristössä kuvattiin yritysytteistyössä syksyisiä aktiiviteetteja, palveluja ja luontoympäristöä vahvistamaan alueen yhteistä markkinointimateriaalia.

22.9.2024 – Eräaktiiviteettipäivän valokuvaukset

Tyyppi: yhteismarkkinoinnin valokuvauspäivä

Sisältö: Erä- ja luontoaktiiviteetteihin keskittynyt kuvauspäivä, jossa keskiössä metsästys, sienestys, marjastus ja majoittautuminen.

27.11.2024 – Nature’s Best -asiantuntijatyöpaja “Muille maille vierahille? Asiakaspalvelu paremmaksi – kaikille asiakkaille!”

Tyyppi: asiantuntijatyöpaja (kansainväliset asiakkaat & asiakaspalvelu)

Sisältö: Ulkomaalaisten ja eri kulttuuritaustaisen asiakkaiden kohtaaminen, palvelutilanteet ja kieli; käytännön vinkkejä ja esimerkkejä yritysten käyttöön.

2025

19.3.2025 – Nature’s Best -hankkeen yhteiskokoontuminen, kunnantalon valtuustosali

Tyyppi: verkostokokoontuminen / yhteistapaaminen

Sisältö: Aiheena Erätaika 2025 -messut, Korpimetsän kutsu messut, kuvapankin käyttö, tulevat koulutukset ja yhteismarkkinointi; avoin ideointi ja osallistumismahdollisuuksien läpikäynti.

16.4.2025 – “Tekoäly haltuun luontomatkaileuyrittäjän arjessa” (Teams)

Tyyppi: asiantuntijakoulutus / työpaja

Sisältö: Tekoälyn hyödyntäminen markkinoinnissa, sisällöntuotannossa, asiakaspalvelussa ja tuotteistamisessa luontomatkaileuyritysten näkökulmasta.

5.6.2025 – Yhteiskokoontuminen: Rautavaaran reitit ja luontokohteet palvelutuotannossa (Wanha Roinila)

Tyyppi: työpaja / kehittämiskokoontuminen

Sisältö: Reittien ja luontokohteiden hyödyntäminen yritysten palvelutarjonnassa, tuotteistusideoiden kerääminen ja konseptointi (myös tekoälyn ja tuotekorttipohjien avulla).

3.9.2025 – Työpaja 1: Vesistöt ja yritysveltoinen tapahtumatuoanto (Erä Gana & Guggo)

Tyyppi: kehittämistyöpaja

Sisältö: Vesistöihin liittyvät palvelut, yritysveltoinen tapahtumatuoanto, uusien ideoiden keruu ja mahdollisten uusien kehityskohteiden tunnistaminen.

24.9.2025 – Työpaja 2: Reitit, kohteet, tapahtumat ja vesistöt – koottu tuotteistaminen ja palvelumuotoilu (kunnanhallituksen kokoushuone)

Tyyppi: kokoava työpaja / palvelumuotoilu

Sisältö: Syksyn työpajojen tulosten läpikäynti, lupaavimpien tuoteideoiden jatkokonseptointi ja yhteistyömallien hahmottelu.

26.11.2025 – Hankkeen päättärit (kunnanhallituksen kokoushuone)

Tyyppi: päätös- ja verkostotilaisuus

Sisältö: Hankkeen tulosten ja opittujen asioiden läpikäynti, jatkokehittämisen kohteet sekä vapaamuotoinen keskustelu matkailutoimijoiden yhteistyön jatkosta.

Hankkeen aikana on pidetty 18 varsinaista verkoston kokoontumista/työpajaa. Tähän ei ole luettu mukaan sellaisia kokoontumisia, jotka ovat hankehenkilöstön ja kunnan toimijoiden sekä sidostyhmätyötä tekevien välisiä kokoontumisia. Lisäksi kokoontumisia on ollut myös matkailuenglannin kurssin parissa.



**VASTUULLISUUSAJATTELUSTA
KÄYTÄNTÖÖN, TAVOITTEET
KONKRETIAKSI, TEOT NÄKYVIKSI!**

**Kouluttajana vastuullisuuden ja
kestävän kehityksen huippuasiantuntija
Anu Nylund!**

Anu Nylund
Mood of Finland

*Kc 21.2.2024
Klo 13.00*

Inspiroiva, tekevä ja osaamista kehittävä
ASIAANTUNTIJATYÖPAJA 21.2
Rautavaaran kunnantalolla
<https://link.webropol.com/s/vastuullisuusajattelustakongretiaan>

RAUTAVAARA
Nature's Best

 Euroopan unionin
osarahoittama

 Pohjois-Savon liitto

Kuva 3 Talven 2024 Asiantuntijatyöpajassa konkretisoitiin vastuullisuusajattelua.

Kansainvälisyysvalmiuksien kehittäminen

Hankkeessa kansainvälisyyden vahvistaminen nähtiin tärkeänä, sillä Tiilikjärven kansallispuiston kasvavat kävijämäärät ja luontomatkailun yleiset kehityssuunnat viittasivat siihen, että myös Rautavaaralla oli odotettavissa kasvua kansainvälisten matkailijoiden määrässä. Osana hankkeen tavoitteita oli parantaa yritysten valmiuksia palvella kansainvälisiä asiakkaita, vahvistaa Rautavaaran näkyvyyttä englannin kielellä ja luoda askelia kansainvälistymiseen.

Kansainvälisille matkailijoille suunnattua sisältöä tuotettiin laajasti. Hankkeessa julkaistiin Visit Rautavaaran englanninkielinen verkkosivusto, tehtiin englanninkielinen esite, laadittiin kaksikielinen luontomatkailun vastuullisuussivu, ja julkaistiin Rautavaaran kunnan nähtävästi ensimmäinen englanninkielinen somemainos luontomatkailusta. Yrityksiä kannustettiin ja neuvottiin tuottamaan omia englanninkielisiä palvelukuvauksia ja muotoilemaan kotisivujensa sisältöjä kansainvälisiä asiakkaita varten.

Yritysten osaamista vahvistettiin järjestämällä kansainväliseen asiakaspalveluun keskittyvä asiantuntijatyöpaja, jossa käsiteltiin ulkomaalaisten matkailijoiden kohtaamista, kulttuurieroja ja englanninkielisiä palvelutilanteita. Lisäksi yritykset saivat tukea viestinnän ja palvelutekstien muotoiluun.

Hankkeen aikana käynnistettiin myös matkailuenglannin kurssi yhteistyössä Kuopion kansalaisopiston kanssa. Kurssi paransi yrittäjien käytännön kielivalmiuksia, ja sen suosion vuoksi se jatkui osana opiston tarjontaa. Tämä vahvisti hankkeen tavoitetta edistää paikallisia kansainvälisyysvalmiuksia.

Vastuullisen matkailun edistäminen

Rautavaaran matkailu perustuu ainutlaatuisiin luontokohteisiin, puhtaaseen ympäristöön ja rauhallisiin maisemiin, jotka muodostavat alueen keskeisimmän vetovoiman. Siksi hankesuunnitelmassa vastuullisuus nostettiin yhdeksi tärkeimmistä kehittämisteemoista: luonnon hyvinvointi ja ympäristöarvojen säilyttäminen ovat välttämättömiä luontomatkailun kestäväälle kasvulle.

Hankkeen vastuullisuustyö käynnistyi Metsäkartanolla järjestetyllä vastuullisuusteemapäivällä, jossa käytiin läpi matkailualan keskeisiä sertifiointimalleja (mm. Sustainable Travel Finland), arvioitiin niiden soveltuvuutta paikallisille toimijoille ja tutustuttiin Metsäkartanon omiin vastuullisuuskäytäntöihin.

Teemaa syvennettiin asiantuntijatyöpajassa ”Vastuullisuusajattelusta käytäntöön – tavoitteet, konkretia ja teot näkyviksi”, jossa yritysten kanssa tarkasteltiin konkreettisia vastuullisuustoimia, ja laajennettiin ymmärrystä eri vastuullisuuden osa-alueista. Työpajassa käsiteltiin myös vastuullisuusviestintää: miten yritys voi tuoda esiin eri vastuullisuusalueensa asiakaslähtöisesti konkreettisin sekä todennettavissa olevin keinoin.

Osana hankkeen tuloksia laadittiin lisäksi Visit Rautavaaran luontomatkailun vastuullisuussivu, joka kokoaa yhteen Rautavaaran luontoon perustuvan matkailun keskeisiä vastuullisuustekijöitä. Sivustolla esitellään:

- alueen yritysten vastuullisuusteosta koottu listaus, joka täydentyy sitä mukaa, kun yritykset toimittavat tietojaan

- ohjeet luonnon kestävään käyttöön, kuten reiteillä liikkumiseen, tulipaikkojen käyttöön ja jokaisen oikeuksien vastuulliseen hyödyntämiseen
- matkailijoiden omia kokemuksia ja palautteita, jotka korostavat alueen hiljaisuutta, puhtautta ja luonnon hyvinvointivaikutuksia

Vastuullisuussivu tarjoaa jatkossa alustan, josta matkailijat saavat tietoa Rautavaaran matkailutoimijoiden vastuullisista toimintatavoista. Samalla se kannustaa alueen yrityksiä tuomaan omat vastuullisuustekonsa näkyviksi ja tukee Rautavaaran profiilia puhtaaseen luontoon, rauhallisiin ympäristöihin ja kestävään toimintaan perustuvana matkailukohteena. Rautavaaran kunta pitää yllä vastuullisuussivun tietoja, ja yritykset voivat lisätä todennettavaksi/pyytää muuttamaan niitä sivustolla olevan lomakkeen kautta.

Tapahtumat ja messuedustukset

Hankkeen toiminnassa tapahtumat ja messut nähtiin keskeiseksi keinoksi lisätä Rautavaaran tunnettuutta luontomatkailukohteena, tukea alueen yhteismarkkinointia sekä tarjota yrityksille mahdollisuuksia näkyä yhteisellä Visit Rautavaara -brändillä. Alueen luontomatkailukattauksen näkyvyys suunnattuna harrastajakohderyhmiin, erämessuille ja lähialueen asukkaiden tapahtumiin on ollut olennainen osa hankkeen toimintaa:

- vahvistaa Rautavaaran asemaa luontoon ja aktiviteetteihin perustuvana matkailukohteena
- kohdata kävijöitä ja kerätä palautetta
- esitellä yritysten palveluja ja paikallisia kohteita
- lisätä yhteistyötä ja mahdollistaa yritysten osallistuminen yhteiseen markkinointiin

Hankeessa hyödynnettiin tapahtumissa Visit Rautavaara -brändiä, yritysten esitteitä, hankkeen tuottamaa kuva- ja videomateriaalia sekä osallistavia elementtejä (arvonnat, onkiminen). Tilaisuuksien kautta tavoitettiin sekä paikallisia toimijoita että kohderyhmäkohtaisia harrastajia (moottorikelkkailijat, luonnossa liikkujat, hiihtäjät, metsästäjät, perheet, kalastajat ym.)

Alla on koottu kronologinen listaus tapahtumista ja pop-up-tilaisuuksista, joissa hanke oli esillä Visit Rautavaara -brändin alla.

Tapahtumat ja messuedustus 2024

Kelkka-ajot – 16.3.2024

Visit Rautavaara -pop-up

- Esiteltiin moottorikelkkareittejä ja talviaktiviteetteja
- Jaettiin reittikarttoja ja esitteitä
- Tavoitettiin kymmeniä kävijöitä
- Keskusteluissa korostuivat reittiverkosto, huolto ja talvinen luontoliikuminen
- Samana päivänä Radio Savon Aallot -lähetyksessä esiteltiin Rautavaaran matkailua

Erätaika 2024 – 26.–28.4.2024

Messuedustus – Kuopio, Sorsasalo

- Kävijöitä tapahtumassa arviolta 11 000
- Rautavaaran osaston arvontaan osallistui 1 155 henkilöä
- Arvioitu kokonaiskontaktimäärä 1 500–2 000
- Jaettiin noin 550 suomenkielistä Visit Rautavaara -esitettä
- Esiteltiin Rautavaaran luontokohteita ja aktiviteetteja visuaalisen markkinointiesityksen avulla
- Esiteltiin alueen palveluita ja kohteita. Keskeisinä teemoina nousivat Tiilikkajärven kansallispuisto, reitit, metsästys- ja kalastusmahdollisuudet sekä paikallisten yrittäjien palvelut.
- Osallistujina hanketyöntekijät, yrittäjiä

Rautavaarapäivät – 29.6.2024

Visit Rautavaara -pop-up- Torilla

- Jaettiin matkailuesitteitä
- Kohdattiin useita kymmeniä kävijöitä
- Nostettiin esiin luontokohteita, palveluja ja kesän aktiviteetteja

Venetsialaiset – 24.8.2024

Visit Rautavaara -pop-up – Venevalkamassa

- Kävijöitä muutamia kymmeniä
- Suosituimpia teemoja olivat Tiilikkajärven kansallispuisto ja patikointireitit
- Esillä myös kivipossut, jotka houkuttelivat yleisöä
- Jaettiin karttoja ja esitettiin luontokohteita

Suomen luonnon päivä – 31.8.2024

Visit Rautavaara -pop-up – Metsäkartano

- Kävi muutamia kymmeniä vierailijoita, mukana myös ulkomaalaisia
- Esiteltiin Rautavaaran kohteita, palveluita ja reittejä
- Sateinen sää rajoitti kävijämäärää, mutta pop-up kohtasi luontoharrastajia laadukkaassa ympäristössä

Tapahtumat ja messuedustus 2025

Kelekka-ajot – 1.3.2025

Visit Rautavaara -pop-up – Venevalkama

- Osallistujamäärä yli 150 kelkkailijaa
- Visit-pisteellä kohdattiin 70–100 henkilöä
- Keskusteluissa esillä moottorikelkkailun reittiverkosto ja palvelut
- Jaettiin esitteitä ja yritysmateriaalia

Hirvenhiihdon SM-kilpailut – 21.–23.3.2025

Visit Rautavaara -esittelypiste – Monitoimitalo

- Lähes 300 kilpailijaa
- Pisteellä vieraili kymmeniä kävijöitä
- Esiteltiin reittejä, luontokohteita ja palveluja

Vanhan Apteekkarin pilkkikisat – 5.4.2025

Visit Rautavaara -pop-up

- Pisteellä vieraili useita kymmeniä henkilöitä
- Keskusteluissa korostuivat pilkkiparkit ja talvikohteet
- Jaettiin esitteitä ja yritysmateriaalia

Korpimetsän kutsu – 7.6.2025 (Metsäkartano)

Visit Rautavaara -pop-up

- Kävijöitä arviolta 400–500
- 221 osallistui pisteen onkikilpailuun
- Jaettiin kymmeniä Visit-esitteitä ja yritysmateriaalia
- Esiteltiin Rautavaaran luontokohteita ja aktiviteetteja visuaalisen markkinointiesityksen avulla

Erätaika 2025 – 13.–15.6.2025

Messuedustus – Kuopio, Sorsasalo

- Kävijöitä yhteensä 17 200
- Rautavaaran osasto tavoitti vähintään 891 henkilöä
- Visit-esitteitä jaettiin 200–250
- Esiteltiin Rautavaaran luontokohteita ja aktiviteetteja visuaalisen markkinointiesityksen avulla
- Kiinnostus kohdistui erityisesti Tiilikkajärveen, reitteihin ja majoituspalveluihin
- Mukana yrittäjiä, yhdistyksiä ja kunnan edustajia

Rautavaarapäivät – 27.–29.6.2025

Visit Rautavaara -pop-up – Torialue

- Pisteellä vieraili noin 500 henkilöä
- Koko tapahtuman kävijämäärä noin 3 500
- Jaettiin esitteitä, pisteellä oli myös Rautavaara-tuotteita
- Toteutettiin suosittu korkonimigeneraattori, joka tuki kävijäkohtaamisia
- Keskusteltiin paikallisten ja matkailijoiden kanssa alueen palveluista ja luontokohteista

Yhteenveto

Hankkeen aikana Visit Rautavaara -brändi oli näkyvästi esillä:

Erä- ja luontokävijöiden messuilla (3 kpl)

- Erätaika 2024
- Erätaika 2025
- Korpimetsän kutsu

Paikallisissa tapahtumissa (vähintään 9 kpl)

- Rautavaarapäivät 2024 ja 2025
- Venetsialaiset 2024
- Suomen luonnon päivä 2024
- Kelkka-ajot 2024 ja 2025
- Pilkkikisat 2024 ja 2025
- Hirvenhiihdon SM-kilpailut 2025
- muut pienemmät esilläolot

Kävijäkontaktien määrä:

- Muutamia tuhansia henkilöitä kahden vuoden aikana
- satoja jaettuja Visit Rautavaara -esitteitä
- kymmeniä yrityksiä mukana joko paikan päällä tai materiaalien kautta

Tapahtumien kautta hanke vahvisti Rautavaaran luontomatkailuprofiilia, lisäsi kohteiden tunnettuutta ja tuki yritysten näkyvyyttä yhteismarkkinoinnin keinoin.

Tapahtumat ja messut osoittautuivat kaiken kaikkiaan hankkeelle vaikuttavaksi keinoksi lisätä Rautavaaran tunnettuutta ja tavoittaa harrasteperusteisia kohderyhmiä. Erätaikamessut, Korpimetsän kutsu -messu Rautavaaralla sekä Rautavaarapäivät ovat näkyvyyden kannalta tärkeitä osallistumisen kohteita myös jatkossa.

Tapahtumissa saadut kohtaamiset tarjosivat hyödyllistä tietoa siitä, millaisista kohteista ja palveluista kävijät kiinnostuvat ja miten Rautavaaran luontoprofiili välittyy yleisölle. Samalla tapahtumat antoivat yrittäjille kustannustehokkaan mahdollisuuden olla esillä yhteisen brändin alla ja lisätä palvelujensa tunnettuutta.



Kuva 4 Kunnan ja yritysten yhteismarkkinoinnin edustusta Erätaikamessuilla 2024

Viestintä ja somekampanjat

Hankkeessa viestinnällä oli keskeinen rooli: sen avulla lisättiin Rautavaaran tunnettuutta, nostettiin esiin luontokohteita ja palveluja sekä vahvistettiin Visit Rautavaara -brändiä. Viestintää toteutettiin monikanavaisesti – sähköpostitse, tapahtumissa ja messuilla, paikallislehtien jutuissa, kunnan verkkosivuilla, Visit Rautavaara -sivustolla sekä sosiaalisen median ympäristöissä.

Hankkeen tuottamissa materiaaleissa – kuten esitteissä, roll-upeissa, messuaineistoissa, työpajaesityksissä ja videoissa – hyödynnettiin yhtenäistä visuaalista ilmettä. EU- ja EAKR-rahoitukseen liittyvät tunnisteet lisättiin niihin materiaaleihin, joihin niiden sisällyttäminen oli tarkoituksenmukaista. Hankkeen näkyvyysvaatimuksia noudatettiin johdonmukaisesti kaikissa keskeisissä viestintäkanavissa.

Sisäinen viestintä – yritykset ja sidosryhmät

Hankkeen sisäinen viestintä rakennettiin kolmen pääkanavan varaan:

1) Sähköpostit ja kohdenetut viestit yrityksille

Hankkeessa lähetettiin kunnan matkailuverkostolle säännöllisesti ajankohtaiskoosteita:

- tulevista työpajoista, verkostotilaisuuksista ja koulutuksista
- luontomatkailuun liittyvistä tärkeistä teemoista
- hankkeen edistymisestä ja toimijoita koskevista toimista
- sivustoille tarvittavien tietojen päivityksistä

2) WhatsApp-viestiryhmät – nopeat käytännön järjestelyt

Korpimetsän kutsun, Erätaika-messujen sekä valokuvauspäivien suunnittelun ja toteutuksen aikana viestintää koordinoitiin erillisissä WhatsApp-ryhmissä. Ryhmien käyttö mahdollisti:

- nopean ja sujuvan tiedonkulun kaikkien toimijoiden kesken
- messusuunnittelun, kuljetusjärjestelyjen ja kuvausten koordinoinnin reaaliajassa

Tämä toimintamalli lisäsi selvästi käytännön järjestelyjen tehokkuutta, sillä yritykset ja hanketyöntekijät saivat tarvittavat päivitykset ja muutokset tietoonsa ketterästi.

Ulkoinen viestintä – näkyvyys Rautavaaralle ja toimijoille

Hankkeen ulkoinen viestintä toteutettiin laajasti eri kanavissa:

Rautavaaran kunnan verkkosivut

Kunnan verkkosivuilla julkaistiin:

- hankkeen omat infisivut
- tietoa tulevista työpajoista ja kokoontumisista
- tiedotteet Visit Rautavaaran englanninkielisen sivuston julkaisusta
- hankkeen etenemiseen liittyviä tietoja

Visit Rautavaara -verkkosivu ja sen englanninkielinen versio

Hanke vastasi:

- englanninkielisen version rakentamisesta ja julkaisemisesta (22.1.2025)
- suomenkielisen version sisällöstä ja lisäyksistä

Paikallislehdet ja media

Hankkeesta tehtiin juttuja muun muassa:

- **Pitäjäläinen-lehteen** (kolme julkaisua hankkeen aikana)
 - hankkeen aloitukseen liittyvä julkaisu
 - hankekoordinaattorin henkilöhaastattelun ja tietoa eng. sivuston julkaisusta

- pieni artikkeli opastesuunnitelmaan liittyvien opasteviittojen uusimisesta kunnan alueella
- **Savon Aallot -radioon** (16.3.2024), Kelekkajaot tapahtuman yhteydessä.

Lisäksi kunnan omat mediat toivat hanketta esiin:

- Rautavaaran kunnan sosiaalinen media, Visit Rautavaara facebook.
- YouTube-julkaisut (mm. Rautavaarapäivien ja sekä Rautavaaran luontomatkailun koostevideo 2024)

Maksulliset somekampanjat 2024–2025 lukuina

Nature's Best -hanke toteutti kahden vuoden aikana useita sosiaalisen median kampanjoita Facebookissa ja Instagramissa. Näillä kampanjoilla lisättiin Rautavaaran tunnettua, ohjattiin kävijöitä Visit Rautavaara -sivustolle ja nostettiin esiin alueen luontokohteita sekä palveluja. Kampanjat perustuivat hankkeessa tuotettuun luontomatkailun kuva- ja videomateriaaliin.

Alla on esitetty kaikki kampanjat **aikajärjestyksessä**, tuloksineen ja vaikutuksineen.

2024

1) Hiihtolomamarkkinointi 2024 (22.1.–10.3.2024)

Talvikauden ensimmäinen kampanja, kohdennettu sekä kotimaahan että Keski-Euroopan markkinoille (Saksa ja Hollanti).

Englanninkieliseen WinterLife in Rautavaara artikkeliin ohjaava kampanja

- Näyttökerrat: **25 558**
- Tavoitetut käyttäjät: **18 859**
- Klikkaukset kampanjasivulle (rautavaara.fi/winterlife): **145**

Suomenkieliseen sivustoon ohjaava kampanja

- Näyttökerrat: **42 363**
- Tavoitetut käyttäjät: **17 780**
- Klikkaukset Visit-sivustolle: **283**

→ **Talvikauden näkyvyys yhteensä:** 67 921 näyttökertaa, 36 639 tavoitettua käyttäjää ja 428 sivustolle siirtymistä.

Kampanja lisäsi kiinnostusta kelkkailureitteihin, pilkkipaikkoihin ja Kiparin talvimaisemiin.

2) Kesämatkailun kampanja, osa 1 (4.6.–30.6.2024)

Varhaiskesän kampanja nosti esiin Tiilikjärven kansallispuiston, Uitonkierron, kesätapahtumat ja retkeilykohteet.

Tulokset:

- Näyttökerrat: **100 822**
- Tavoitetut käyttäjät: **38 818**
- Klikkaukset Visit-sivustolle: **1 601**

→ Kampanja lisäsi selvästi liikennettä Visit-sivustolle ja tuki kesäsesongin aloitusta.

3) Kesämatkailun kampanja, osa 2 (1.7.–25.8.2024)

Hankkeen näkyvin ja tavoittavin kampanja. Sisälsi karusellimainoksia ja videomainoksia sekä laajan alueellisen kohdennuksen.

Tulokset:

- Näyttökerrat: **485 325**
- Tavoitetut käyttäjät: **170 509**
- Klikkaukset Visit-sivustolle: **5 330**

→ Kampanja toi Rautavaaralle valtakunnallista näkyvyyttä ja oli koko hankejakson suurin yksittäinen verkkoliikenteen tuottaja.

4) Syksyn luontomatkailukampanja 2024 (13.9.–20.10.2024)

Syksyn kampanjassa hyödynnettiin hankkeen ruska- ja aktiviteettikuvauksia. Sisälsi kaksi erillistä mainosta:

Karusellimainos

- Näyttökerrat: **106 027**
- Tavoitetut käyttäjät: **41 889**
- Klikkaukset Visit-sivustolle: **1 540**

Videomainos

- Näyttökerrat: **37 822**
- Tavoitetut käyttäjät: **20 733**
- Klikkaukset Visit-sivustolle: **430**

→ **Syksyn kampanjan yhteisnäkyvyys:** 143 849 näyttökertaa, yli 62 000 tavoitettua käyttäjää ja 1 970 ohjautumista Visit-sivustolle.

Kampanja nosti esiin ruskaretkiä, eräruokailua, kalastusta, hämärän ajan elämyksiä ja hyvinvointipalveluja.

2025

5) Miksi talvikampanjaa ei toteutettu 2025?

Vuoden 2025 talvikampanja jouduttiin jättämään toteuttamatta, koska:

- talvikausi oli poikkeuksellisen heikkoluminen ja sateinen
- Hankkeessa tehtiin toimenkuviin liittyviä muutoksia ja keskityttiin englanninkielisen esitteen rakentamiseen.

6) Kesälomakampanja 2025 – ”Nature’s Best kesäloma 2025” (3.6.–31.8.2025)

Hankkeen ensimmäinen laaja **kaksikielinen** kampanja.

Kohdennuksina olivat:

- **Suomi** (luonto, kesä, matkailu & vapaa-aika)
- **Euroopan maat** (Saksa, Tanska, Viro, UK, Ruotsi, Norja, Alankomaat, Liettua, Latvia, Pola)

Suomenkielinen kampanja

- Näyttökerrat: **7 027**
- Tavoitetut käyttäjät: **3 216**
- Klikkaukset Visit-sivustolle: **153**

Englanninkielinen kampanja

- Näyttökerrat: **23 263**
- Tavoitetut käyttäjät: **9 873**
- Klikkaukset Visit-sivustolle: **457**

Mahdollinen tekninen virhe esti kampanjaa käyttämästä sille asetettua kokonaisbudjettia, joka vaikutti näyttökertoihin. Kampanja käytti murto-osan astutetusta budjetista.

7) Miksi syksyn kampanjaa ei toteutettu 2025?

Syksyn 2025 kampanja jätettiin toteuttamatta, koska:

- syksy painottui **tuotteistamisen ja yritystyöpajojen** järjestämiseen
- hanke keskittyy lopputoimiin ja raportointiin

Kokonaisvaikutus 2024–2025

Kahden vuoden aikana somekampanjat tuottivat:

- yli 880 000 näyttökertaa
- yli 300 000 tavoitettua käyttäjää
- yli 9 000 suoraa verkkosivustoklikkausta Visit Rautavaara -sivulle.

Kampanjat vahvistivat merkittävästi Rautavaaran näkyvyyttä luontomatkailukohteena sekä kotimaassa että kansainvälisesti. Niiden avulla nostettiin Visit Rautavaara sivuston teemoja mm. kohteita, reittejä, aktiviteetteja, majoittautumista, ravitsemusta ja paikallisia ostoksia.



RAUTAVAARA
Nature's Best



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Kuva 5 Luontoaktiviteettien somemarkkinointia

Yritysten tukeminen viestinnässä

Hanke auttoi mukana olleita yrityksiä viestinnässä mm:

- auttamalla yrityksiä tuottamaan englanninkielisiä palvelukuvauksia
- kääntämällä Visit Rautavaara-sivuilla tulevia tekstejä

- kannustamalla yrityksiä päivittämään omia verkkosivujaan ja somea
- ohjaamalla yrityksiä vastuullisuusviestinnässä

Matkailuinfopisteen toiminta 2024, 2025

Rautavaaran torilla toimi kesäkausina 2024–2025 matkailuinfopiste, joka tarjosi matkailijoille matalan kynnyksen neuvontaa alueen kohteista, reiteistä ja palveluista. Matkailuinfo toteutui Rautavaaran kunnan ja Savoste Oy:n yhteistyönä. Infopiste sijaitsi torin jäätelökioskin yhteydessä ja sitä hoitivat nuoret ja lukiolaiset, jotka perehdytettiin Nature's Best -hankkeen toimesta Visit Rautavaaran sisältöihin ja ajantasaiseen matkailutietoon. Infopiste osoittautui tärkeäksi erityisesti kohteiden löydettävyyden ja paikkatiedon varmistajana, sillä valtaosa matkailijoiden kysymyksistä koski käytännön ohjeita siitä, mistä ranta, reitti tai palvelu löytyy ja miten alueella liikutaan. Infopiste täydensi verkkosivuston ja esitemateriaalien käyttöä ja vahvisti matkailijoiden ensikontaktia alueeseen.

Matkailuinfo 2025

Puhelut:

- 16 kpl, joista 1 kv-asiakas.

Suullinen neuvonta:

- 5–15 henkilöä päivittäin.
- Keskeinen teema oli *“Missä on paikka X?”* – rannat, reittien lähtöpaikat sekä kunnan lainattavien veneiden sijainnit ja käyttö.
- Lisäksi kysymyksiä esitettiin palveluiden saavutettavuudesta ja uimarantojen varustelusta.

Visit Rautavaara -matkailuesitteet:

- Jaettu noin 200 esitteitä
 - 70 % suomenkielisiä
 - 30 % englanninkielisiä
- Englanninkielinen esite oli uusi vuonna 2025, ja sen käyttöönotto näkyi selkeänä kysyntänä kansainvälisen tiedon tarpeeseen.

Matkailuinfo 2024

Puhelut:

- Arviolta 13 kpl.

Suullinen neuvonta:

- Keskimäärin noin 5-15 henkilöä päivässä.
- Kysymykset liittyivät enimmäkseen kohteiden, rantojen, reittien sekä käytännön ohjeisiin alueella liikkumisesta.

Visit Rautavaara -matkailuesitteet:

- Jaettu noin **200 esitteitä**, pääosin suomenkielisiä.

Matkailukysely kesäajalta 2025

Hankkeen aikana toteutettiin Rautavaaran kesämatkailukysely, jonka tavoitteena oli kerätä ajantasaista tietoa matkailijoiden kokemuksista, palveluiden käytöstä ja odotuksista sekä siitä, millaisia luontokohteita ja aktiviteetteja Rautavaaraan suuntautuvilla matkoilla arvostetaan. Kysely oli avoinna elo–syyskuussa 2025, ja se oli tarjolla sekä suomeksi että englanniksi, jotta myös kansainväliset matkailijat pystyivät osallistumaan.

Kyselyn avulla kartoitettiin muun muassa:

- minkäläisten palvelujen ja kohteiden vuoksi Rautavaaralle saavutaan
- millaisia aktiviteetteja matkailijat harrastivat (patikointi, kalastus, melonta, hyvinvointi, retkeily ym.)
- mitä palveluja käytettiin (majoitus, ravintolat, kaupat, ohjelmapalvelut)
- mitkä kohteet, reitit ja alueet nousivat matkailijoiden suosikeiksi
- kehitysehdotuksia, joita matkailijat toivoivat tuleville vierailuilleen

Kyselyn tuloksia hyödynnettiin Rautavaaran matkailuverkostossa. Vastaukset tarjosivat ajantasaista tietoa erityisesti:

- palveluiden käytön määrästä ja luonteesta
- luontokohteiden tunnettuudesta
- matkailijoiden kulutustottumuksista
- kohderyhmien kiinnostuksen kohteista
- matkailijoiden toiveista ja tarpeista

Kyselystä saatu tieto tukee Rautavaaran tulevaa luontomatkailusuunnittelua, Visit Rautavaara -sivuston sisällöntuotantoa sekä alueen yritysten palvelukehitystä. Se toimii myös vertailupohjana tuleville matkailukyselyille, joita Rautavaaran matkailuverkosto voi hyödyntää matkailun seurannassa ja strategisessa suunnittelussa.

Vastauksia kyselyyn tuli niukasti 19 kappaletta, mutta tuloksista on nähtävissä muutamia selkeitä suuntia.

1. Rautavaaralle tullaan kansallispuiston ja luonnon vuoksi

Luonto nousi ylivoimaisesti tärkeimmäksi syyksi vieraillla Rautavaaralla.

- 58 % kävi Tiilikkajärven kansallispuistossa.
- Metsäkartano (42 %), Rouskunhiekkä/Älänne (32 %) ja uimarannat (26 %) olivat muita keskeisiä käyntikohteita.
- Matkaseurueet olivat pääosin omatoimisia, ja matkat tehtiin 100 %:sti omalla autolla.

2. Kaksi selkeää kävijäryhmää: päiväkävijät ja pitkään mökeillä viipyvät

- 42 % oli päiväkävijöitä.

3. Aktiviteetit painottuvat luontoon

Yleisimmät tekemiset olivat:

- patikointi
 - marjastus ja retkeily
 - veneily ja kalastus
- Kiinnostusta oli myös maastopyöräilyyn, rengasreitteihin ja hyvinvointipalveluihin

4. Paikallisia palveluja käytettiin, mutta aukiolot nousivat kehityskohteeksi

- 90 % teki ostoksia ruokakaupassa.
- 37 % käytti kahvila- tai ravintolapalveluja.
- Ravintolapalveluiden aukioloajoista löytyi kehitettävää.

5. Viestintä toimii, mutta painottuu enenevässä määrin sosiaaliseen mediaan

- Tärkeimmät kanavat olivat sosiaalinen media (58 %) ja luontoon.fi (37 %).
- Visit Rautavaara -sivustoa hyödynsi noin neljännes vastaajista. Avoimissa vastauksissa toivottiin erityisesti yhtä selkeää paikkaa, josta löytyvät aukioloajat, tapahtumat ja palvelut.

6. Luonto koetaan voimakkaasti hyvinvointia tukevaksi

- Luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten keskiarvo oli 4,7/5.
- Vastuullisuus koettiin tärkeäksi (keskiarvo 3,9/5), mutta palveluissa sen näkyminen jakoi näkemyksiä.

Reitti- ja kohdekartoitukset sekä palvelutuotannon kehittämisen suunnitelma

Hankkeessa laadittiin Rautavaaran reitteihin, vesistöihin, tapahtumiin ja luontokohteisiin liittyvä palvelutuotannon kehittämisen suunnitelma. Työn tarkoituksena oli koota yhteen ajantasainen tieto olemassa olevista kohteista ja arvioida niiden soveltuvuutta erilaisiin luontoaktiviteetteihin ja matkailupalveluihin. Kartoituksessa hyödynnettiin maastohavaintoja, työpajoissa koottua tietoa ja paikallistuntemusta.

Työn tavoitteena oli tunnistaa kehittämistarpeita, palveluaukkoja sekä uusia mahdollisuuksia, joita voidaan hyödyntää Rautavaaran matkailun ja palvelutuotannon jatkokehittämisessä. Kartoitukseen sisällytettiin myös valikoituja tapahtumapaikkoja sekä vesistöihin liittyviä matkailullisia mahdollisuuksia, jotka täydentävät alueen luontokokonaisuutta ja lisäävät matkailun

ympärivuotisuutta. Tarkastelussa huomioitiin lisäksi naapurikuntien luontokohteita, jotka muodostavat luontevia jatkumoa Rautavaaran omiin reittikokonaisuuksiin.

Kartoituksen perusteella hahmottui kokonaiskuvaa Rautavaaran luontomatkailun nykytilasta sekä kehittämisen painopisteistä. Työssä nousi esiin muun muassa harrasteryhmille soveltuvat reitit, tarinallistamisen ja kulttuuriperinnön hyödyntäminen, tapahtumapaikkojen kehittäminen, luontohyvinvointiin liittyvät teemat sekä vesistömatkailun potentiaali. Infran osalta esiin nousivat erityisesti saavutettavuus, pysäköinti, taukopaikkojen varustelu, reittien huolto sekä sisäiset opasteet.

Lopputuloksena syntynyt dokumentti tarjoaa suuntaa antavan tietopohjan Rautavaaran luontomatkailun kehittämiseksi. Se tukee vahvuuksien tunnistamista, investointien suunnittelua sekä pitkän aikavälin työtä, jonka tavoitteena on elinvoimainen, ympäristöarvoja kunnioittava ja ympärivuotinen matkailu.

Opastesuunnitelma ja kohteiden saavutettavuuden kehittäminen

Hankkeessa laadittiin Rautavaaran aluetta koskeva opastesuunnitelma, jonka tavoitteena oli parantaa pääsääntöisesti kunnan vastuulla olevia tienvarsien opasteketjuja ja yhtenäisyyttä erityisesti matkailun näkökulmasta. Työ kohdistui ennen kaikkea luontokohteisiin, uimarantoihin, sekä muihin matkailijoille yleishyödyllisiin kohteisiin, joissa opastus vaikuttaa suoraan kohteiden löydettävyyteen ja turvallisuuteen.

Opastesuunnitelma perustuu maastokatselmuksiin, joissa tarkasteltiin:

- kohteisiin johtavien opastusketjujen toimivuutta
- opasteiden kuntoa, näkyvyyttä ja ajantasaisuutta
- uimarantojen viitoitusta ja levähdysalueiden infotauluja
- taajama-, kuntaraja- ja maakuntaopasteita, jotka vaikuttavat alueen ensivaikutelmaan

Kartoitusten perusteella todettiin tarve:

- selkeyttää opastusketjuja ja lisätä uusia opastusviittoja
- uusia vanhentuneita tai heikkokuntoisia opasteita
- yhtenäistää opasteiden visuaalista ilmettä opastusreitillä
- päivittää infotauluja levähdysalueilla ja uimarannoilla

Suunnitelma ei kata ELY-keskuksen hallinnoimien maanteiden tieopasteita tai yritysten palveluopasteita, mutta siihen sisällytettiin kunnan omat taajama- ja rajamerkit, koska ne muodostavat tärkeän osan alueen vastaanottavasta matkailuilmeestä.

Opastesuunnitelma toimii jatkossa kunnalle käytännön työkaluna opasteiden uusimisessa, budjetoinnissa ja mahdollisten investointien valmistelussa. Opasteita on uusittu opastesuunnitelman havaintojen perusteella jo vuoden 2025 syksyllä.



Kuva 6 Opasteita katselmoimassa kesällä 2024

Verkosto- ja sidosryhmäyhteistyö

Hankkeen aikana tehtiin yhteistyötä Metsähallituksen luontopalvelujen, Pohjois-Savon Matkailu Oy:n, Savonia-AMK:n Digireitit-hankkeen sekä paikallisten yritysten ja yhdistysten kanssa. Tavoitteena oli varmistaa, että Rautavaaran matkailun kehittämistyö etenee ajantasaisen tiedon pohjalta ja linjassa alueellisten kehityssuuntien kanssa.

Metsähallituksen luontopalvelujen kanssa hanke toimi linkkinä paikallisten yrittäjien ja kansallispuiston kehittämistyön välillä. Hankkeen tehtävänä oli välittää tietoa ja tuoda esiin yrittäjien näkemyksiä Tiilikajärven kansallispuiston kehittämissuunnista. Tämän työn pohjalta yhteistyö Metsähallituksen kanssa tulee jatkumaan ja vahvistumaan tulevien kehittämistoimien myötä.

Pohjois-Savon Matkailu Oy:n osalta hanke sai käyttöönsä ajantasaista alueellista tietoa matkailun kehityssuunnista, painopisteistä ja maakunnallisista linjauksista. Tämä tieto välittyi pääasiassa

sähköpostiviestinnän kautta sekä tilaisuuksissa ja infoissa, joihin hankkeen edustaja osallistui. Näiden kautta Rautavaara pystyi huomioimaan maakunnalliset tavoitteet omassa kehittämistyössään ja suuntaamaan toimenpiteitä oikeisiin teemoihin.

Digireitit-hankkeesta saatiin näkemyksiä reittien digitaaliseen esittämiseen ja saavutettavuuden kehittämiseen.

Paikalliset luontomatkailun yritykset ja yhdistykset muodostivat hankkeen keskeisimmän yhteistyöryhmän. Työpajat, tapaamiset ja yhteinen sisällöntuotanto kokosivat yhteen yrittäjien kokemukset ja ideat ja loivat vahvan perustan tulevalle yhteismarkkinoinnille, palvelukehitykselle ja yhteistyölle.

Sidosryhmäyhteistyö toi hankkeeseen arvokasta tietoa, näkemyksiä ja tukea, jotka auttoivat suuntaamaan kehittämistyötä Rautavaaran matkailualueen kokonaisedun kannalta tarkoituksenmukaisella tavalla.

Ohjausryhmän toiminta

Hankkeen ohjausryhmä kokoontui hankkeen toiminnan aikana viisi kertaa, noin puolen vuoden välein. Ohjausryhmä tuki hankkeen toteutusta strategisella ja ohjauksellisella tasolla. Kokouksissa tarkasteltiin hankkeen etenemistä, tulevia toimenpiteitä, mahdollisia muutostarpeita sekä maksatusten ja budjetin toteumaa.

Ohjausryhmän monipuolinen kokoonpano toi hankkeeseen näkemyksiä kunnan, matkailutoimijoiden ja muiden sidosryhmien näkökulmista. Ryhmän työ varmisti, että hankkeen toimenpiteet etenivät johdonmukaisesti hankesuunnitelman linjausten mukaisesti ja tukivat Rautavaaran matkailun kokonaisvaltaista kehittämistä.

Hankkeen tulokset ja vaikutukset

Nature's Best -hankkeen tulokset ovat monipuolisia ja muodostavat kokonaisuuden, joka tukee Rautavaaran matkailua hankekaudenkin jälkeen. Hankkeen konkreettiset tuotokset, yritysten osaamisen kasvu, yhteistyön vahvistuminen, digitaalisen näkyvyyden paraneminen ja kehittämistyön syveneminen loivat perustan, jolle sekä kunta että yritykset voivat rakentaa myös tulevaisuudessa.

Hanke vahvisti valmiuksia palvella sekä kotimaisia että kansainvälisiä matkailijoita, paransi tiedon löydettävyyttä ja kokosi yhteen tietoa luontokohteista, palveluista ja matkailun kehittämistarpeista.

Laadulliset konkreettiset tuotokset ja kehittämistyön tulokset

Laaja kuvapankki ja visuaalinen aineisto

Hankkeessa tuotettiin merkittävä määrä korkealaatuista kuva- ja videomateriaalia, joka toimii perustana Visit Rautavaaran markkinoinnille ja yritysten omille markkinointitoimille. Materiaali palvelee jatkossa:

- alueen matkailuyritysten markkinointia
- kunnan matkailuviestintää
- messu- ja tapahtumaesityksiä
- sosiaalisen median sisältöjä

Laadukas visuaalinen aineisto vahvistaa Rautavaaran luontomatkailuprofiilia ja mahdollistaa yhtenäisen markkinointiviestinnän.

Visit Rautavaara -esitteet ja englanninkielinen materiaali

Hankkeessa tuotetut Visit Rautavaara -esitteet (suomeksi ja englanniksi) kokoavat yhteen alueen luontokohteet, reitit, palvelut ja aktiviteetit. Esitteitä käytetään laajasti:

- tapahtumissa ja messuilla
- yritysten asiakasviestinnässä
- matkailuneuvonnassa

Englanninkielinen esite täydentää englanninkielisen sivuston sisältöjä ja parantaa Rautavaaran kansainvälistä saavutettavuutta.

Visit Rautavaaran englanninkielinen sivusto

Hankkeen aikana toteutettu englanninkielinen sivusto kokosi yhteen Rautavaaran kohteet, aktiviteetit, tapahtumat, majoitus- ja ravintolapalvelut sekä vastuullisuustietoja. Sivusto:

- parantaa kansainvälistä saavutettavuutta
- tukee yritysten kansainvälistymisvalmiuksia
- vahvistaa Visit Rautavaara -sivun löydettävyyttä

Matkailukysely ja asiakastiedon keruu

Kesäajalta 2025 toteutettu matkailukysely tarjosi hankkeelle ajantasaista tietoa matkailijoiden suosimista kohteista, palvelujen käytöstä ja kehittämistoiveista. Tulokset koottiin raportiksi ja välitettiin dokumenttina Rautavaaran matkailuverkostolle.

Kyselyn perusteella selkeimmät vetovoimatekijät olivat Tiilikkajärven kansallispuisto, Metsäkartano, Rouskunhiekkä/Älänne ja uimarannat. Kysely toi esiin konkreettisia palvelutarpeita: ruokapaikkojen aukiolot, peseytymis- ja saunamahdollisuudet, nuotiopaikat sekä majoituksen monipuolistaminen. Viestinnän osalta kysely vahvisti, että matkailijat hakevat tietoa erityisesti sosiaalisen median ja luontoon.fi:n kautta.

Kokonaisuutena kysely tarjosi hankkeelle faktapohjan, joka auttaa suuntaamaan viestintää, yhteismarkkinointia ja reittien kehittämistä sekä vahvisti matkailuverkoston yhteistä näkemystä alueen tarpeista ja mahdollisuuksista.

Opastesuunnitelma

Hankkeen aikana laadittu opastesuunnitelma tuotti kokonaiskuvan Rautavaaran nykyisestä luontomatkailukohteiden opastuksesta ja sen kehittämistarpeista. Suunnitelma:

- **kartoitti opasteiden nykytilan** eri kohteissa ja taajaman ympäristössä
- **tunnisti puutteet ja epäjatkuvuudet** kohteen löydettävyydessä
- **esitti konkreettiset parannusehdotukset**, mukaan lukien opasteiden sisällöt, sijoituspaikat ja opastustyypit

Suunnitelma toimii jatkokehityksen pohjana ja antaa kunnalle selkeän, toteuttamiskelpoisen rungon opastuksen parantamiseksi tulevaisuudessa investoinneissa. Opastesuunnitelman myötä syksyllä 2025 Rautavaaran kunta on alkanut uusimaan kohteiden viittosuuksia.



Kuva 7 Hankevalokuvauksia: Sienestys ja marjastus olivat osa kuvattavia aktiviteetteja syksyllä 2024

Määrälliset tavoitteet ja niiden toteumat

Hankkeen määrälliset tavoitteet olivat seuraavat:

- **Uudet yritykset:** tavoite 2
- **Joista naisten perustamia yrityksiä:** tavoite 1
- **Uudet työpaikat:** tavoite 2
- **Joista naisten työpaikat:** tavoite 1
- **Uudet liiketoiminnot:** tavoite 5

Määrälliset tavoitteet toteutuivat osittain, mutta vastaavasti hankkeen laadulliset tavoitteet saavutettiin huomattavasti paremmin ja ne vastasivat enemmän alueen luontomatkailulle tyypillistä kehittämistä. Rautavaaran luontomatkailussa toimijat ovat pääosin yksityisiä tai selkeästi alle 10 hengen yrityksiä. Kehittäminen etenee usein vaiheittain, kokeilujen kautta ja ilman välitöntä yritysmuotoista kasvua. Tämän vuoksi kaikki määrälliset mittarit eivät kuvaa suoraan alueen kehityspolkua. Hankkeen toimenpiteet näkyivät kuitenkin edellytysten paranemisena palvelujen kehittämiseksi, yhteistyölle ja uusille toimintatavoille. Käytössä oleva mittaristo painottuu pk-yritysten tarkasteluun, joka ei vastaa sellaisenaan Rautavaaran alueen luontomatkailuyritysten kokoluokkaa (mikroyritykset).

Uudet yritykset ja yrittäjyys

Hankkeen tavoitteena oli kahden uuden yrityksen syntyminen. Hankkeen toiminnan aikana syntyi uusi yritys, joka liittyi mukaan hankkeen toimintoihin ja jatkoi alueella aiemmin toimineen palveluntuottajan tarjoamaa palvelukokonaisuutta. Lisäksi hankkeessa oli mukana toinen toimija, joka pilotoi ja kehitti palveluitaan laskutuspalvelujen kautta ja kehitti toimintaansa hankkeen aikana ilman varsinaista yrityksen perustamista.

Työpaikat ja työllisyysvaikutukset

Uusien työpaikkojen tavoitteena oli kaksi työpaikkaa. Toteuma 1,25. Työpaikat muodostuivat pääasiassa kausiluonteisiin tehtäviin ja nuorten kesätyöhön, mikä vastasi alueen toimintaympäristöä. Kausiluonteisia työpaikkoja ei kuitenkaan lueta hankkeen tulosindikaattoreihin. Naisten työpaikkojen tavoite täyttyi.

Työpaikkoja syntyi useamman toiminnan kautta. Ravintolapalveluita tuottava yritys työllisti osaaikaisesti 2 henkilöä. Lisäksi heillä oli hankkeen aikana 1–2 kausityöntekijää. Visit Rautavaaran matkailuneuvontapalvelu työllisti nuoria kausityöhön kesäaikaan yhteensä 7 eri henkilöä matkailuneuvonnassa.

Uusi liiketoiminta ja palvelukokonaisuudet

Uusien liiketoimintojen tavoitteena oli viisi. Hankkeen aikana syntyi kolme palvelukokonaisuutta:

1. matkailuneuvontapalvelu Visit Rautavaara -brändin alla,
2. torialueen jäätelökioskin ja matkailuneuvonnan yhteinen palvelukokonaisuus sekä
3. Korpimetsän Kutsu -messukonsepti.

Hanke oli mukana näiden kokonaisuuksien kehitysvaiheessa. Matkailuneuvonnan osalta hanke koulutti nuoria ja tuki matkailuinfopisteen käytännön toimintaa. Torialueen palvelukokonaisuudessa hanke oli mukana näkyvyyden ja käytäntöjen kehittämisessä. Messukonseptissa hanke osallistui suunnitteluun, sisällön valmisteluun ja toteutuksen tukemiseen. Indikaattorien määrä jäi tavoitteesta, mutta toteutetut toimenpiteet tukivat edellytysten kehittymistä uusille palveluille ja yhteistyömuodoille.

Arvio tavoitteiden toteutumisesta

Määrälliset tavoitteet tarjosivat rakenteen hankkeen seurannalle. Osassa indikaattoreista toteuma poikkesi tavoitteista, mutta hankkeen toimenpiteet vaikuttivat siihen, että paikallisessa matkailussa oli paremmat mahdollisuudet palvelujen kehittämiseksi, yhteistyölle ja uusien toimintatapojen rakentumiselle.

Rautavaaran luontomatkailun toimintaympäristö muodostuu lähes kokonaan mikroyrityskentästä, joista moni toimii yksinyrittäjänä. Tällainen yritys rakenne tuottaa kehitystä usein vaihteittain, kokeilujen kautta ja ilman välitöntä yritysmuotoista kasvua. Tämä vaikuttaa siihen, miten hankkeen tulokset näkyvät määrällisissä mittareissa. Hankkeen vaikutukset kohdistuivat erityisesti edellytysten paranemiseen: palveluja testattiin, uusia yhteistyömuotoja syntyi ja toimijat pääsivät mukaan yhteiseen näkyvyyteen sekä markkinointiin.

Laadulliset tavoitteet toteutuivat vahvemmin ja vastasivat paremmin alueen toimijoiden käytännön tarpeita. Nämä tulokset kuvaavat alueen luontomatkailun kehityspolkua luotettavammin kuin määrälliset indikaattorit yksin, ja täydentävät siten kokonaiskuvaa hankkeen vaikutuksista.

Vaikutukset yritystoiminnalle

Hanke vahvisti osallistuneiden yritysten valmiuksia monella tavalla. Työpajojen ja sparrausten kautta yrittäjien osaaminen kasvoi vastuullisuudessa, tuotteistamisessa, kansainvälistymisessä, tekoälyn hyödyntämisessä ja markkinointiviestinnässä. Englanninkielinen materiaali ja sivuston uusi kieliversio vahvistivat yritysten näkyvyyttä, kun heidän matkailutarjontaansa tuotiin alueellisena kokonaisuutena esiin myös kansainväliselle yleisölle.

Yritysten välinen yhteistyö tiivistyi hankkeen aikana: yhteiset tapaamiset, messut, työpajat ja materiaalien rakentaminen lisäsivät ymmärrystä toisten palveluista ja loivat uusia mahdollisuuksia yhteisten tuotteiden ja pakettien rakentamiselle. Moni yrittäjä löysi konkreettisia uusia tuotteistamisideoita kehitettäväkseen.

Vaikutukset kunnalle ja matkailualueelle

Hankeella oli vaikutuksia myös kunnan ja lähiseudun matkailualueen kehitykseen. Visit Rautavaaran tunnettuus vahvistui, ja kunta sai käyttöönsä markkinointimateriaalia, jota voidaan hyödyntää edelleen esitteissä, verkkosisällöissä ja tapahtumissa.

Digitaalinen löydettävyys parani, kun sivuston kieliversiot ja sisällöt uudistettiin. Samalla yhteistyö alueellisten toimijoiden, kuten Metsähallituksen ja Pohjois-Savon Matkailu Oy:n kanssa, tiivistyi ja auttaa jatkossa Rautavaaraa asemoimaan toimintaansa osana laajempaa matkailukokonaisuutta.

Opastesuunnitelma ja reittikartoitukset muodostavat konkreettiset työkalut, joita kunta voi hyödyntää tulevien vuosien kehittämistoimenpiteissä.

lialmi ja tienoot matkailukyselyssä havaittiin, että Rautavaara on kasvattanut osuuttaan ensisijaisena vierailukohteena. Vuosi 2023:3-4%, Vuosi 2024: 8-10%.

Vaikutukset matkailijoihin ja kävijäkokemukseen

Hanke paransi matkailijoiden kokemusta monin tavoin. Kohteiden löydettävyys parani sekä verkkosivuston että selkeytetyn esitemateriaalin ansiosta. Englanninkielinen sivusto helpottaa kansainvälisiä matkailijoita suunnittelemaan vierailujaan ja liikkumaan alueella.

Laadukas visuaalinen materiaali teki luontokohteista ja palveluista aiempaa houkuttelevampia, ja opastuksen kehittämisen pohjatyö vahvistaa jatkossa turvallisuutta ja sujuvuutta reiteillä ja kohteissa.

Yhdessä nämä toimenpiteet nostivat Rautavaaran kävijäkokemuksen laatua ja selkeyttivät matkailijan polkua alueella.

Uudet ja odottamattomat vaikutukset

Hanke synnytti myös tuloksia, joita ei alkuvaiheessa osattu ennakoida. Vastuullisuussivun konsepti muodostui työkaluksi yritysten oman vastuullisuustyön näkyväksi tekemiseen.

Kuvapankin rakentaminen osoittautui tärkeäksi kokonaisuudeksi, ja sen hyödyt ulottuvat pitkälle hankkeen päättymisen jälkeen. Lisäksi reitti- ja kohdekartoitukset toivat esiin uusia tuotekehitysmahdollisuuksia, joita yritykset voivat jatkossa hyödyntää palveluidensa ja kokonaisuuksien kehittämisessä.

Käynnistettiin matkailuenglannin kurssi yhteistyössä Kuopion kansalaisopiston kanssa. Kurssi jäi pysyväksi toiminnoksi myös hankkeen jälkeen.

Hankkeessa syntyneessä ideoissa mm. vieraslajien hävittämiseen sekä luontokohteiden virkistyskäytön kehittämiseen ollaan esittämässä määrärahaa Rautavaaran kunnan budjettiin.



Kuva 8 Hankevalokuvauksia: Metsästys oli yksi kuvattavista aktiviteeteista. Matalansuolla teerijahdissa syksyllä 2024

Toiminnan jatkuvuus ja jatkotoimenpiteet

Nature's Best -hankkeen toteutuksen aikana luotiin useita pysyviä toimintamalleja ja materiaaleja, jotka tukevat Rautavaaran matkailua myös hankkeen päättymisen jälkeen. Hanke vahvisti kunnan ja yrittäjien välistä yhteistyötä, lisäsi yritysten osaamista sekä loi työkaluja, joiden avulla matkailupalveluja voidaan kehittää edelleen suunnitelmallisesti.

Toiminnan jatkuvuus hankkeen päättymisen jälkeen

Visit Rautavaara -sivuston ylläpito

Hankkeessa päivitetty ja laajennettu Visit Rautavaara -verkkosivusto ja uusi englanninkielinen versio, jatkaa toimintaansa kunnan ylläpitämänä. Sivusto toimii jatkossakin keskeisenä kanavana sekä kotimaisille että kansainvälisille matkailijoille.

Kuvapankin hyödyntäminen

Hankkeen tuottama kuvapankki on pysyvä työkalu Rautavaaran kunnan käytössä. Kunta ja yritykset voivat käyttää hankkeissa tuotettua materiaalia tapahtumissa, somekanavissa, esitteissä ja omassa viestinnässään. Kuvapankki tukee pitkäjänteistä markkinointia ja vahvistaa yhtenäistä visuaalista ilmettä.

Esite- ja markkinointimateriaalin jatkuva käyttö

Suomen- ja englanninkieliset Visit Rautavaara -esitteet ovat käytössä yrityksissä, tapahtumissa ja matkailupisteissä myös hankkeen jälkeen. Materiaali toimii yleisesityksenä Rautavaarasta ja auttaa säilyttämään alueen näkyvyyden matkailijoille. Esitteitä on mahdollista muokata ja painattaa edelleen kunnan ja yritysten tekemänä yhteistyönä.

Reitti- ja kohdekartoitusten hyödyntäminen

Hankkeessa tehdyt kartoitukset, sekä reittien sekä kohteiden palvelutuotannon kehittämisen suunnitelma tarjoavat kunnalle ja yrityksille pitkän aikavälin työkalun reittien ja palvelurakenteiden kehittämiseksi. Suunnitelma tukee myös investointihakemuksia, budjetointia ja myöhempiä matkailuhankkeita.

Opastesuunnitelma tulevien investointien perustana

Laadittu opastesuunnitelma toimii kunnan teknisen toimen ja elinvoimapalveluiden työvälineenä, kun kohdeopastusta parannetaan tulevina vuosina.

Yritysverkoston toiminnan jatkuminen

Hankkeen aikana vahvistunut matkailutoimijoiden verkosto jatkaa yhteistyötä kunnan ohjaamana muun muassa:

- yhteismarkkinoinnin
- tapahtumien
- palvelukehityksen
- vastuullisuuden
- kansainvälisyysvalmiuksien osalta.

Kehittämistarpeet ja jatkotoimenpiteet

Opastuksen ja saavutettavuuden parantaminen

Opastesuunnitelma tunnisti useita kehittämistoimia, jotka voidaan toteuttaa vaiheittain:

- kunnan tieverkoston matkailullisten opasteiden uudistaminen
- infotaulut
- pysäköintialueiden parannukset
- digitaalisen opastuksen vahvistaminen

Näiden toteutus edellyttää kunnallisia investointeja ja mahdollisia uusia hankkeita.

Yritysten digitaalisen näkyvyyden kehittäminen

Useat yritykset hyötyisivät jatkossa:

- verkkosivujen olemassaolosta
- kansainvälisestä kieliversiosta
- palveluiden tuotteistamisesta myyntialustoille

Visit Rautavaara -brändin vahvistaminen

Hyviä jatkotoimenpiteitä ovat:

- säännölliset somekampanjat
- yhteiset teemat ja visuaaliset linjaukset
- videomateriaalin hyödyntäminen

Kansainvälistymisen jatkokehitys

Tarpeita on jatkossa:

- kohdennettuun markkinointiin (esim. Keski-Euroopan luontomatkailijat)
- valmiuksien parantamiseen kansainvälisten ryhmien vastaanottamiseen
- kieliversioiden laajentamiseen (myöhemmin mahdollinen saksa)

Työpajoissa syntyneiden tuotekonseptien jatkokehittäminen

Hankkeen työpajoissa ja verkostotapaamisissa nousi esiin useita palveluideoita, jotka tarjoavat yrityksille mahdollisuuden kehittää uusia matkailutuotteita myös hankkeen päätyttyä.

Alustavat konseptit tarjoavat yrityksille konkreettisen pohjan jatkokehitykselle: niitä voidaan muotoilla valmiiksi tuotteiksi, hinnoitella, yhdistää yhteistyökumppaneiden palveluihin ja tarjota asiakkaille yhtenäisinä matkailukokonaisuuksina.

Yhteenveto toiminnan jatkumisesta

Nature's Best -hankkeen tulokset eivät jää yksittäisen hankkeen tasolle, vaan muodostavat pitkäjänteisen kehittämispohjan Rautavaaran matkailulle. Hankkeessa tuotetut materiaalit, kartoitukset, opastesuunnitelmat ja verkkosisällöt ovat aktiivisessa käytössä ja tukevat sekä yritysten että kunnan kehittämistyötä.

Hanke vahvisti Rautavaaran asemaa luontomatkailukohteena ja loi rakenteet, joiden varaan tuleva matkailun kasvu ja yhteistyö voidaan rakentaa.



Kuva 9 Hankevalokuvauksia: Tiilikajärven Kansallispuistossa kuvattiin mm. patikointia, eräruokailua, rantaelämää ja luontoyhteyttä.

Mitä opittiin ja mitä voidaan tehdä toisin

Mitä opittiin hankkeen aikana

Nature's Best -hankkeen toteutus tarjosi arvokasta oppia siitä, miten luontomatkailua voidaan kehittää pienessä kunnassa yhteistyössä yritysten ja sidosryhmien kanssa. Hanke vahvisti näkemystä siitä, että onnistunut matkailun kehittäminen edellyttää pitkäjänteistä suunnittelua, yritysten osaamisen tukemista, koordinointia ja yhteisten rakenteiden luomista. Samalla hanke nosti esiin kehittämiskohteita, joilla tulevaa toimintaa voidaan vielä vahvistaa.

Matkailun kasvu edellyttää entistä tiiviimpää yhteistyötä

Hankkeen aikana vahvistui käsitys siitä, että Rautavaaran matkailutoimijoilla on toimiva yhteistyöpohja, jota kannattaa kehittää edelleen. Pienen kunnan matkailussa toimijamäärä on rajallinen, ja juuri siksi yhteistyö on ensiarvoisen tärkeää. Kansainvälinen ja kotimainen matkailukysyntä edellyttää kokonaisuuksia, joita yksi toimija harvoin pystyy tuottamaan yksin – mutta yhdessä toimien palvelut muodostuvat selkeämmiksi ja houkuttelevammiksi.

Yhteistyön vahvistaminen tukee myös matkailuelinkeinon resilienssiä. Pienillä matkailuyrityksillä on usein rajalliset resurssit esimerkiksi markkinointiin, sisällöntuotantoon ja kansainvälisen asiakaskunnan tavoittamiseen. Kun tietoa, osaamista ja materiaaleja jaetaan, kunta ja yritykset pystyvät reagoimaan muutoksiin nopeammin ja palvelemaan asiakkaita yhtenäisemmin. Tämä parantaa koko alueen kilpailukykyä.

Rautavaaralla yhteistyö on tärkeää myös siksi, että matkailija harvoin hakee vain yhtä palvelua – hän tarvitsee majoituksen, tekemistä, ruokailua ja tietoa kohteista. Yhdessä toimiminen auttaa ohjaamaan matkailijoita useiden palvelujen äärelle ja pidentämään heidän viipymäänsä alueella.

Hankkeen aikana tehdyt työpajat, kokoontumiset ja yhteinen materiaalityönto osoittivat, että yhteistyötä voidaan vahvistaa vaihteittain ja rakentaa rakenteita, jotka tukevat myös kansainvälisten asiakkaiden palvelemista. Yhteistyö on näin yksi Rautavaaran matkailun tulevaisuuden tärkeimmistä voimavaroista – ja sen kehittäminen kannattaa nähdä pitkäjänteisenä investointina.

Visuaalisen materiaalin tarve kasvaa jatkuvasti

Hankkeen aikana tuli selvästi esiin, että Rautavaaran matkailun viestinnässä tarvitaan jatkuvasti lisää ajantasaista kuva- ja videomateriaalia. Matkailutarjonta elää koko ajan: uusia palveluja, ideoita ja tapahtumia syntyy, ja luontokohteet näyttävät eri tavoin vuodenaikojen vaihtuessa. Siksi visuaalinen sisältö ei voi perustua vain yhteen kuvausvaiheeseen, vaan materiaalia on tuotettava säännöllisesti.

Eriyistä tarvetta on:

- **aktiiviteettikuville**, jotka esittelevät tekemisen ja elämykset
- **vuodenaikakuville**, jotka näyttävät kohteet eri sesongeissa
- **maisemakuville**, jotka vahvistavat Rautavaaran luontoprofiilia

Visuaalista sisältöä tarvitaan moniin käyttötarkoituksiin:

- Visit Rautavaaran verkkosivuille
- sosiaalisen median julkaisuun
- esityksiin ja videoihin
- messuedustuksiin
- painotuotteisiin ja kampanjoihin

Laadukas ja monipuolinen materiaali on tärkeää myös yhteismarkkinoinnin kannalta. Kun kuvat ja videot ovat kaikkien käytettävissä, alueen yritykset voivat hyödyntää niitä omassa markkinoinnissaan

ja näin tuoda esiin sekä omia palvelujaan että Rautavaaraa matkailukohteena. Yhteinen visuaalinen ilme lisää yhtenäisyyttä, vahvistaa brändiä ja parantaa koko alueen näkyvyyttä.

Siksi valokuvausta ja videotuotantoa on tärkeää jatkaa myös tulevina vuosina, jotta Rautavaaran viestintä pysyy ajantasaisena, houkuttelevana ja matkailijoita puhuttelevana.

Selkeä tieto ja löydettävyys parantavat matkailukokemusta

Hankkeen aikana vahvistui käsitys siitä, että Rautavaaran matkailun saavutettavuus ja vetovoima perustuvat ennen kaikkea siihen, miten helposti tieto löytyy digitaalisista kanavista ja miten kattavasti se on koottu yhteen paikkaan. Visit Rautavaara -sivusto tarjoaa jo nyt laajan kokonaisuuden luontokohteista, reiteistä, palveluista ja aktiviteeteista, ja toimii keskeisenä lähtökohtana matkailijoiden suunnittelulle.

Samalla kuitenkin korostui, että digitaalisessa ympäristössä tieto ei ainoastaan "saa olla olemassa", vaan sen pitää olla löydettävissä ja riittävän kattavaa. Matkailijan päätöksenteko tapahtuu verkossa, ja digitaalisesti saavutettava tieto on yksi tärkeimmistä matkailukohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä.

Rautavaaran kohdalla tämä tarkoittaa:

- entistä laajempaa englanninkielistä sisältöä, jotta kansainvälisten matkailijoiden tiedonsaanti on sujuvaa
- selkeitä palvelupolkuja, jotka ohjaavat matkailijan kohteesta ja palvelusta toiseen ja ostotapahtumaan
- tuotekokonaisuuksien ja pakettien esiin nostamista, jotta palvelut muodostavat ymmärrettäviä ja houkuttelevia kokonaisuuksia
- alueellisen tarjonnan kokoamista yhteiseen verkkoalustaan, jossa kohteet ja palvelut ovat yhden luukun periaatteella nähtävissä

Lisäksi työpajoissa ja kartoituksissa syntyi runsaasti uusia ideoita ja konsepteja, joita voidaan jatkossa kehittää elämyksiksi ja ohjelmapaketeiksi. Näiden toteuttaminen edellyttää rohkeutta tuoda palveluja ja uusia ajatuksia näkyvästi esiin, markkinoida niitä aktiivisesti ja hyödyntää digitaalisia kanavia tavalla, joka puhuttelee matkailijaa.

Kun tieto on keskitetysti saatavilla, selkeästi jäsennelty ja monipuolisesti esitetty, Rautavaara näyttäytyy matkailijoille kokonaisuutena – ei vain yhden kohteen alueena. Tämä parantaa matkailijoiden mahdollisuuksia löytää alueen vähemmän tunnetut kohteet, kasvattaa viipymää ja tukee koko kunnan matkailun elinvoimaa.

Yritysten osaamisen vahvistaminen tuottaa pysyvää hyötyä

Matkailutoimijoille osaamisen kehittäminen on tärkeää, koska matkailuala muuttuu nopeasti ja kilpailu asiakkaiden huomiosta tapahtuu yhä enemmän verkossa. Siksi yritysten on tarpeen päivittää taitojaan säännöllisesti – niin markkinoinnin, tuotteistamisen, vastuullisuuden kuin kansainvälisen asiakaspalvelun osalta.

Työpajat ja asiantuntijakoulutukset tarjosivat yrittäjille konkreettisia työkaluja, joita he voivat hyödyntää omassa toiminnassaan vielä pitkään. Kun yrittäjät saavat ajantasaista tietoa ja käytännön ohjausta, heidän itsevarmuutensa kasvaa ja palvelujen kehittäminen helpottuu.

Matkailualalla on tärkeää olla ajan hermolla, koska trendit, asiakaskäyttäytyminen ja digitaaliset toimintatavat muuttuvat nopeasti. Tästä syystä säännölliset verkostoitumistilaisuudet ja koulutuksiin osallistuminen ovat arvokas pääoma yrityksille. Ne tarjoavat mahdollisuuden seurata kehityssuuntia, jakaa kokemuksia muiden kanssa ja välttää tilannetta, jossa palveluja kehitetään vain omasta näkökulmasta käsin.

Kun osaaminen kehittyy, myös valmiudet markkinoida palveluja, kohdata kansainvälisiä matkailijoita ja rakentaa uusia tuotteita paranevat. Tämä vahvistaa koko Rautavaaran matkailun kilpailukykyä pitkällä aikavälillä.

Vastuullisuus on nouseva ja vahvistuva teema

Vastuullisuus on tällä hetkellä yksi matkailun keskeisimmistä kehitysteemoista, erityisesti luontomatkailussa, jossa toiminta perustuu luonnon vetovoimaan, rauhaan ja puhtaaseen ympäristöön. Kestävä toiminta, paikallisuuden huomioiminen ja avoin viestintä ovat tulevaisuuden matkailun kilpailutekijöitä – ja sama suunta näkyy myös Rautavaaralla.

Luontomatkailussa vastuullisuus on erityisen tärkeää, sillä käyntikokemus on suoraan sidoksissa luonnon hyvinvointiin ja kestäväan käyttöön. Siksi vastuullisuuden näkyväksi tekeminen ei ole vain lisäarvo, vaan olennainen osa alueen pitkän aikavälin matkailun kehittämistä.

Kesän 2025 matkailukyselyn vastaajamäärä oli pieni, mutta sen antama viesti oli selkeä: matkailijat ovat valmiita maksamaan hieman enemmän palveluista, jotka on tuotettu vastuullisesti ja joiden vastuullisuudesta viestitään ymmärrettävästi. Tämä viittaa siihen, että vastuullisuus voi olla Rautavaaralle myös kilpailuetu.

Kokonaisuutena opittiin, että vastuullisuuden on näyttävä sekä toiminnassa että viestinnässä. Kun vastuullisuutta tuodaan esiin konkreettisilla teoilla ja selkeällä viestillä, se tukee koko alueen vetovoimaa ja vahvistaa matkailun kestäväää kasvua.

Mitä kannattaa tehdä toisin tai vahvistaa jatkossa

Hankkeen aikana nousi esiin käytännön havainnot, jotka tarjoavat hyviä suuntaviivoja tulevien hankkeiden suunnitteluun ja toteutukseen. Nämä huomiot eivät korosta puutteita, vaan auttavat kehittämään seuraavia kokonaisuuksia entistä toimivammiksi ja sujuvammiksi.

1. Kuvausten aikataulut ja suunnittelu väljemmiksi

Kuvauspäivät olivat tiiviitä, ja niissä tehtiin paljon lyhyessä ajassa. Jatkossa kuvausten suunnittelua voidaan laajentaa yhdessä kuvaajan ja yritysten kanssa, jotta aikatauluihin jää enemmän joustoa. Tämä mahdollistaa monipuolisemman kuvaustilanteiden hyödyntämisen, luonnollisemmat tilanteet ja erilaisten aktiviteettien, maisemien ja vuodenaikojen kuvaamisen.

2. Lyhyet ja vapaamuotoiset tapaamiset täydentämään työpajoja

Työpajat ja asiantuntijatyöpajat olivat hyödyllisiä, mutta niiden rinnalle voisi jatkossa tuoda lyhyempiä, matalan kynnyksen tapaamisia. Vapaamuotoiset kohtaamiset voivat tavoittaa toimijoita joustavammin ja tarjota lisää tilaisuuksia keskustelulle, ideoinnille ja yhteistyölle arjen tasolla.

3. Ostopalvelujen hyödyntäminen harkitummin – paikallistuntemus huomioiden

Ostopalvelut voivat keventää työkuormaa ja tuoda lisäosaamista erityisesti silloin, kun kokonaisuudet ovat laajoja tai vaativat erikoistaitoja. Jatkossa ostopalveluja voidaan hyödyntää suunnitelmallisemmin, mutta samalla on tärkeää huomioida, että ulkopuolinen toimija tarvitsee paikallistietoa ja ohjausta. Paras lopputulos syntyy, kun ulkopuolinen asiantuntijuus ja paikallinen ohjaus kulkevat rinnakkain.

4. Ulkoiseen viestintään lisäresursseja

Hankkeen aikana syntyi paljon viestinnän tarpeita, joita ei aina ollut mahdollista toteuttaa yhden henkilön voimavaroilla. Esimerkiksi sosiaalisen median kampanjoita olisi ollut hyvä tehdä enemmän. Jatkossa ulkoiselle viestinnälle voidaan varata erillisiä resursseja tai ostopalvelua, jolloin viestintä ja markkinointi saavat riittävästi huomiota ja tavoittavat paremmin eri kohderyhmät.

5. Selkeämpi raja- ja tukisi sujuvampaa toteutusta

Hankkeen tavoitteet olivat monipuolisia, ja kokonaisuus oli sen vuoksi laaja. Jatkossa hankesuunnitelmia laadittaessa voi olla hyödyllistä rajata toimenpiteitä selkeämmin ja keventää kokonaisuuksia. Kun hankkeessa keskitytään muutamaaan painopisteeseen kerrallaan, työkuorma pysyy hallittavampana ja kehittämiseen voidaan syventyä rauhallisemmin. Tämä tukee myös yhteistyötä toimijoiden välillä ja auttaa pitämään kokonaisuuden selkeänä kaikille osapuolille.

Yhteenveto ja päätössanat

Nature's Best -hanke vahvisti Rautavaaran asemaa luontomatkailukohteena ja toi konkreettisia työkaluja, joiden avulla matkailua voidaan kehittää edelleen pitkäjänteisesti. Hankkeen aikana toteutettiin laajoja kartoituksia, luotiin uusi kuvapankki, tuotettiin englanninkielistä markkinointimateriaalia, vahvistettiin Visit Rautavaaran näkyvyyttä ja koottiin yhteen yritysten kanssa tehtävää kehittämistyötä. Samalla rakennettiin uusia yhteistyömalleja ja annettiin yrityksille tukea osaamisen, tuotteistamisen ja kansainvälisyysvalmiuksien kehittämisessä.

Hankkeen toteutus osoitti, että vahvuudet löytyvät läheltä: poikkeuksellisen kaunis luonto, sitoutunut yrittäjäverkosto ja kunnan halu kehittää matkailua yhdessä. Yhteistyö sidosryhmien, yritysten ja asiantuntijoiden kanssa oli yksi hankkeen kantavia teemoja, ja se tuotti tuloksia, jotka näkyvät alueen matkailussa myös tulevina vuosina. Laaditut suunnitelmadokumentit muodostavat perustan tuleville investoinneille, ja Visit Rautavaaran sisällöt luovat sujuvan tavan löytää tietoa Rautavaaran kohteista ja palveluista.

Hanke toi myös esiin oppia, jonka avulla matkailua voidaan kehittää yhä suunnitelmallisemmin. Yritysten osaamisen kasvu, vastuullisuusajattelun vahvistuminen ja yhteisten materiaalien käyttöönotto tukevat koko alueen elinvoimaa. Samalla hanke osoitti, että pienellä kunnalla on hyvät mahdollisuudet vaikuttaa matkailun kasvuun, kun kehittäminen tehdään yhdessä ja konkreettisiin tarpeisiin vastaten.

Lopputuloksena voidaan todeta, että hanke saavutti tavoitteensa, vahvisti Rautavaaran matkailun perustaa ja loi edellytyksiä uudentilaiselle kasvulle. Työ jatkuu monella tavalla hankkeen jälkeen, mutta sen aikana tehty kehittämistyö ja syntyneet materiaalit kantavat tulevaisuuteen.

Kiitokset

Nature's Best -hankkeen toteutus onnistui ennen kaikkea yhteisen tekemisen ansiosta. Haluan esittää lämpimät kiitokset kaikille, jotka osallistuivat työpajoihin, jakoivat osaamistaan ja antoivat aikaansa hankkeen eri vaiheissa. Yritysten, yhdistysten, kuntatyöntekijöiden, esimiesten ja paikallisten toimijoiden aktiivisuus, taustatiedot, ideat ja rohkeus kokeilla uutta olivat hankkeen tärkein voimavara. Kiitos myös kaikille, jotka osallistuivat materiaalien kehittämiseen – työnjälki näkyy nyt koko Rautavaaran matkailun hyväksi.

Erytiskiitos kuuluu hankkeen yrittäjille, jotka ovat osoittaneet sitkeyttä, luovuutta ja halua kehittää omaa toimintaansa. Toivon, että hanke on tarjonnut uutta inspiraatiota ja konkreettisia työkaluja matkailupalvelujen kehittämiseen ja että kipinä jatkaa yhteistyötä ja yhteismarkkinointia pysyy vahvana myös tulevana vuosina.

Haluan kiittää myös hankkeen rahoittajaa, Pohjois-Savon liittoa, selkeästä ohjeistuksesta, sujuvasta yhteistyöstä, tuesta muutostilanteissa sekä maksatusprosessien jouhevuudesta. Rahoittajan asiantunteva tuki on ollut tärkeässä roolissa hankkeen onnistumisessa.

Kiitokset kuuluvat myös hankkeen ohjausryhmälle hyvästä sparrauksesta, näkemyksistä ja suunnasta, jota se antoi hankkeen etenemisen aikana. Ohjausryhmän kommentit ja kannustus auttoivat suuntaamaan toimenpiteitä oikeisiin asioihin ja pitämään kokonaisuuden tasapainossa.

Lopuksi lämmin kiitos kaikille hankkeen yhteistyökumppaneille ja asiantuntijoille – ilman teitä tämä hanke ei olisi saavuttanut näin monipuolisia ja pysyviä tuloksia. Yhteistyö jatkuu, ja sen pohjalta Rautavaaran matkailu voi kehittyä edelleen kohti vahvaa ja vetovoimaista tulevaisuutta.



Kuva 10 Katseet tulevaisuuteen. Kuva Kiparilta ennen auringonlaskua 2024