

BOTNIA TOUR

Kvarkenrådets turistprojekt
Merenkurkun neuvoston matkailuhanke



SLUTRAPPORT
LOPPURAPORTTI
2001 – 2006



KVARKENRÅDET
MERENKURKUN
NEUVOSTO



VästerbottensTurism

KOM SOM DU ÄR.



Europeiska unionen
Euroopan unioni

Inledning	3
Sammanfattning	4
Administration	5
Metod	6
Delprojekt	9
<i>Omvärldsbevakning</i>	9
● Aktiviteter	
● Effekter	
● Slutsats	
<i>Säljfrämjande</i>	10
● Aktiviteter	
● Effekter	
● Slutsats	
<i>Konferensstäder i samverkan</i>	11
● Aktiviteter	
● Effekter	
● Slutsats	
<i>Nordiskt resande</i>	13
SVERIGE	13
● Aktiviteter	
● Effekter	
FINLAND	14
● Aktiviteter	
● Effekter	
NORGE	14
● Aktiviteter	
● Effekter	
<i>Slutsats – Nordiskt resande</i>	15
<i>Fritidshus</i>	16
● Aktiviteter	
● Effekter	
● Slutsats	
<i>Solrutten</i>	16
● Aktiviteter	
● Effekter	
● Slutsats	
<i>Samverkan</i>	17
● Aktiviteter	
● Effekter	
Erfarenheter av ett gränsregionalt projekt	18
● Incitament	
● Legitimitet	
● Beständighet	
● Mervärde	
● Nätverk	
Appendix	20

Johdanto	3
Yhteenvedo	4
Hallinto	5
Menetelmät	6
Osahankkeet	9
<i>Ulkomaailman valvonta</i>	9
● Toiminta	
● Vaikutukset	
● Johtopäätökset	
<i>Myynninedistäminen</i>	10
● Toiminta	
● Vaikutukset	
● Johtopäätökset	
<i>Konferenssikaupungit yhteistyössä</i>	11
● Toiminta	
● Vaikutukset	
● Johtopäätökset	
<i>Pohjoismainen matkustaminen</i>	13
RUOTSI	13
● Toiminta	
● Vaikutukset	
SUOMI	14
● Toiminta	
● Vaikutukset	
NORJA	14
● Toiminta	
● Vaikutukset	
<i>Johtopäätökset – Pohjoismainen matkustaminen</i>	15
<i>Vapaa-ajan asuminen</i>	16
● Toiminta	
● Vaikutukset	
● Johtopäätökset	
<i>Aurinkoreitti</i>	16
● Toiminta	
● Vaikutukset	
● Johtopäätökset	
<i>Yhteistoiminta</i>	17
● Toiminta	
● Vaikutukset	
Raja-alueellisesta hankkeesta saadut kokemukset	18
● Kannustimet	
● Legitimiteetti	
● Pysyvyys	
● Lisäarvo	
● Verkostot	
Liite	24

Kvarkenrådets turistprojekt **Botnia Tour** startade i januari 2001 och avslutades i april 2007.

För att turistnäringen ska kunna ge sitt bidrag till regionens ekonomiska utveckling syftade Botnia Tour till att öka tillströmningen av besökare från omvärlden. Botnia Tour vill stimulera det inomregionala resandet genom att stärka de organisationer och projekt, som ser ett mervärde i gränsöverskridande samarbete och utnyttjar Interreg som instrument.

Botnia Tour har fungerat som ett paraply för från början 9 delprojekt.

Projektet har varit indelat i extern och intern marknad.

Extern marknad har koncentrerats på St. Petersburg-området, specialresor och konferensstäder.

För **intern marknad** är det geografiska produktområdet hela Kvarken-MittSkandia.

Projektet utvärderades och reviderades år 2003. Botnia Tour har uppfattat sig som utförare av beställningar, som partnerskapet gör, såväl till innehåll som till val av marknader.

Projektet finansierades till hälften av EU via INTERREG IIIA Kvarken-MittSkandia och till hälften av Länsstyrelser, Landskapsförbund, regionala turistorganisationer, kommuner och Kvarkenrådet.

Projektledningens erfarenheter från projektarbetet lyfts fram under egen rubrik i denna slutrapport. Den återkommande informationen via BotniaInfo har underlättat kontakterna med projektets partnerskap på ett unikt sätt. Under projekttiden har över 3 500 människor varit engagerade.

Tack alla som medverkat i **Botnia Tour**.

Vasa och Umeå, i maj 2007

Barbro Ruda
projektledare

PG Johansson
projektledare

Merenkurkun neuvoston matkailuhanke **Botnia Tour** käynnistyi tammikuussa 2001 ja päättyi huhtikuussa 2007.

Jotta matkailuelinkeino voisi osaltaan edistää alueen taloudellista kehitystä, Botnia Tour hankkeen tavoitteena oli kasvattaa muualta saapuvien matkailijoiden määrää. Botnia Tour pyrki piristämään alueen sisäistä matkustamista vahvistamalla niitä järjestöjä ja hankkeita, jotka näkevät valtakunnan rajat ylittävässä yhteistyössä lisäarvoa ja hyödyntävät siinä Interregiä työkalunaan.

Botnia Tour toimi sateenvarjo-organisaationa alun alkaen yhdeksälle osahankkeelle.

Hanketyö jaettiin sisäisiin ja ulkoisiin markkinoihin. **Ulkoiset markkinat** keskittyivät Pietarin alueelle, erikoismatkoihin ja konferenssikaupunkeihin.

Sisäisten markkinoiden maantieteellisenä tuotealueena oli koko Merenkurkku-MittSkandia.

Hanketta arvioitiin ja tarkistettiin v. 2003. Botnia Tour on kokenut itsensä hankekumppaneiden tekemien tilausten toteuttajana, niin sisällön kuin markkinoiden valinnankin suhteen.

Hanke sai puolet rahoituksestaan EU:lta Interreg IIIA Merenkurkku-MittSkandia -ohjelman kautta ja puolet Merenkurkun alueen lääninhallituksilta, maakuntaliitoilta, alueellisilta matkailujärjestöiltä, kunnilta ja Merenkurkun neuvostolta.

Projektinjohdon kokemuksia esitellään tässä loppuraportissa oman otsikon alla. Botnia Info -tiedotuskirjeiden muodossa tarjottu säännöllinen informaatio helpotti yhteyksiä hankekumppaneihin ainutlaatuisella tavalla. Hankkeeseen osallistui tavalla tai toisella yli 3 500 henkilöä.

Kiitos kaikille **Botnia Touriin** osallistujille.

Vaasassa ja Uumajassa, toukokuussa 2007

Barbro Ruda
projektinjohtaja

PG Johansson
projektinjohtaja



**Per-Göran Johansson,
Barbro Ruda**

Projektledarna / Projektijohtajat

Botnia Tour syftar till att stärka lönsamheten inom regionens turistföretag genom att höja marknadskompetensen, öka tillströmningen av besökare till regionen från omvärlden samt stimulera det inomregionala resandet.

Projektet har inte drivit förändringar på egen hand utan fungerat som en katalysator som får igång processer och för ihop företag och organisationer med de rätta kontakterna. Parter i projektet Botnia Tour har varit de regionala turistorganisationerna och enskilda turistföretag i Kvarkenregionen.

Botnia Tour har bidragit till att öka turistbranschens kunskaper om resvanor och effektiviserat turistföretagens marknadsföringsåtgärder i den externa och interna marknaden.

Huvudsyfte är att tillföra den gränsregionala aspekten till de nationella utvecklingsinsatser, som görs för turismen. Genom att arbeta gränsregionalt blir Kvarkens turistföretagare en betydligt kraftfullare aktör, som har mer resurser och kan erbjuda ett större utbud.

En stor flexibilitet i projekten har varit nödvändig bl.a. beroende av färjetrafikens utveckling.

Extern marknad

Aktiviteterna har koncentrerats på St. Petersburgs-området, internationell kryssningstrafik och konferenssamarbete mellan städerna Vasa och Umeå.

Intern marknad

Ekonomiskt har Botnia Tour satsat mera på den interna marknaden Norge, Sverige och Finland. Som stöd för partnerskapets turistsatsningar i Interregområdet har projektet bidragit med personella marknadsföringsresurser. Ett stort antal nätverk har skapats, både operativa och kvalitativa.

Slutsats

Även i fortsättningen behövs en gränsregional samordning, som utgör smörjmedlet mellan regionens turismaktörer. Det är viktigt att projektverksamhet även fortsättningsvis utgår från behov från invånare, ägare och samarbetsparter där mervärdet av samverkan är tydligt.

Botnia Tourin tavoitteena oli vahvistaa alueen matkailuyritysten kannattavuutta kohentamalla markkinaosaamista, lisäämällä muualta saapuvien matkailijoiden määrää alueelle ja piristämällä alueen sisäistä matkustamista.

Hanke ei ajanut muutoksia omin päin, vaan toimi katalysaattorina, joka käynnisti prosesseja ja yhdisti yrityksiä ja järjestöjä oikeisiin kontakteihin. Botnia Tourin hankekumppaneina olivat Merenkurkun alueelliset matkailujärjestöt ja yksittäiset matkailuyritykset.

Botnia Tour lisäsi osaltaan matkailualan tietoa matkustustottumuksista ja tehosti matkailuyritysten markkinointitoimia sisäisillä ja ulkoisilla markkinoilla.

Hankkeen päätavoitteena oli valtakunnan rajat ylittävän näkökannan tuominen matkailun alalla tehtäviin kansallisiin kehittämisspanostuksiin. Kun Merenkurkun matkailuyrittäjät toimivat raja-alueellisesti, niiden vaikuttavuus toimijana kasvaa huomattavasti – niillä on enemmän resursseja ja ne voivat tarjota matkailijoille laajemman valikoiman.

Hanke on joutunut toimimaan erittäin joustavasti, mm. lauttaliikenteen järjestelyjen vuoksi.

Ulkoiset markkinat

Toimenpiteet keskittyivät Pietarin alueeseen, kansainväliseen risteilyliikenteeseen sekä Vaasan ja Uumajan kaupunkien väliseen konferenssiyhteistyöhön.

Sisäiset markkinat

Botnia Tour panosti taloudellisesti enemmän sisäisiin markkinoihin eli Norjaan, Ruotsiin ja Suomeen. Hanke avusti markkinointihenkilöresurssein hankekumppaneiden matkailupanostuksia Interreg-alueella. Huomattava määrä verkostoja on luotu, sekä operatiivisia että laadullisia.

Johtopäätökset

Myös jatkossa tarvitaan raja-alueellista koordinaointia, joka toimii voiteluaineena alueen matkailutoimijoiden välillä. On tärkeää, että hanketoiminta lähtee myös jatkossa asukkaiden, omistajien ja yhteistyökumppaneiden tarpeista, joissa yhteistoiminta tuottaa selkeää lisäarvoa.



Personal och ledningsgrupp

Botnia Tour har från projektstart letts av två deltidsanställda projektledare och en ledningsgrupp utsedd av Kvarkenrådet.

Barbro Ruda (Vasa) och PG Johansson (Umeå) har innehaft projektledaruppdraget. Arbetsfördelningen mellan projektledarna har dels varit geografisk dels ämnesmässig.

Botnia Tours ledningsgrupp har företrätts av både finansiärer och intresseorganisationer. Sten-Anders Gustafsson, VD för Almi i Västerbotten, har fungerat som ordförande under hela projektiden.

Delprojektet "Konferensstäder i Samverkan" hade under projektets första år en egen styrgrupp, som leddes av Jorma Pitkämäki, utvecklingsdirektör på Vasa stad. Mot slutet av projektiden sammankallades inte Konferensstädernas styrgrupp. Orsaken var att projektet efter utvärderingen och revideringen (2002) började jobba mera med beställningar från partnerskapet. Beställningen gjorde uppdraget klart och minskade styrgruppens betydelse.

Finansiering

Botnia Tour har haft förmånen att ha en stark projektägare i Kvarkenrådet. En projektägare som från början visar att den tror på projektet och är villig att satsa ekonomiskt gör att även andra medverkande parter vågar tro och satsa pengar. Att Interregfinansieringen i projektet utgjort 42-50% av budgeten har även stor betydelse då hela projektfinansieringen ska förhandlas fram.

Under projektidens första år deltog även enskilda kommuner i finansieringen. Kommunernas ekonomiska insats rörde sig från ca 1000 till 4000 euro / år. Administrativt är det tidskrävande att ha många små finansiärer. Från början hade Botnia Tour 25 finansiärer plus Kvarkenrådet och Interreg IIIA. Därav 16 enskilda kommuner. Efter att delprojektet "Fritidshus" och "Solrutten" färdigställdes föll en del enskilda kommuner bort och deras finansieringsandel övertogs av landskapsförbunden och i Västerbotten av Västerbottens Turism och Länsstyrelsen.

Rapportering

I samband med rekvisitioner av Interregmedel har projektet avrapporterats tre gånger per år. Under projektidens gång har Interregs sekretariat utarbetat ett rapporteringssystem.

Ur projektägarens synvinkel kan man konstatera att kontrollen från Interreg blivit mera noggrann och systematisk. Förändringen har skett stegvis och alla har hunnit anpassa sina rutiner.

Henkilökunta ja johtoryhmä

Botnia Tourin johdossa on hankkeen alusta saakka toiminut kaksi osa-aikaista projektinjohtajaa sekä Merenkurkun neuvoston nimittämä johtoryhmä.

Projektinjohtajan tehtäviä ovat hoitaneet Barbro Ruda (Vaasa) ja PG Johansson (Uumaja). Heidän välinen työnjakonsa on ollut osin maantieteellinen ja osin asiakkohtainen.

Botnia Tourin johtoryhmä on edustanut sekä rahoittajia että sidosjärjestöjä. Johtoryhmän puheenjohtajana on koko hankeajan toiminut Sten-Anders Gustafsson, ALMI:n Västerbottenin tytäryhtiön toimitusjohtaja.

"Konferenssikaupungit yhteistyössä" -osahankkeella oli projektin ensimmäisinä vuosina oma ohjausryhmänsä, jota johti Vaasan kaupungin kehitysjohtaja Jorma Pitkämäki. Konferenssikaupunkien ohjausryhmää ei enää hankeajan loppupuolella kutsuttu koolle, sillä hankeen toiminta suuntautui vuonna 2002 toteutetun arvioinnin ja tarkistusten jälkeen enemmänkin hankekumppaneilta saapuneisiin tilauksiin. Tilaukset selvensivät tehtävää ja vähensivät ohjausryhmän merkitystä.

Rahoitus

Botnia Tourilla on ollut etunaan vahva päämies – Merenkurkun neuvosto. Kun päämies alusta alkaen osoittaa luottamuksensa hankkeeseen ja halukkuutensa panostaa siihen taloudellisesti, myös muut osallistujat uskaltavat uskoa ja panostaa siihen. Lisäksi hankkeen Interregrahoituksen osuus eli 42-50 % talousarviosta on ollut tärkeä.

Hankkeen ensimmäisinä vuosina myös yksittäiset kunnat osallistuivat rahoitukseen. Kuntien taloudellinen panostus oli n. 1000 - 4000 euroa vuodessa. Hallinto vie aikaa, kun hankkeessa on monia pienrahoittajia. Botnia Tourilla oli aluksi 25 rahoittajaa Merenkurkun neuvoston ja Interreg IIIA:n lisäksi. Näistä 16 oli yksittäisiä kuntia. "Vapaa-ajan asumisen" ja "Aurinkoreitin" -osahankkeiden valmistuttua osa yksittäisistä kunnista jäi pois ja niiden rahoitusosuuden ottivat hoitaakseen maakuntaliitot sekä Ruotsissa Västerbottens Turism ja Västerbottenin lääninhallitus.

Raportointi

Projektin etenemisestä on raportoitu kolmasti vuodessa Interreg-varojen maksatuksen yhteydessä. Interreg-sihteeristö laati hankeajan kuluessa raportointijärjestelmän.

Projektinomistajan näkökulmasta voidaan todeta, että Interregin harjoittama valvonta on käynyt yhä tarkemmaksi ja järjestelmällisemmäksi. Muutos on tapahtunut asteittain, ja kaikki ovat ehtineet sopeuttaa siihen rutiininsa.

Trots historiska länkar mellan Kvarkens olika delar har gränsöverskridandet inte varit en speciell styrka för turistnäringen. Istället har fokus legat på den nationella arenan där områdena marknadsför sig genom nationella satsningar på turism. Kvarkenrådet tog därför på hösten 2000 initiativ till turistprojektet BOTNIA TOUR.

Genomförande

Kvarkenrådet stod som sökande och projektägare till turistprojektet Botnia Tour. Målsättningen var att inom turismsektorn sträva efter ett målinriktat, gemensamt och strategiskt arbete för att göra regionen attraktiv som destination, att stärka det interregionala resandet och utveckla och paketera gränsöverskridande turistprodukter i Kvarken.

Metoder internt

- Gemensam kunskapsutveckling och marknadsanalys
- Produktutveckling i gränsöverskridande samverkan mellan företag och organisationer
- Stimulera arbetet i gränsöverskridande nätverk för att öka "bekantskapen" och främja det inomregionala resandet
- Stärka sambanden mellan regionens olika delar

Metoder externt

- Omvärldsbevakning för att främja öst-väst-dimensionen
- Marknadsanalyser för att grunda produktutformning på marknadens behov
- Produktutveckling med ett gränsöverskridande synsätt

Botnia Tour beviljades finansiering från Interreg IIIA Kvarken-MittSkandia och projektet startade i januari 2001.

Uppstarten av projektet präglades av avbrottet i färjeförbindelsen. Efter att färjeoperatör blivit utsedd, vidtog ett intensivt arbete med att anpassa projektet till färjekonceptet.

Arbetsplaner

Arbetsplaner innehållande detaljerade aktivitetsbeskrivningar har årligen godkänts av projektets ledningsgrupp. En informationsplan antogs i mars 2001.

Utvärdering

Projekt Botnia Tour utvärderades för tiden 2001 till juni 2002 av Kulturgeografiska institutionen vid Umeå universitet, Dieter Müller. Uppdraget gällde att utvärdera projektet utgående från *legitimitet* ● *organisation* ● *nytta* ● *måluppfyllelse*.

Merenkurkuns eri osien historiallisista siteistä huolimatta valtakunnan rajat ylittävä matkailu ei ole suinkaan ollut matkailuelinkeinon vahvuutena. Mielenkiinto on naapurimaan sijaan suuntautunut oman maan markkinoille. Merenkurkuns neuvosto teki tämän vuoksi syksyllä 2000 aloitteen BOTNIA TOUR -matkailuhankkeen aloittamiseksi.

Toteutus

Merenkurkuns neuvosto ilmoitettiin Botnia Tour -matkailuhankkeen hakijaksi ja päämieheksi. Hankkeen tavoitteena oli pyrkiä matkailualalla päämäärätietoiseen, yhteiseen ja strategiseen työhön alueen nostamiseksi houkuttelevaksi matkakohteeksi, vahvistaa alueiden välistä matkustamista sekä kehittää ja paketoita Merenkurkun alueelle valtakunnan rajat ylittäviä matkapaketteja.

Sisäisten markkinoiden menetelmät

- Yhteisen osaamisen kehittäminen ja markkina-analyysi
- Tuotekehitys yritysten ja järjestöjen välisessä rajat ylittävässä yhteistyössä
- Rajat ylittävien verkostojen työn rohkaiseminen "tuttuuden" lisäämiseksi ja alueen sisäisen matkustamisen edistämiseksi
- Alueen eri osien yhteyksien vahvistaminen

Ulkoisten markkinoiden menetelmät

- Edunvalvonta muun maailman suhteen itä-länsi-suuntaisen matkailun edistämiseksi
- Markkina-analyysit tuotteiden luomiseksi markkinoiden tarpeiden pohjalta
- Rajat ylittävän näkökannan huomioiva tuotekehitys Botnia Tourille myönnettiin rahoitus Interreg IIIA Merenkurku-MittSkandia -ohjelman kautta ja hanke käynnistyi tammikuussa 2001.

Hankkeen alkua leimasi Merenkurkuns laivayhteyden katkeaminen. Varustamon valinnan jälkeen alkoi tiivis työvaihe, jolloin hanketta sopeutettiin uuteen lautta-konseptiin.

Työsuunnitelmat

Hankkeen johtoryhmä on vuosittain hyväksynyt työsuunnitelmat, jotka ovat sisältäneet yksityiskohtaiset toimintakuvaukset. Tiedotussuunnitelma hyväksyttiin maaliskuussa 2001.

Arviointi

Dieter Müller Uumajan yliopiston kulttuurimaantieteen laitokselta arvioi Botnia Tour -hanketta ajalta 2001 – kesäkuu 2002. Hänen tehtävänään oli arvioida hanketta seuraavista lähtökohdista: *legitimiteetti* ● *organisaatio* ● *hyöty* ● *tavoitteiden saavuttaminen*.

LEGITIMITET

Utvärderingen beskriver projektets legitimitet som dess förmåga att utveckla turistnäringen genom att samordna företag och organisationer på båda sidor Kvarken och skapa gynnsamma grunder för deras verksamhet. De flesta inblandade aktörer tillskriver projektet en stor regional betydelse när det gäller den framtida turismutvecklingen i regionen.

Privata aktörer ser sig dock tvungna att samarbeta med aktörer på andra sidan Kvarken trots att detta ur en affärsmissig synvinkel känns onödigt.

ORGANISATION

Organisationen av projektet är centralt med avseende på delaktighet och tillfredsställelse. Kritik riktas i utvärderingen mot de egna möjligheterna att påverka projektets utformning, trots att det finns ett aktivt intresse att delta.

NYTTA

Projektets nytta bedöms utgående från projektets bidrag till en hållbar utveckling i regionen. Framför allt engagemanget för fortlevnaden av färjeförbindelse över Kvarken uppskattas och identifieras som centralt inte bara för Botnia Tour utan för hela Kvarkenrådets verksamhet. I flera sammanhang uttrycker de svarande också sin oro när det gäller en tänkt situation utan färjeförbindelse.

MÅLUPPFYLLELSE

Projekttagarna upplever Botnia Tour projektet som en viktig resurs för utvecklingen av turismen i Kvarken. Deltagandet är å ena sidan ett uttryck för ett intresse för det inomregionala resandet och å andra sidan en möjlighet att erbjuda gränsöverskridande produkter för kunder utanför regionen.

Utvärderingen gav följande rekommendationer:

- Projektet Botnia Tour bör fortsätta eftersom det upplevs av många turismaktörer i regionen som en viktig resurs för att säkerställa en positiv turismutveckling i Kvarken. Botnia Tour bidrar till att bevara en viktig kommunikationslänk, färjetrafiken.
- Botnia Tours aktiviteter bör tydligt prioritera de områden där ett samarbete över Kvarken efterfrågas.
- Projektet bör vara väl förankrat i regionen och bredda sin kompetensprofil.

LEGITIMITEETTI

Arvio kuvaa hankkeen legitimiteettiä sen kykynä kehittää matkailuelinkeinoja koordinoimalla yritysten ja järjestöjen toimintaa Merenkurkun molemmin puolin sekä luomalla niiden toiminnalle suotuisia edellytyksiä. Useimmat hankkeeseen osallistuneet toimijat pitävät hanketta alueellisesti erittäin merkittävänä matkailuelinkeinon tulevaisuuden kannalta.

Yksityiset toimijat katsovat kuitenkin, että he ovat pakotettuja yhteistyöhön Merenkurkun toisella puolella sijaitsevien toimijoiden kanssa, vaikka se liiketaloudellisesta näkökulmasta tuntuu turhalta.

ORGANISAATIO

Hankkeen organisaatio on osallisuuden ja tyytyväisyyden kannalta keskeisellä sijalla. Arviossa suunnataan kritiikkiä omiin mahdollisuuksiin vaikuttaa hankkeen muotoon, vaikka osallistumiseen olisi aktiivista kiinnostusta.

HYÖTY

Hankkeen hyötyä arvioidaan sen perusteella, miten hanke on edistänyt alueen kestäväää kehitystä. Arvostusta on saanut ennen kaikkea panostus Merenkurkun lauttayhteyden säilyttämiseksi. Sitä pidetään keskeisenä – ei ainoastaan Botnia Tourin, vaan koko Merenkurkun neuvoston toiminnan kannalta. Vastaajat ilmaisivat useissa yhteyksissä huolensa siitä mahdollisesta tilanteesta, jossa lauttayhteyttä ei enää olisi.

TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMINEN

Hankkeeseen osallistujat kokevat Botnia Tourin tärkeänä työkaluna Merenkurkun matkailun kehittämiseksi. Osallistuminen ilmaisee toisaalta kiinnostusta alueen sisäiseen matkailuun ja toisaalta mahdollisuutta tarjota rajat ylittäviä tuotteita alueen ulkopuolisille asiakkaille.

Arvioinnissa annettiin seuraavat suositukset:

- Botnia Tour -hankkeen tulee jatkaa toimintaansa, koska monet alueen matkailutoimijat kokivat sen tärkeänä resurssina, jolla osaltaan varmistetaan matkailun myönteinen kehittyminen Merenkurkun alueella. Hanke edistää tärkeän liikenneyhteyden, laivaliikenteen, säilymistä.
- Hankkeen toiminnassa tulee selkeästi priorisoida niitä alueita, joilla on kysyntää Merenkurkun yli tapahtuvassa yhteistyössä.
- Hankkeen tulee olla hyvin ankkuroitu alueelle ja laajentaa osaamisprofiliiaan.

På basen av situationen i Kvarkenstrafiken, hittills genomförda åtgärder i Botnia Tour och utvärderingen revideras projektplanen för Botnia Tour att gälla för tiden 2003 – 2006 (2007).

Reviderade metoder

- Flexibiliteten i projektet bör vara stor, p.g.a. osäkerheten kring färjetrafiken. Projektet måste vara öppet för snabba förändringar.
- Projektet är utförare av de "beställningar" partnerskapet gör, såväl till innehåll som till val av marknader.
- Aktivitetsområdena bör utgöras av större helheter. Några av delprojekten knoppas av efter år 2003. Om behov uppstår kan nya delprojekt komma till, ifall partnerskapet så bestämmer.

Utförare

Resultaten av utvärderingen ledde till att Botnia Tour fr.o.m. år 2003 tydligare markerade sin vilja att arbeta som utförare av partnerskapets beställningar – inom ramen för Interregtanken och det gränsregionala synsättet. I strävan att få tydliga "beställningar" från partnerskapet, har stor möda lagts på att få samarbetspartners att klargöra sina anspråk på projektet, och att hitta insatser där mervärdet av samverkan är tydligt.

Inom regionen finns skillnader – i språk, kultur, organisation, tempo och planeringstider – som ställer krav på anpassning för att effektiv samverkan ska vara möjlig. Ett viktigt resultat av projektet är att rutiner utvecklas för regelbundna samråd och säsongsplanering.

Resultatrapport

För att följa arbetet i projektet har resultatrapporter (senare lägesrapporter) avgivits minst tre gånger per år till Interregs sekretariat. Även andra finansörer har ställt krav på avrapportering. Projektet har avrapporterats på alla ledningsgruppsmöten.

Informationsbrevet Botnia Info har kortfattat beskrivit resultaten i projektet samtidigt som infobrevet även lyft fram andra turisthändelser i Kvarkenregionen.

Efter projektets slut

Inför avslutningen av projektet pågår ansträngningar för att hitta den organisation / företag, som efter projektet tar ansvar för att utveckla, paketera och försälja gränsöverskridande turismprodukter. Arbetet med att etablera "Kvarkenspecialister" – återförsäljare – i olika marknader, grundar sig på att marknadskrafterna ska driva utbytet vidare.

Merenkurkuns liikennetilanteen sekä Botnia Tourin siihen mennessä toteuttamien toimenpiteiden ja arvioinnin pohjalta Botnia Tourin hankesuunnitelmaa tarkistettiin ajalle 2003 – 2006 (2007).

Tarkistetut menetelmät

- Hankkeen tulee olla hyvin joustava laivaliikenteen epävarmuuden vuoksi. Hankkeen täytyy olla avoin nopeille muutoksille.
- Hanke toteuttaa niitä "tilauksia", joita sen osallistajat esittävät, niin sisällön kuin markkinoiden valinnan osalta.
- Toiminnan tulee kohdistua suurempiin kokonaisuuksiin. Jotkut osahankkeet päättyvät vuoden 2003 jälkeen. Uusia osahankkeita voidaan tarpeen mukaan käynnistää, jos hankekumppanit niin päättävät.

Toteuttaja

Arvioinnin tulosten seurauksena Botnia Tour ilmoitti vuodesta 2003 lähtien entistä selkeämmin halunsa toimia hankekumppaneiden tilausten toteuttajana. Botnia Tour pyrki saamaan selkeämpiä "tilauksia" hankekumppaneilta ja panosti lujasti siihen, että yhteistyökumppanit selkeyttäisivät hankkeeseen kohdistamiaan vaatimuksia. Hanke pyrki löytämään ne toimenpiteet, joissa yhteistoiminta tuo selvää lisäarvoa.

Alueen sisällä on eroja – kielessä, kulttuurissa, järjestöissä, työotteessa ja suunnitteluajoissa – jotka vaativat sopeutumista. Eräs hankkeen tärkeistä tuloksista on toimintatapojen kehittäminen säännöllisiin neuvotteluihin ja kauden suunnitteluun.

Tulosten raportointi

Tulosraportit (myöhemmin väliraportit) on toimitettu vähintään kolmesti vuodessa Interregin sihteeristölle hankkeen seurantaan varten. Myös muut rahoittajat ovat esittäneet raportointivaatimuksia. Hankkeesta on raportoitu kaikissa johtoryhmän kokouksissa.

Botnia Info -tiedotuskirje on lyhyesti kuvannut hankkeen tuloksia ja samalla myös esitellyt Merenkurkun alueen muita matkailutapahtumia.

Hankkeen päättymisen jälkeen

Kun hanke on nyt päättymässä, pyritään löytämään järjestö/yritys, joka ottaisi jatkossa vastuun rajat ylittävien matkailutuotteiden kehittämisestä, paketoimisesta ja myymisestä. "Merenkurkun asiantuntijoiden" – jälleenmyyjien – vakiinnuttamiseksi tehty työ eri markkinoilla perustuu siihen, että markkinavoimat jatkavat aloitettua työtä.

EXTERN MARKNAD / ULKOISET MARKKINAT

Omvärldsbevakning

Kvarkenområdets geografiska placering i Europa ger möjlighet för området att utveckla den marknadspotential som finns i de nya marknaderna i öst, inte minst kring St. Petersburg. Den finska marknaden är dessutom bekant för Ryssland sedan tidigare.

Arbetet inleddes med kunskapsuppbyggnad om marknaden och utvecklades senare till direktkontakt med utvalda researrangörer. Projektet har haft nära samverkan med E-12 Alliansen på svensk sida och FinWest på finsk.

Ulkomaailman valvonta

Merenkurkun alueen maantieteellinen sijainti Euroopassa tarjoaa mahdollisuuden kehittää idän uusien markkinoiden, varsinkin Pietarin, markkinapotentiaalia. Lisäksi Venäjällä tunnetaan Suomen markkinat jo aiemmin.

Työ alkoi markkinoinhin tutustumisella ja osaamisen kohentamisella. Myöhemmin kehitettiin suorat yhteydet muutamiin valittuihin matkanjärjestäjiin. Hanke toimi läheisessä yhteistyössä E-12 Allianssin kanssa Ruotsin puolella ja FinWestin kanssa Suomen puolella.





EXTERN MARKNAD / ULKOISET MARKKINAT

Under projektets första år köptes mäklarfunktionen av Oy Fyrdex Ab (Eero Soramäki). Ett nära samarbete etablerades med projektets ryska "Kvarkenspecialister" / ett 10-tal återförsäljare.

Efter 2003 koncentrerades mera av arbetet på mot-tagningsapparaten på hemmaplan i Kvarke-regionen. Fokus låg på försök att utveckla incoming-funktioner och en strävan efter större engagemang i marknadsföring och försäljning hos återförsäljarna.

Från år 2004 rekryterade projektet en stödfunktion genom att köpa incoming-funktion hos Karleby Turism.

Aktiviteter

Kvarke-regionens turistföretag, regionala och lokala turistorganisationer har på projektets initiativ deltagit i rese-mässor och workshops i St. Petersburg, medverkat på marknadsseminarier och stått som värdar för ryska researrangörer, som varit på visningsresa i Kvarke-området.

Effekter

Ryska gästnätter i landskapen Österbotten, Södra Österbotten och Mellersta-Österbotten har under projekt-tiden ökat med ca 12%. För Västerbottens och Väster-norrlands del har gästnätterna varierat under åren.

Slutsats

Regionens företag har ökat sina kunskaper om rysk marknad. I målområdet har utvalda arrangörer kunskap om regionens utbud. Vissa aktörer kommer nu på egen hand att bearbeta de skapade ryska kontakterna. Även en stark outgoing-aktör i Kvarke-regionen startar upp rysk incoming. Den grund som lagts av Botnia Tour och andra, kommer efter projektets slut att ersättas av samarbete mellan ryska arrangörer och Kvarke-regionens aktörer.

Säljfrämjande

Den ursprungliga meningen med åtgärden var att identifiera intressanta utbud i produktionsområdet och göra dem kända för specialintresserade i en tredje marknad.

På båda sidor om Kvarke har man byggt upp ett antal besöksmål med geologi som tema. Den första insatsen var därför att identifiera föreningar och organisationer i tyskspråkiga länder med geologi som intresse.

Meklaritöiminto ostettiin hankkeen ensimmäisinä vuosina Oy Fyrdex Ab:ltä (Eero Soramäki). Hankkeen venäläisten "Merenkurkun asiantuntijoiden" / n. 10 jälleenmyyjän kanssa toteutettiin läheistä yhteistyötä. Vuoden 2003 jälkeen työ keskittyi Merenkurkun alueelle, kotikentän vastaanottokoneiston hiomiseen. Painopisteenä oli pyrkimys incoming-toimintojen kehittämiseen sekä jälleenmyyjien sitouttamiseen tiukemmin markkinointiin ja myyntiin. Vuodesta 2004 lähtien hanke osti incoming-tuen Kockolan Matkailulta.

Toiminta

Merenkurkun alueen matkailuyritykset sekä alueelliset ja paikalliset matkailujärjestöt osallistuivat hankkeen aloitteesta Pietarin matkamessuille ja työpajoihin, toimivat markkinointiseminaareissa sekä venäläisten matkanjärjestäjien isäntinä, kun nämä tulivat esittelymatkalle Merenkurkun alueelle.

Vaikutukset

Venäläisten yöpymiset lisääntyivät Pohjanmaan, Etelä-Pohjanmaan ja Keski-Pohjanmaan maakunnissa hankke-aikana n. 12 %. Västerbottenin ja Västernorrlandin osalta yöpymiset vaihtelivat eri vuosina.

Johtopäätökset

Alueen yritysten tietämys Venäjän markkinoista on kasvanut. Valituilla matkanjärjestäjillä on kohdealueella tietoa Merenkurkun alueen tarjonnasta. Tietyt toimijat aikovat nyt itsenäisesti työstää Venäjälle luotuja yhteyksiä. Merenkurkun alueen vahva outgoing-toimija aloittaa Venäjän incoming-toiminnon. Venäläisten matkanjärjestäjien ja Merenkurkun alueen toimijoiden välinen yhteistyö jatkaa hankkeen päätyttyä Botnia Tourin ja muiden työtä.

Myynninedistäminen

Tarkoituksena oli tunnistaa tuotantoalueen kiinnostavaa tarjontaa ja tehdä sitä tunnetuksi kolmansilla markkinoilla.

Merenkurkun molemmin puolin on rakennettu joukko geologiaan keskittyviä käyntikohteita. Ensimmäiseksi ryhdyttiin hakemaan saksankielisistä maista yhdistyksiä, jotka ovat kiinnostuneita geologiasta. Meklaritöiminto



Mäklarfunktion köptes av Terra Nord (Risto Hemming). Projektets tyska samarbetspart jobbade även med idrottsresor till Kuortane.

Under 2003 uppmärksammades utvecklingen av kryssningstrafik till Östersjön. Efter en förstudie inleddes ett samarbete mellan sex Kvarkenhamnarna för att visa rederier och agenter att resmål kan finnas även norr om linjen Åbo – Stockholm.

Samarbetet för att utveckla destinationen för kryssningar utgörs idag av Kvarkenhamnarna Jakobstad, Vaasa, Kristinestad, Skellefteå, Umeå och Örnsköldsvik.

Aktiviteter

En presentationsfolder kring geologiskt intressanta besöksmål i Kvarkenregionen distribuerades till ca 300 tyskspråkiga föreningar med geologi som specialintresse.

Under år 2004 och 2005 låg koncentrationen på att etablera kontakt med utvalda kryssningsrederier, visa upp regionens utbud för rederierna och vara närvarande på internationella samlingar för kryssningsbranschen.

Effekter

Kontakt med en tysk arrangör för specialresor.

År 2006 hade Kvarkenhamnarna 7 anlöp av internationella kryssningsfartyg. 3 155 kryssningsbesökare bidrog med intäkter till hamnstäderna på ca 150 000 euro + drinks.

Slutsats

Hittills uppnådda resultat är så positiva att Kvarkenhamnarna beslutat sig för att fortsätta samarbetet kring kryssningstrafik, men inom ramen för ett eget Interreg projekt – KVARKEN CRUISE PORTS www.botniagulfports.fi. Projektet med Örnsköldsvik som projektägare startade i april 2006.

Vad gäller specialintressen i Tyskland finns en kvarstående möjlighet.

ostettiin Terra Nordilta (Risto Hemming). Hankkeen saksalainen yhteistyökumppani järjesti myös urheilumatkoja Kuortaneelle.

Vuonna 2003 huomio kiintyi Itämerelle suuntautuvan risteilyliikenteen kehittämiseen. Merenkurkun kauden sataman kanssa käynnistettiin esitutkimus, jolla pyrittiin osoittamaan varustamoille ja matkanjärjestäjille, että myös Turku-Tukholma -linjan pohjoispuolella voi olla matkakohteita.

Seuraavat Merenkurkun satamat tekevät tätä nykyä yhteistyötä risteilykohteiden kehittämiseksi: Pietarsaari, Vaasa, Kristiinankaupunki, Skellefteå, Uumaja ja Örnsköldsvik.

Toiminta

Merenkurkun alueen geologisesti mielenkiintoisia käyntikohteita esittelevä kansio jaettiin n. 300 saksankieliselle geologiasta kiinnostuneelle yhdistykselle.

Vuosina 2004 ja 2005 toiminta keskitettiin yhteyksien luomiseen valittuihin risteilyvarustamoihin, alueen tarjonnan esittelyyn varustamoille ja osallistumiseen risteilyalan kansainvälisiin kokoontumisiin.

Vaikutukset

Yhteys saksalaiseen erikoismatkojen järjestäjään.

V. 2006 kansainväliset risteilyalukset vierailivat Merenkurkun satamissa 7 kertaa. 3 155 risteilyvierasta jätti tuloina satamakaupunkeihin n. 150 000 euroa + juomar rahat.

Johtopäätökset

Tähän mennessä saavutetut tulokset ovat niin myönteisiä, että Merenkurkun satamat ovat päättäneet jatkaa risteilyliikenteen yhteistyötä oman Interreg-hankkeen – KVARKEN CRUISE PORTS puitteissa www.botniagulfports.fi. Hanke alkoi huhtikuussa 2006 ja sen päämiehenä toimii Örnsköldsvik.

Saksalaisten erikoismatkat ovat edelleen mahdollisia.

EXTERN MARKNAD / ULKOISET MARKKINAT

Konferensstäder i samverkan

Städerna Umeå och Vasa hade sedan 1999 undersökt förutsättningarna till marknadsföringssamarbete kring internationella konferenser. Städerna besitter olika styrkor, vilket ger samarbetet ett mervärde.

Vasas och Umeås konferenssamarbete inom ramen för Botnia Tour har präglats av samverkan i kunskapsuppbyggnad kring produktutveckling, marknadssegmentering och försäljning av konferenser. FIN-S (Martin Ahlberg) har anlitats som resurs. På hemmaplan har Maria Backman, Vasa och Kerstin Forsén-Öberg, Umeå fungerat som kontaktpersoner.

Aktiviteter

Vasa och Umeå har deltagit på åtta konferensmässor med uppföljande visningsresor. Egna evenemang och workshops har genomförts i Mälardalen och i Köpenhamn. Gemensamma kundregister har upprättats. Speciell uppmärksamhet har ägnats åt nordiska organisationer.

Effekter

Delprojektet har skapat ca 2 500 kundkontakter. Marknadskunskapen har höjts. Ett starkt nätverk har skapats mellan aktörerna i de båda städerna.

Slutsats

Konferensstäderna Umeå och Vasa har genom projektet funnit former för samarbete på tredje marknad, främst Stockholm och Helsingfors men även Köpenhamn. Det gränsregionala samarbetet Konferensstäder i samverkan, börjar bli ett vedertaget begrepp.

Konferenssikaupungit yhteistyössä

Vaasan ja Uumajan kaupungit olivat vuodesta 1999 tutkineet kansainvälisten konferenssien markkinointiyhteistyön edellytyksiä. Kaupungeilla on erilaiset vahvuudet, mikä antaa yhteistyölle lisäarvoa.

Vaasan ja Uumajan konferenssiyhteistyötä on Botnia Tourin puitteissa leimannut tuotekehitykseen, markkinoiden segmentointiin ja konferenssien myyntiin liittyvän osaamisen kehittäminen. Työvoimana on käytetty FIN-S:ää (Martin Ahlberg). Yhteyshenkilöinä toimivat kotikentällä Maria Backman, Vaasa, ja Kerstin Forsén-Öberg, Uumaja.

Toiminta

Vaasa ja Uumaja osallistuivat kahdeksille konferenssimessuille ja järjestivät niiden jälkeen esittelymatkoja. Ne toteuttivat omia tapahtumia ja työpajoja Kööpenhaminassa ja Ruotsin Mälardalenissa. Yhteisiä asiakasrekistereitä on laadittu. Pohjoismaisiin järjestöihin on kiinnitetty erityistä huomiota.

Vaikutukset

Osahanke loi n. 2 500 asiakaskontaktia. Markkinaosaaamista on kohennettu. Kummankin kaupungin toimijoiden välille on luotu vahva verkosto.

Johtopäätökset

Konferenssikaupungit Vaasa ja Uumaja ovat hankkeen kautta löytäneet yhteistyömuotoja kolmansille markkinoille, lähinnä Helsinkiin ja Tukholmaan, mutta myös Kööpenhaminaan. Raja-alueelliselle yhteistyölle on annettu nimeksi "Konferenssikaupungit yhteistyössä", mikä on jo käsitteenä vakiintumassa.



Nordiskt resande

Åtgärden har syftat till att bibehålla och stärka det utbyte av resande som traditionellt varit starkt inom Kvarkenregionen. Efter taxfree försäljningens slut fanns dessutom ett imageproblem, eftersom en stor del av allmänheten uppfattat att färjetrafiken därmed upphört. Detta imageproblem kvarstår, men nu med något andra förtecken.

Projektet har därför satt en stor del av tillgängliga medel på personresurser för individuell bearbetning av olika kundkategorier.

Åtgärden vill stimulera till ett utbud som förbättrar kunskapen om händelser inom regionen.

Det geografiska försäljningsområdet är Finland, Sverige och Norge. Det geografiska produktområdet är Kvarkenregionen.

Inomregionalt resande har omfattats av åtgärder för att samverka i nationella kampanjer, inrätta säljfunktioner i de tre länderna, förbättra informationen om de olika utbuderna och medverka till att skapa affärsmässiga förutsättningar för försäljning.

SVERIGE

Peder Frohm anställdes år 2002 som marknadsförare på marknad Sverige. Framst har researrangörer, resebyråer och föreningar bearbetats.

På marknad Sverige och Norge har arbetet skett i nära samarbete med projektet FinWest. Fördelarna upplevs som uppenbara eftersom samma personresurs nyttjats och produktportföljen varit mera omfattande.

Pohjoismainen matkustaminen

Toimenpiteen tarkoituksena oli säilyttää ja vahvistaa sitä maiden välistä matkustamista, joka on perinteisesti ollut Merenkurkun alueella vahvaa. Taxfree-myyntin päättämisen jälkeen alalla oli lisäksi imago-ongelmia, koska suuri osa yleisöstä koki lauttaliikenteen päättyvän samalla kuin myyntikin. Tämä imago-ongelma on edelleen olemassa, mutta nyt vain hiukan toisissa merkeissä.

Hanke sijoitti sen vuoksi suuren osan käytettävissä olevista varoista eri asiakaskategorioiden yksittäiseen työstämiseen henkilöresurssien avulla.

Toimenpiteen tarkoituksena oli parantaa tietoisuutta alueen sisäisistä tapahtumista.

Maantieteellisenä myyntialueena on Suomi, Ruotsi ja Norja. Maantieteellisenä tuotealueena on Merenkurkun alue.

Alueen sisäisen matkustamisen toimenpiteet liittyivät kansallisiin kampanjoihin osallistumiseen, myyntitoimintojen perustamiseen ko. kolmeen maahan, niiden tarjonnasta tiedottamiseen ja myyntin liiketaloudellisten edellytysten luomiseen.

RUOTSI

Peder Frohm palkattiin v. 2002 Ruotsiin markkinoijaksi. Hän työsti lähinnä matkanjärjestäjiä, matkatoimistoja ja yhdistyksiä.

Ruotsissa ja Norjassa työtä tehtiin tiiviissä yhteistyössä FinWest-hankkeen kanssa. Etuja pidettiin ilmeisenä, koska hankkeet käyttivät samaa henkilöresurssia ja tuotesalkku oli tätä kautta kattavampi.



INTERN MARKNAD / SISÄISET MARKKINAT

Aktiviteter

Turistföretag och regionala turistorganisationer har deltagit i mässor, visningsresor och produktshops på marknad Sverige.

Effekter

Ca 900 personer från finska sidan av Kvarkenregionen har varit engagerade i åtgärden. På mässor i Västerbotten och Västernorrland har Botnia Tour träffat över 200 000 mässbesökare.

FINLAND

Framförallt hotellnäringen i Umeå efterfrågade marknadsföringsinsatser på marknad Finland. Camilla Wiik anställdes som marknadsförare 2002. Hennes arbetsuppgifter övertogs av Eva Vehkaperä 2004.

Rederiets roll som försäljningskanal har av näringen uppfattats som synnerligen viktig. Efter att rederiet RG Line år 2005 meddelat att man i fortsättningen endast vill sälja färjebiljetter uppstod ett tomrum gällande produktion och försäljning av paket, som innehåller både färja och boende. Enligt Botnia Tours ledningsgrupp upplevs hotellpaketet som ett viktigt verktyg för att upprätthålla utbytesturismen över Kvarken.

Efter riktad offentlig upphandling köpte Botnia Tour produktion, marknadsföring och försäljning av hotellpaket i Vasa respektive Umeå av Resesäljarna i Sverige och Ingves Resor i Finland.

Aktiviteter

Marknadsföringsinsatserna i Finland har i stort följt samma mönster som på marknad Sverige. Avvikande är att projektet i Finland medverkat i TV reklam.

Effekter

TV reklamen nådde 9 miljoner tittare. På infotillfällen arrangerade speciellt för föreningar nåddes ca 1 400 personer. Finska gästnätter i Västerbotten och Västernorrland har trots det sjunkit under projektiden.

NORGE

På marknad Norge anlidade Botnia Tour under början av projektperioden LN Marketing / Leena Nylander för att marknadsföra Kvarkenregionen till norska researrangörer. Också i Norge har projektet utsett "Kvarkenspecialister" / återförsäljare.

Många aktörer i Kvarkenregionen jobbar på Norge. Botnia Tours roll har varit att samordna, hitta synergi och kommunicera planerna med aktörerna.

Toiminta

Matkailuyritykset ja alueelliset matkailujärjestöt osallistuivat messuille, esittelymatkoille ja tuotepajoihin Ruotsissa.

Vaikutukset

Toimintaan osallistui n. 900 henkilöä Merenkurkun Suomen puolelta. Botnia Tour tavoitti Västerbottenissa ja Västernorrlandissa järjestetyillä messuilla yli 200 000 kävijää.

SUOMI

Ennen kaikkea Uumajan hotellit kaipasivat Suomeen suuntautuvaa markkinointia. Camilla Wiik palkattiin markkinoijaksi v. 2002. Eva Vehkaperä jatkoi hänen työtehtäviään v. 2004.

Matkailuala pitää varustamon roolia myyntikanavana erittäin tärkeänä. Kun RG Line ilmoitti v. 2005 haluavansa jatkossa myydä ainoastaan laivalippuja, alueelle syntyi tyhjiö laivamatkat ja majoittumisen yhdistävien pakettien tuotannossa ja myynnissä. Botnia Tourin johtoryhmän mukaan hotellipaketit koetaan tärkeänä työkaluna virkistysmatkailun ylläpitämiseksi Merenkurkun yli.

Suunnatun julkisen tarjouspyynnön perusteella Botnia Tour osti Vaasan ja Uumajan hotellipakettien tuotannon, markkinoinnin ja myynnin Resesäljarna (Ruotsi) ja Ingves Resor (Suomi) -nimisiltä yritysiltä.

Toiminta

Suomeen suunnattu markkinointi noudatti suurin piirtein samaa kaavaa kuin Ruotsiinkin suunnattu. Poikkeavaa oli, että hanke käytti Suomessa TV-mainontaa.

Vaikutukset

TV-mainonta tavoitti 9 miljoonaa katsojaa. Info-tilaisuuksissa tavoitettiin n. 1 400 henkilöä. Suomalaisten yöpymiset ovat tästä huolimatta laskeneet hankeaikana Västerbottenissa ja Västernorrlandissa.

NORJA

Botnia Tour käytti Norjassa hankekauden alussa markkinoijana LN Marketing / Leena Nylanderia, jonka tehtävänä oli markkinoida Merenkurkun aluetta norjalaisille matkanjärjestäjille.

Monet Merenkurkun alueen toimijat suuntaavat markkinointia Norjaan. Botnia Tourin roolina oli koodinoida, hakea synergiaetuja ja tiedottaa suunnitelmista eri toimijoille.

Aktiviteter

På marknad Norge har projektet arbetat på ungefär samma sätt som på de två andra interna marknaderna med visningsresor, kundbesök, kampanjer och direktutskick.

Effekter

Norska gästnätter i Västerbotten och Västernorrland har hållits på samma nivå medan norska gästnätterna på finska sidan sjunkit.

Slutsats

Botnia Tours mål har varit att söka en hållbar permanent lösning, som medger att enkla turistpaket (färja + boende) lätt kan köpas. Projektets partnerskap är beredda att kanalisera mycket av sina marknadsföringsresurser via utvalda researrangörer. År 2007 köper Botnia Tour ännu paketproduktion av Resesäljarna medan Ingves Resor opererar på marknad Sverige på egen hand.

Största antalet besökare i Kvarkenregionen kommer från närmarknaden. En ofta uttalad uppfattning är att närmarknaden är lättast att bearbeta och kan ge starkare utfall i ekonomin.

De inomregionala satsningarna gör att vi blir mera positiva till varandra, förbättrar kunskapen om händelser och utbud inom regionen för att åter öka det inomregionala resandet.

Under hela projekttiden har det förekommit problem med färjekommunikationen. Rederiet RG Lines avsaknad av långsiktig framförhållning vad gäller tidtabeller och priser upplevs av researrangörer och andra som besvärlig.

Problemen med färjan kan exemplifieras med att norska gästnätter ökat i Mellersta-Österbotten medan de minskat i övriga Österbotten. En förklaring är att normmännen undviker färjan och istället kör bil norra vägen.

Projektet har också märkt av att svenska aktörer som jobbar på finsk marknad saknas nästan helt.

Toiminta

Hanke työskenteli Norjassa suurin piirtein samalla tavoin kuin Ruotsissa ja Suomessakin eli järjesti esittelymatkoja, asiakaskäyntejä, kampanjoita ja lähetti suoramainontaa.

Vaikutukset

Norjalaisten yöpymiset Västerbottenissa ja Västernorrlandissa ovat säilyneet samalla tasolla, mutta Suomen puolella ne ovat laskeneet.

Johtopäätökset

Botnia Tourin tavoitteena oli löytää kestävä ja pysyvä ratkaisu, jonka avulla yksinkertaisia matkailutuotteita (laiva + majoitus) voitaisiin ostaa helposti. Hankekumppanit olivat valmiita kanavoimaan suuren osan markkinointiresurssiaan valittujen matkanjärjestäjien kautta. Botnia Tour ostaa vielä v. 2007 matkapaketituoannon Resesäljarna-yritykseltä, mutta Ingves Resor toimii Ruotsin suuntaan itsenäisesti.

Suurin osa Merenkurkun alueen vierailijoista tulee alueen lähimarkkinoilta. Usein esitetyn käsityksen mukaan lähimarkkinoita on helpoin työstiä ja niistä voi saada taloudellisesti parhaimman tuoton.

Alueen sisäiseen matkustamiseen panostamisen ansiosta suhtaudumme toisiimme myönteisemmin, tiedämme enemmän alueen tapahtumista ja tarjonnasta, mikä taas osaltaan kasvattaa alueen sisäistä matkustamista.

Lauttaliikenteessä on esiintynyt ongelmia koko hankeajan. Matkanjärjestäjät ja muut kokevat hankalaksi sen, että RG Line -varustamolla ei ole pitkän aikavälin ennakkointia aikataulujen ja hintojen suhteen.

Lauttaongelmista voi esimerkkinä mainita, että norjalaisten yöpymiset ovat lisääntyneet Keski-Pohjanmaalla, mutta vähentyneet Pohjanmaalla ja Etelä-Pohjanmaalla. Yhtenä selityksenä on, että norjalaiset kaihtavat lauttaa ja sen sijaan matkustavat autolla pohjoisen kautta.

Hanke on myös havainnut, että ruotsalaiset toimijat puuttuvat lähes täysin Suomesta.

INTERN MARKNAD / SISÄISET MARKKINAT

Fritidshus

Vänortssamarbetet mellan Ähtäri och Lycksele initierade en studie kring fritidsboendets ekonomiska betydelse för värdkommunens service och turistattraktioner. Fritidshusturismens effekter – vad man gör, vad och var man handlar, omsättning, investerings- och framtidsplaner, har på uppdrag av Botnia Tour studerats av kulturgeografiska institutionen vid Umeå universitet år 2001-2003.

Hans-Erik Forsell fungerade som delprojektledare.

Aktiviteter

Kulturgeografiska institutionen följde under två år 1 200 hushåll för att utgående från forskningen dra slutsatser om framtida satsningar på fritidshusturism.

Effekt

Forskningsrapporten "Fritidsboende i Kvarken".

Slutsatser

Studien visar att det lokala näringslivet tillförs stora belopp av fritidshusturismen. Den totala konsumtionen för ett permanentboende hushåll kan i de undersökta kommunerna beräknas motsvara mellan 8 och 30 fritidshus. En kommun med t.ex. 400 stugor vars ägare bor i andra kommuner får därmed ett tillskott till den lokala ekonomin motsvarande mellan 13 och 30 permanenta hushåll. En svårighet kvarstår i att föra in kunskaper från ett turistprojekt till de lokala samhällsplanerna.

Solrutten

Båtklubbar och kommuner på ömse sidor av Kvarken har var för sig arbetat med utveckling av småbåtturism. Ett mångårigt samarbete mellan hamnarna i Österbotten marknadsfördes under namnet Solrutten.

Botnia Tour fick vid projektstarten i uppdrag att under tre år sammanföra båtintressenterna på båda sidor om Kvarken och komplettera det virtuella sjökortet (kartbaserat informationsmaterial) samt marknadsföra det till intressenter. Rättigheterna till det virtuella sjökortet innehas av Sjöfartsverket i Finland.

Mats Sabel fungerade som delprojektledare.

Aktiviteter

Solrutten tog fram marknadsföringsmaterial och distribuerade till båtklubbar i Bottniska viken.

Effekter

www.solrutten.org som i slutet av 2003 överfördes till projektet "Kvarkenguiden" (www.kvarkenguide.org).

Vapaa-ajan asuminen

Ähtäri ja Lycksele ystäväkuntatoiminta antoi kimmokkeen vapaa-ajan asumisen taloudellista merkitystä kartoittavaan tutkimukseen isäntäkunnan palveluiden ja turistikohteiden kannalta. Uumajan yliopiston kulttuuri- ja maantieteiden laitos teki v. 2001-2003 Botnia Tourin toimeksiannosta tutkimuksen loma-asuntomatkailun vaikutuksista – mitä loma-asunnolla tehdään, rahankäyttö, investointi- ja tulevaisuudensuunnitelmat.

Osahankkeen johtajana toimi Hans-Erik Forsell.

Toiminta

Kulttuurimaantieteiden laitos tutki kahden vuoden ajan 1 200 taloutta selvittääkseen loma-asuntomatkailun tehtäviä tulevia panostuksia.

Vaikutukset

Tutkimusraportti "Loma-asuminen Merenkurkun alueella".

Johtopäätökset

Tutkimus osoittaa, että loma-asuntomatkailu tuo paikalliselle elinkeinoelämälle suuria rahasummia. Yhden ympärivuotisen kotitalouden kokonaiskulutuksen voidaan tutkituissa kunnissa arvioida vastaavan 8-30 vapaa-ajan asuntoa. Kunta, jossa on esim. 400 mökkiä, joiden omistajat asuvat muissa kunnissa, saavat näin ollen paikalliseen talouteen n. 13-30:n ympärivuotista kotitaloutta vastaavan lisäsumman. Vaikeutena on siirtää matkailuhankkeesta saatuja tietoja paikallisille yhteiskuntasuunnittelijoille.

Aurinkoreitti

Veneilyseurat ja kunnat ovat Merenkurkun molemmin puolin työskennelleet kukin erikseen pienvenematkailun kehittämiseksi. Monivuotista Pohjanmaan satamien välistä yhteistyötä markkinoitiin Aurinkoreitti-nimellä.

Botnia Tour sai hankkeen alkaessa tehtäväkseen täydentää virtuaalista merikorttia (karttapohjaisen tiedotusmateriaalin) sekä markkinoida sitä kiinnostuneille. Suomen merenkululaitos omistaa tämän virtuaalisen merikortin oikeudet.

Osahankkeen johtajana toimi Mats Sabel.

Toiminta

Aurinkoreitti laati markkinointimateriaalia ja jakoi sitä Pohjanlahden veneilyseuroille.

Vaikutukset

www.solrutten.org joka vuoden 2003 lopulla siirrettiin "Merenkurkun opas" -hankkeeseen (www.kvarkenguide.org).

Slutsats

Solrutten på Internet kom bra igång med ett stort utbud av information. För framtiden behövs gemensamt dokument gällande hamnarnas standard både i Finland och Sverige – gästhamnskriterier. En förnyelse av besöksmålen krävs kontinuerligt. Marknadsföringen av rutten ska ske via båtclubbarna och hamnarna där direkttakten med kunderna finns.

Av största vikt för den virtuella Solrutten är att projektägaren får alla rättigheter till uppdatering av hemsidan. För att nå framgång med uppgiften krävs en stark huvudman.

Samverkan

Gränsöverskridande nätverk i turistsamarbetet är nödvändiga. Genom att umgås kan vi finna vägar att samla projekt och aktörer i gemensam riktning.

Botnia Tour har en viktig roll i att vara "lim" mellan de olika nationella projekten och organisationerna. Kontinuerlig information om det turistiska utbudet till press och allmänhet ingår som en del i strävandena att göra utbudet känt både bland besökande och medverkande.

Aktiviteter

Tanken på att befästa gränssamarbetet i regionens turistföretag genom att engagera en "fältarbetare" har funnits med sedan 2003. Idén har förverkligats med utgångspunkt från Södra-Österbottens Turism i Seinäjoki.

Kvarkens turistbyrå fungerade i fyra somrar på Casino Express. Byrån besöktes av 18 000 personer.

Botnia Tour har samlat partnerskapet till konferenser och möten med över 500 deltagare.

Sammanlagt har Botnia Tour gett ut BotniaInfo 49 gånger till ca 350 mottagare per gång.

Effekter

Regionens turistiska utbud är känt. Projektet har bidragit till turistresor på Kvarkenfärjan och gästnätter.

Gränsregionalt kunskapsutbyte framträder i alla delprojekt och har lett till gemensamma utvecklingsaktiviteter och gränsregionala kontaktnät.

Johtopäätökset

Internetissä sijaitseva Aurinkoreitti pääsi hyvin vauhtiin ja sillä oli tarjota paljon tietoa. Jatkossa tarvitaan yhteisiä dokumentteja satamien tasosta niin Suomessa kuin Ruotsissakin – vierassatamakriteerit. Käyntikohteita täytyy jatkuvasti päivittää. Reitin markkinointi tulee hoitaa veneilyseurojen ja satamien kautta, joilla on suorat yhteydet asiakkaisiin.

Virtuaalisen Aurinkoreitin kannalta on äärimmäisen tärkeää, että päämies saa kotisivujen päivitykseen kaikki oikeudet. Tehtävässä menestymiseen tarvitaan vahva päämies.

Yhteistoiminta

Valtakunnan rajat ylittävät verkostot ovat matkailuyhteistyössä välttämättömiä. Yhteydenpidon avulla etsimme keinoja koota hankkeita ja toimijoita yhteisen linjan taakse.

Botnia Tourilla oli tärkeä rooli toimia "liimana" erilaisten kansallisten hankkeiden ja järjestöjen välillä. Sen tavoitteisiin sisältyi jatkuva tiedottaminen matkailutarjonnasta lehdistölle ja yleisölle, jotta tarjontaa saataisiin tunnetuksi niin kävijöiden kuin osallistujienkin parissa.

Toiminta

Ajatus raja-alueellisen yhteistyön lujittamiseksi alueen matkailuyrityksiin palkkaamalla "kenttäyöntekijä" on ollut kuvioissa mukana vuodesta 2003 lähtien. Ajatus on toteutettu Etelä-Pohjanmaan Matkailussa Seinäjoella.

Merenkurkun matkatoimisto toimi neljänä kesänä Casino Express -lautalla. Matkatoimistossa kävi n. 18 000 henkilöä.

Botnia Tour kokosi hankekumppaneita konferensseihin ja kokouksiin, joihin osallistui yli 500 henkilöä.

Botnia Tour julkaisi yhteensä 49 Botnia Info -tiedotuskirjettä, joka lähetettiin kerralla n. 350 vastaanottajalle.

Vaikutukset

Alueen matkailutarjonta tunnetaan. Hanke edisti turistikkoja Merenkurkun lautalla sekä yöpymisiä majoituslaitoksissa.

Raja-alueellista tiedonvaihtoa esiintyi kaikissa osahankkeissa ja se johti yhteisiin kehitystoimiin ja raja-alueellisiin yhteysverkostoihin.

ERFARENHETER AV ETT GRÄNSREGIONALT PROJEKT



Incitament

Gränsregionaliteten är inte självklar. Det enskilda företaget ser sin egen nästa "affär", den enskilda organisationen hävdar nyttan för sina medlemmar, och har ofta begränsad frihet att agera utanför sin egen geografi. Också de nationella turistorganen (Centralen för turistfrämjande MEK och Visit Sweden) har sitt uppdrag i den egna nationen.

Pengarna – finansieringen är ett incitament för ett gränsregionalt projekt. Finansieringsinstrumentet är en möjlighet att genom det gränsregionala projektet växla upp sin egen insats.

Erfarenheterna från projektiden visar exempel där företag/destinationer var för sig varit för små, eller inte tillräckligt kompletta för att själva nå genomslag i en ny marknad. Genom samverkan med andra i liknande verksamhet, eller andra med kompletterande utbud har man kunnat presentera en produkt som attraherat marknaden.

Legitimitet

Vem har legitimitet att driva ett gränsregionalt projekt?

Aktörerna upplever ofta att enskilda aktörer "drar hemåt" och uppfattas därför inte som en neutral part. Botnia Tour har kunnat fylla rollen som den opartiska medspelaren, som inte haft specifikt egna intressen i de olika aktiviteterna. Däremot visade halvtidsutvärderingen att detta också kunde upplevas av partnerskapet som en svårighet för enskilda aktörer att påverka aktiviteterna.

Beständighet

Finns det en beständighet i gränsregionala projekt?

Botnia Tour uppfattar att en beständighet finns om enskilda aktörer / företag får en ekonomisk nytta av de aktiviteter som gjorts, och är beredd att gå vidare med insats av egna resurser.

Däremot kan det vara svårare att hitta en beständighet i aktiviteter som omfattar offentliga aktörer (t.ex. Solrutten) där enskilda företag är små och svåra att

Kannustimet

Raja-alueellinen ulottuvuus ei ole itsestään selvä asia. Yksittäinen yritys keskittyy seuraavaan omaan "kauppaansa", yksittäinen järjestö korostaa jäsentensä saamaa hyötyä ja niillä on usein rajalliset mahdollisuudet toimia oman maantieteellisen alueensa ulkopuolella. Myös kansallisilla matkailuelimillä (Matkailun edistämiskeskus MEK Suomessa ja Visit Sweden Ruotsissa) on tehtävänsä omissa maassaan.

Rahat – rahoitus toimivat raja-alueellisen hankkeen kannustimena. Rahoitusinstrumentti tarjoaa mahdollisuuden raja-alueellisen hankkeen kautta kasvattaa omaa panostusta.

Kokemukset osoittavat että monet yritykset/matka-kohteet ovat yksinään liian pieniä tai riittämättömiä, jotta ne olisivat pystyneet lyömään itsensä läpi uusilla markkinoilla. Yhteistyöllä muiden samankaltaista toimintaa harjoittavien tai täydentävää tarjontaa toimittavien kanssa on voitu esitellä tuote, joka on kiinnostanut markkinoita.

Legitimiteetti

Kenellä on legitimiteetti harjoittaa raja-alueellista hanketta?

Toimijat kokevat usein, että muut yksittäiset toimijat "vetävät kotiinpäin" ja siksi niitä ei koeta neutraaleina osapuolina. Botnia Tour kykeni täyttämään puolueettoman osapuolen roolin eikä sillä ollut toiminnassa omia erityisintressejään. Hankkeen väliarviointi osoitti kuitenkin, että hankekumppanit voivat kokea tämän myös siten, että yksittäisillä toimijoilla on vaikeuksia vaikuttaa toimintaan.

Pysyvyys

Onko raja-alueellisissa hankkeissa pysyvyyttä?

Botnia Tour kokee, että pysyvyyttä on, jos yksittäiset toimijat / yritykset saavat taloudellista hyötyä tehdyistä toimenpiteistä ja ovat valmiit jatkamaan toimintaa omin resurssein.

Sen sijaan voi olla vaikeampaa löytää pysyvyyttä toimenpiteissä, jotka koskevat julkisia toimijoita (esim. Aurinkoreitti), jossa yksittäiset yritykset ovat pieniä ja

RAJA-ALUEELLISESTA HANKKEESTA SAADUT KOKEMUKSET



identifiiera. Det finns få privata aktörer, som är villig att ikläda sig en gränsregional roll. Det offentliga bör ha initiativet och finna legitimiteten för att driva gränsregionala projekt och på så sätt medverka till den regionala utvecklingen och stärka de organisationer och projekt som ser ett mervärde i gränsöverskridande samarbete.

Mervärde

Det finns en nytta, ett mervärde i att två länder – flera regioner verkar tillsammans.

På utlandsmarknader, som Ryssland, ligger mervärdet i att samtidigt få tillgång till två länder. Mervärdet kan också registreras som ökat genomslag på nya marknader.

Nätverk

Botnia Tour har skapat nätverk, dels kvalitativa dels operativa.

Det handlar om nätverk mellan företag, organisationer och enskilda personer. Nätverken uppfattas som viktiga indikatorer i Interregprogrammet. I nätverken har kunskap byggts upp och förts vidare via seminarier, möten, personliga kontakter och BotniaInfo. Deltagarna har på ett konkret sätt fått lära känna kolleger från grannlandet.

Viktiga nätverk har också byggts med andra projekt. Som exempel kan nämnas Partnership Kvarnen, E12 Alliansen, FinWest och Kvarnen Cruise Ports.

Projektets marknadsföringspersoner har bildat operativa nätverk genom att verka ute på marknaden och föra tillbaka till partnerskapet den kunskap man fått. Också nätverken i konferenssamarbetet och kring kryssningshamnarna har haft en operativ roll.

vaikeita tunnistaa. Vain harvat yksityiset toimijat ovat valmiita omaksumaan raja-alueellisen roolin. Julkisten toimijoiden tulee olla aloitteellisia ja hakea legitimitettä harjoittaa raja-alueellisia hankkeita ja sitä kautta vaikuttaa alueen kehitykseen ja vahvistaa niitä järjestöjä ja hankkeita, jotka näkevät raja-alueellisessa yhteistyössä lisäarvoa.

Lisäarvo

Kahden maan – useiden alueiden yhteistoiminnasta saa hyötyä, lisäarvoa.

Ulkomaan markkinoilla, kuten Venäjällä, lisäarvo on siinä, että matkailijoiden saataville tulee samalla kertaa kaksi maata. Lisäarvoa voidaan havaita myös siinä, että alueen vetovoima uusilla markkinoilla kasvaa.

Verkostot

Botnia Tour on luonut verkostoja – osin laadullisia, osin operatiivisia.

Näitä verkostoja on yritysten, järjestöjen ja yksittäisten henkilöiden välillä. Verkostot koetaan Interreg-ohjelmassa tärkeiksi indikaattoreiksi. Osaamista kehitettiin verkostoissa ja siirrettiin eteenpäin seminaarien, kokousten, henkilökohtaisten kontaktien ja Botnia Info -tiedotuskirjeiden muodossa. Osallistujat oppivat konkreettisesti tuntemaan naapurimaan kollegansa.

Myös muiden hankkeiden kanssa rakennettiin tärkeitä verkostoja. Esimerkkeinä voidaan mainita Partnership Kvarnen, E12 Allianssi, FinWest ja Kvarnen Cruise Ports.

Hankkeessa toimineet markkinoijat loivat operatiivisia verkostoja toimimalla markkinoilla ja tuomalla saamia tietoa takaisin hankekumppaneille. Myös konferenssiyhteistyön ja risteilysatamien verkostoilla on ollut operatiivinen rooli.

Omvärldsbevakning

<i>Aktivitet 2001-2007</i>	<i>Deltagare</i>	<i>Medverkande från Kvarkenregionen</i>
Marknadsseminarier, 7 st	105 personer	Turistföretag, regionala och lokala turistorganisationer
Visningsresor för ryska researrangörer till Kvarkenregionen, 4 st	34 researrangörer från St. Petersburg	Företag på följande orter besöktes: Vasa, Umeå, Lycksele, Karleby, Hemavan-Tärnaby, Härmä, Lappjärvi, Ähtäri.
CIS Invertex resevärldsmässa i St. Petersburg, deltagit 5 gånger	15 anläggningar från Kvarkenregionen har deltagit. Ca. 70 000 presumtiva mässbesökare har kunnat nås.	Samma företag, som haft besök av ryska researrangörer på visningsresa har även deltagit på mäsas i St. Petersburg.
Workshops i St. Petersburg, 2 st	10 anläggningar från Kvarkenregionen	Turistföretagen, som etablerat kontakt med researrangörer + regionala turistorganisationer

Effekter

<i>Ryska gästnätter</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
Södra-Österbotten, Mellersta-Österbotten, Österbotten	5115	5596	5224	4337	5742
Västerbotten, Västernorrland	6405*	6210*	3017*	2448*	3069*

* inte camping

Säljfrämjande

<i>Kryssaktiviteter 2003-2006</i>	<i>Deltagare</i>	<i>Medverkande från Kvarkenregionen</i>
Visningsresa, 2 st	Silversea Cruises, 2004 Royal Caribbean Cruises, 2005	Alla sex Kvarkenhamnar har haft besök av rederirepresentanterna.
Mässdeltagande, 5 ggr	Närvaro på mässor i Miami, Genua, Barcelona, Hamburg	Utsedda representanter för Kvarkenhamnarna

Effekter av kryssningar 2005 och 2006

<i>Anlöp</i>	<i>Kryssningsbesökare</i>	<i>Intäkter</i>	<i>Besökta hamnar</i>
4 år 2005			Vasa, Skellefteå, Umeå
7 år 2006	3155	150 000 euro + dricks	Kristinestad, Vasa, Umeå

Konferensstäder i samverkan

<i>Aktivitet 2001-2007</i>	<i>Deltagare</i>	<i>Medverkande från Kvarkenregionen</i>
Mässor, 8 st		Umeå och Vasa + hotellen
Uppföljning & visningsresor, 10 st	154 personer representerande företag, organisationer och föreningar har deltagit i visningsresor	Umeå och Vasa med omnejd
Specialarrangemang, 3 st	80 inbjudna gäster	Umeå och Vasa

Effekter

	2002	2003	2004	2005	2006
Kundkontakter	50	300	450	750	875
Presskontakter	9	7	6	9	8

Intern marknad / SVERIGE

<i>Aktivitet 2001-2007</i>	<i>Deltagare</i>	<i>Medverkande från Kvarkenregionen</i>
Mässor, 12 st	> 200 000 mässbesökare	Österbottens Turism, 7 Broars Skärgård, Härmä Badhotell, RG Line, Vasa stad, E-P'n Matkailu
Visningsresor, 7 st	81 deltagare	Vasa, Härmä, Jakobstad, Seinäjoki, Kristinestad, Krigets och fredens väg
Seniordag, 2 st	689 deltagare	Casino Express
Produktshop, 5 st	117 deltagare	Österbottens Turism, 7 Broars Skärgård, Vasa, Härmä Badhotell, FinFun, FinWest, RG Line, Uleåborg, Kalajoki

Effekter

<i>Svenska gästnätter</i>	2002	2003	2004	2005	2006
Södra-Österbotten, Mellersta-Österbotten, Österbotten	26 441	24 473	26 671	24 350	23 781

Intern marknad / FINLAND

<i>Aktivitet 2001-2006</i>	<i>Deltagare</i>	<i>Medverkande från Kvarkenregionen</i>
Mässor, 11 st	> 200 000 mässbesökare	Umeåregionen, Mitt Sverige Turism, Saga Vägen, Västerbottens Turism, Hemavan-Tärnaby
Visningsresor, 2 st	16 deltagare	Umeå, Lycksele, Bjurholm
Seniordag, 1 st	190 deltagare	Casino Express
Pressresa, pressträff, 2 st	50 deltagare	Umeåregionen
Infotillfällen, 6 st	1361 deltagare	Mitt Sverige Turism, Entré Höga Kusten, Västerbottens Turism, Umeåregionen, Guldriket, Lappmarken Turism
TV reklam MTV3 och TV4, 2004	9 milj. tittare	Umeåregionen, RG Line
Radioreklam, Radio Vaasa, 2001 och 2005	60 000 lyssnare	Umeåregionen

Effekter

<i>Finska gästnätter</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
Västerbotten, Västernorrland	18 997*	17 784*	18 518*	17 323*	14 822*

* inte camping

Intern marknad / NORGE

<i>Aktivitet 2001-2006</i>	<i>Deltagare</i>	<i>Medverkande från Kvarkenregionen</i>
Roadshow, 3 st	1000 kontakter	Karleby Turism, Vasa, Österbottens Turism, Mitt Sverige Turism, RG Line, Uleåborg, Kalajoki, Tärnaby, Skellefteå, 7 Broars Skärgård, Kivitippu, Härmä Badhotell
Studietur, 1 st	3 norska arrangörer	Umeå, Örnsköldsvik, Skellefteå
Direct Mail 2001, 2002	25 000 adresser	Hela Kvarkenregionen

Effekter

<i>Norska gästnätter</i>	<i>2002</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
Södra-Österbotten, Mellersta-Österbotten, Österbotten	13 232	11 784	9 982	9 902
Västerbotten, Västernorrland	43 847*	38 827*	43 640*	43 975*

* inte camping

Fritidshus

Aktiviteter 2001-2002	Deltagare	Medverkande från Kvarkenregionen
Etapp 1: Frågeformulär	1 271 hushåll	Ähtäri, Korsholm, Robertsfors, Lycksele och Tärna-Hemavan
Etapp 2: Dagboksmetoden	578 personer	Ähtäri, Korsholm, Robertsfors, Lycksele och Tärna-Hemavan

Effekter

Fritidsboende i Kvarken (ISBN 91-631-4120-5)

Loma-asuminen Merenkurkun alueella (ISBN 951-97750-7-2)

Solrutten

Aktiviteter 2001-2003	Deltagare	Medverkande från Kvarkenregionen
Mässor, 1 st	20 000 mässbesökare	Alla besöksmål längs Solrutten
Marknadsföringsmaterial	70 båtklubbar i Bottniska viken	Alla besöksmål längs Solrutten

Effekter

www.solrutten.org

Adressen överfördes i slutet av 2003 till projektet "Kvarkenguiden". www.kvarkenguide.org

Samverkan

Aktiviteter 2001-2006	Deltagare	Medverkande från Kvarkenregionen
Kvarkens turistbyrå, 01-04	18 000 besökare	Casino Express
Kvarkens turistkonferens, 3 st	389 deltagare	Deltagare från hela Kvarkenregionen
Partnerskapsmöten, 11 st	148 deltagare	Alla destinationer har deltagit. Mötena har dels varit fysiska, dels videomöten
Expedition Res Norrut, 2 st	3 000 kontakter	Österbottens Turism, Västerbottens Turism, Mitt Sverige Turism, 7 Broars Skärgård, FinWest, Resesäljarna, Guldriket, Hotel Radison, Entré Höga Kusten, Umeå&Co, Södra Lappland, Ingves Resor
Stödfunktion, Södra-Österbotten	50 Bed & Breakfast företag	Södra-Österbotten, Mellersta-Österbotten, Österbotten
Studieresa, B&B företag	9 deltagare	Umeåregionen
Botniainfo, 49 nummer	350 mottagare	Kvarkenregionen

Ulkomaailman valvonta

<i>Toiminta 2001-2007</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat Merenkurkun alueelta</i>
Markkinointiseminaarit, 7 kpl	105 henkilöä	Matkailuyrityksiä, alueellisia ja paikallisia matkailujärjestöjä
Esittelymatkat venäläisille matkanjärjestäjille Merenkurkun alueelle, 4 kpl	34 pietarilaista matkanjärjestäjää	Vierailuja seuraavien paikkakuntien yrityksiin: Vaasa, Uumaja, Lycksele, Kokkola, Hemavan-Tärnaby, Härmä, Lappajärvi, Ähtäri.
CIS Invertex -matkamessut Pietarissa, osallistuttu 5 kertaa	Merenkurkun alueelta osallistui 15 matkakohteen edustajia N. 70 000 mahdollista messukävijää tavoitettu	Samat yritykset, joissa kävi esittelymatkalla venäläisiä matkanjärjestäjiä, osallistuivat myös Pietarin messuille.
Työpajat Pietarissa, 2 kpl	Merenkurkun alueelta osallistui 10 matkakohteen edustajia	Matkailuyritykset, jotka vakiinnuttaneet kontaktit matkanjärjestäjiin + alueelliset matkailujärjestöt.

Vaikutukset

<i>Venäläisten yöpymiset</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
Pohjanmaan, Keski-Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan maakunnat	5115	5596	5224	4337	5742
Västerbotten, Västernorrland	6405*	6210*	3017*	2448*	3069*

* ei leirintäalueet

Myynninedistäminen

<i>Risteilytoiminta 2003-2006</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat Merenkurkun alueelta</i>
Esittelymatka, 2 kpl	Silversea Cruises, 2004 Royal Caribbean Cruises, 2005	Varustamojen edustajia on käynyt kaikissa kuudessa Merenkurkun satamassa.
Osallistuminen messuille, 5 kertaa	Osallistuminen messuille Miamissa, Genovassa, Barcelonassa, Hampurissa	Merenkurkun satamien valitut edustajat

Risteilyjen vaikutukset 2005 ja 2006

<i>Risteilyalusten vierailut</i>	<i>Risteilyvieraat</i>	<i>Tuotot</i>	<i>Vierailusatamat</i>
4 kpl v. 2005			Vaasa, Skellefteå, Uumaja
7 kpl v. 2006	3155	150 000 euroa + juomarajat	Kristiinankaupunki, Vaasa, Uumaja

Konferenssikaupungit yhteistyössä

<i>Toiminta 2001-2007</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat merenkurkun alueelta</i>
Messut, 8 kpl		Vaasa ja Uumaja + hotellit
Seuranta ja esittelymatkat, 10 kpl	Esittelymatkoille osallistui 154 henkilöä, jotka edustivat yrityksiä, järjestöjä ja yhdistyksiä.	Vaasa ja Uumaja ympäristöineen
Erityisjärjestelyt, 3 kpl	80 kutsuvierasta	Vaasa ja Uumaja

Vaikutukset

	2002	2003	2004	2005	2006
Asiakaskontaktit	50	300	450	750	875
Lehdistökontaktit	9	7	6	9	8

Sisäiset markkinat / RUOTSI

<i>Toiminta 2001-2007</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat Merenkurkun alueelta</i>
Messut, 12 kpl	> 200 000 messuvierasta	Pohjanmaan Matkailu, 7 Sillan Saaristo, Härmän Kuntokeskus, RG Line, Vaasan kaupunki, Etelä-Pohjanmaan Matkailu
Esittelymatkat, 7 kpl	81 osallistujaa	Vaasa, Härmä, Pietarsaari, Seinäjoki, Kristiinankaupunki, Sodan ja rauhan tie
Senioripäivät, 2 kpl	689 osallistujaa	Casino Express
Tuotepajat, 5 kpl	117 osallistujaa	Pohjanmaan Matkailu, 7 Sillan Saaristo, Vaasa, Härmän Kuntokeskus, FinFun, FinWest, RG Line, Oulu, Kalajoki

Vaikutukset

<i>Ruotsalaisten yöpymiset</i>	2002	2003	2004	2005	2006
Pohjanmaan, Keski-Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan maakunnat	26 441	24 473	26 671	24 350	23 781

Sisäiset markkinat / SUOMI

<i>Toiminta 2001-2006</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat Merenkurkun alueelta</i>
Messut, 11 kpl	> 200 000 messuvierasta	Umeåregionen, Mitt Sverige Turism, Saga Vägen, Västerbottens Turism, Hemavan-Tärnaby
Esittelymatkat, 2 kpl	16 osallistujaa	Uumaja, Lycksele, Bjurholm
Senioripäivät, 1 kpl	190 osallistujaa	Casino Express
Lehdistömatka, -tapaaminen, 2 kpl	50 osallistujaa	Umeå Regionen
Infotilaisuudet, 6 kpl	1361 osallistujaa	Mitt Sverige Turism, Entré Höga Kusten, Västerbottens Turism, Umeåregionen, Guldriket, Lappmarken Turism
TV-mainonta MTV3 ja TV4, 2004	9 milj. katsojaa	Umeåregionen, RG Line
Radiomainonta, Radio Vaasa, 2001 ja 2005	60 000 kuulijaa	Umeåregionen

Vaikutukset

<i>Suomalaisten yöpymiset</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
Västerbotten, Västernorrland	18 997*	17 784*	18 518*	17 323*	14 822*

* ei leirintäalueet

Sisäiset markkinat / NORJA

<i>Toiminta 2001-2006</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat merenkurkun alueelta</i>
Roadshowt, 3 kpl	1000 kontaktia	Kokkolan Matkailu, Vaasa, Pohjanmaan Matkailu, Mitt Sverige Turism, RG Line, Oulu, Kalajoki, Tärnaby, Skellefteå, 7 Sillan Saaristo, Kivitippu, Härmän Kuntokeskus
Opintomatka, 1 kpl	3 norjalaista matkanjärjestäjää	Uumaja, Örnsköldsvik, Skellefteå
Direct Mail 2001, 2002	25 000 osoitetta	Koko Merenkurkun alue

Vaikutukset

<i>Norjalaisten yöpymiset</i>	<i>2002</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
Pohjanmaan, Keski-Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan maakunnat	13 232	11 784	9 982	9 902
Västerbotten, Västernorrland	43 847*	38 827*	43 640*	43 975*

* ei leirintäalueet

Vapaa-ajan asuminen

<i>Toiminta 2001-2002</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat Merenkurkun alueelta</i>
Vaihe 1: Kyselylomake	1 271 kotitaloutta	Ähtäri, Mustasaari, Robertsfors, Lycksele ja Tärna-Hemavan
Vaihe 2: Päiväkirjamenetelmä	578 henkilöä	Ähtäri, Mustasaari, Robertsfors, Lycksele ja Tärna-Hemavan

Vaikutukset

Fritidsboende i Kvarken (ISBN 91-631-4120-5)

Loma-asuminen Merenkurkun alueella (ISBN 951-97750-7-2)

Aurinkoreitti

<i>Toiminta 2001-2003</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat Merenkurkun alueelta</i>
Messut, 1 kpl	20 000 messuvierasta	Kaikki Aurinkoreitin varrella sijaitsevat käyntikohteet
Markkinointimateriaali	70 veneilyseuraa Pohjanlahden alueelta	Kaikki Aurinkoreitin varrella sijaitsevat käyntikohteet

Vaikutukset

www.solrutten.org

Osoite siirrettiin vuoden 2003 lopulla "Merenkurkun opas" -hankkeeseen (www.kvarkenguide.org)

Yhteistoiminta

<i>Toiminta 2001-2006</i>	<i>Osallistujat</i>	<i>Osallistujat Merenkurkun alueelta</i>
Merenkurkun matkatoimisto, 01-04	18 000 kävijää	Casino Express
Merenkurkun matkailukonferenssi, 3 kpl	389 osallistujaa	Osallistujia koko Merenkurkun alueelta
Kumppanuuskokoukset, 11 kpl	148 osallistujaa	Kaikki matkakohteet osallistuneet. Kokoukset ovat olleet fyysisiä tai videokokouksia.
Löytöretki "Matkusta pohjoiseen", 2 kpl	3 000 kontaktia	Pohjanmaan Matkailu, Västerbottens Turism, Mitt Sverige Turism, 7 Sillan Saaristo, FinWest, Resesäljarna, Guldrieket, Hotel Radisson, Entré Höga Kusten, Umeå&Co, Södra Lappland, Ingves Resor
Tukitoiminto, Etelä-Pohjanmaa	50 Bed & Breakfast -yritystä	Pohjanmaa, Keski-Pohjanmaa ja Etelä-Pohjanmaa
Opintomatka, B&B-yritykset	9 osallistujaa	Umeåregionen
Botniainfo, 49 numeroa	350 vastaanottajaa	Merenkurkun alue



Finland	Sverige
Sandögatan 6 Hietasaarenkatu	V.Norrlandsgatan 13
FI-65100 Vasa/Vaasa	SE-901 09 Umeå
+358 (0)10 617 181	+46 (0)90 163 731

www.kvarken.org