



Eri kohderyhmien kiinnostus Kalevalaa ja Kalevala - teemaisia matkailutuotteita kohtaan

Tuuli Pulkkinen

Projekti- & väitöskirjatutkija

Itä-Suomen yliopisto

Kauppätieteiden laitos

Tourism Business

UEF// University of Eastern Finland

Katja Pasanen

Projektipäällikkö & väitöskirjatutkija

Itä-Suomen yliopisto

Kauppätieteiden laitos

Tourism Business



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Tutkimuksen tavoite

Selvittää, miten kiinnostavia eri Kalevalasta inspiraatiota ammentaneet tuoteteemat olisivat eri kansallisuuksille.

Miten tarinallisuutta ja kulttuuriperintöä (Kalevala) voisi hyödyntää matkailutuotteissa/-palveluissa?



Tutkimuksen rakenne: kolmiosainen monimenetelmä- tutkimus





Virtuaalinen tuotetestaus: Tuoteteemat

Kalevalainen Saunapolku

Matkailija vierailee erilaisissa saunoissa ympäri Pohjois-Karjalan maakuntaa, esim. savu-, ranta-, yrtti- ja jääsaunoissa. Myyttiset olennot ja mystiikka osana tuotetta.

Hyvinvointi retriitti Itä- Suomeen

Matkailija lähtee etsimään voimaannuttavaa hyvinvointia luonnosta, järvien ja metsien maasta. Teemassa vahvasti esillä hyvinvoinnin elementit ja luontosuhde.

Live Like a Local in Pohjois- Karjala

Matkailija asettuu pieneen syrjäiseen kylään missä he voivat syventyä suomalaiseen elämäntapaan. Fokuksena on "elää kuin paikallinen" ja näin ollen saada ikimuistoinen kulttuurielämys.

Virtuaalisen tuotetestauksen tuloksia

Mitä tuoteteemoista nousi esiin kohderyhmittäin?

Kiinnostaako Kalevala osana matkailutuotteita?

Teema / Maa	Kalevalainen Saunapolku	Hyvinvointi retriitti Itä-Suomeen	Live Like a Local in Pohjois-Karjala
Kiina	Saunan uutuusarvo , sauna luonnossa, historia & kulttuuriperintö	Luonnon uutuusarvo , rinnakkaiselo luonnon kanssa, luonnollinen mystisyys, primitiivisyys , luonnon terveysvaikutukset	Kulttuurin kokeminen (paikalliset aktiviteetit), historia, kaukana modernista maailmasta (neg.)
Japani	Saunabuumi (pos. <> nega.), kulttuuri & oppiminen, sauna luonnossa	Rinnakkaiselo & luontosuhde , irtautuminen ja uudet kokemukset, mytologia <> luonto (missä suhteessa)	Kulttuuri & luonto (luonto osa kulttuurikokemusta), paikalliset tapahtumat & vuorovaikutus paikallisten kanssa, paikalliset raaka-aineet & ruoka, kiireetön ajanvietto
Etelä-Korea	Saunan uutuusarvo , terveysvaikutukset <> mytologia (saunatonnttu), kulttuuri & oppiminen, ympäristöystävällisyys	Luonnon uutuusarvo , luonnon rentouttavavat & parantavat elementit, luonnollinen mystiikka & luontoon liittyvät tarinat	Luontoystävällisyys (harmonia) , ruoka, paikallisen kulttuurin kokeminen, erottuu muista matkailutuotteista
Saksa	Sauna <> kulttuuri , sauna luonnossa, oppiminen (perinteet, historia), sauna aktiviteetit, rentoutuminen, sauna kiinnostaa tai ei	Luonnon terveysvaikutukset (realistiset) & rentoutuminen, yrttien poimiminen luonnosta, luontoyhteys, kokonaisvaltainen luontokokemus	"Togetherness", vieraanvaraisuus, kulttuurin kokeminen & oppiminen, yhteisöön tutustuminen , ruoka



Yleisiä johtopäätöksiä

- Vaikeasti ymmärrettävä mytologia (kuten Kalevala) ei välttämättä houkuttele, mutta voi tuoda kaivattua lisämaustetta ja syvyyttä.
 - Jo pelkästään **suomalaisuuden** kokeminen voi olla eksoottista!
 - Tarinan elementit <> tuote/palvelu
 - Pohjustamisen tärkeys
- Kalevala: yleismaailmallinen?
 - Auttaa ymmärtämään <> ei nähdä erityisenä
 - Miten tuoda esiin houkuttelevana?
 - Auttaisiko tuomaan esiin ja syventämään kulttuurikokemusta?





Yleisiä johtopäätöksiä

Luonto

- Luonto kiinnostaa, mutta mikä on sen uutuusarvo?
- Luontosuhde, harmoninen eläminen luonnon kanssa

Sauna

- Sauna myös yleinen käsite → kulttuurierojen huomioonottaminen
- Miten viestitään suomalaisesta saunasta ja sen uniikista luonteesta?

Kulttuuri

- Kulttuurin kokemisen tasot
 - Paikallisen kulttuurin kokeminen
 - Vuorovaikutus paikallisen kulttuurin kanssa
 - Paikalliseen kulttuuriin uppoutuminen





Pohdintaa elinkeinolle

- Tarinoilla, mytologioilla voi tuoda syvyyttä tuotteisiin
→ saumaton yhdistäminen tuotteeseen/palveluun tärkeää.
 - Mitä eri tarinoita voi hyödyntää omassa yritystoiminnassa?
 - Missä suhteessa tarinaa tai mytologiaa?
- Miten hyödyntäisin Kalevalaa?
 - Mitkä tarinat soveltuisivat tuotteisiin/palveluihin?
 - Miten linkittää tarina tuotteeseen/palveluun?
 - Mitä elementtejä voi hyödyntää?
 - Mytologia
 - Kulttuurihistoria/-perintö
 - Suomalainen "henki"





UNIVERSITY OF
EASTERN FINLAND

Kiitos!

**Lisätietoja & materiaalia hankkeesta:
kalevala.karelia.fi**

**tuuli.pulkkinen@uef.fi
uef.fi**



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020