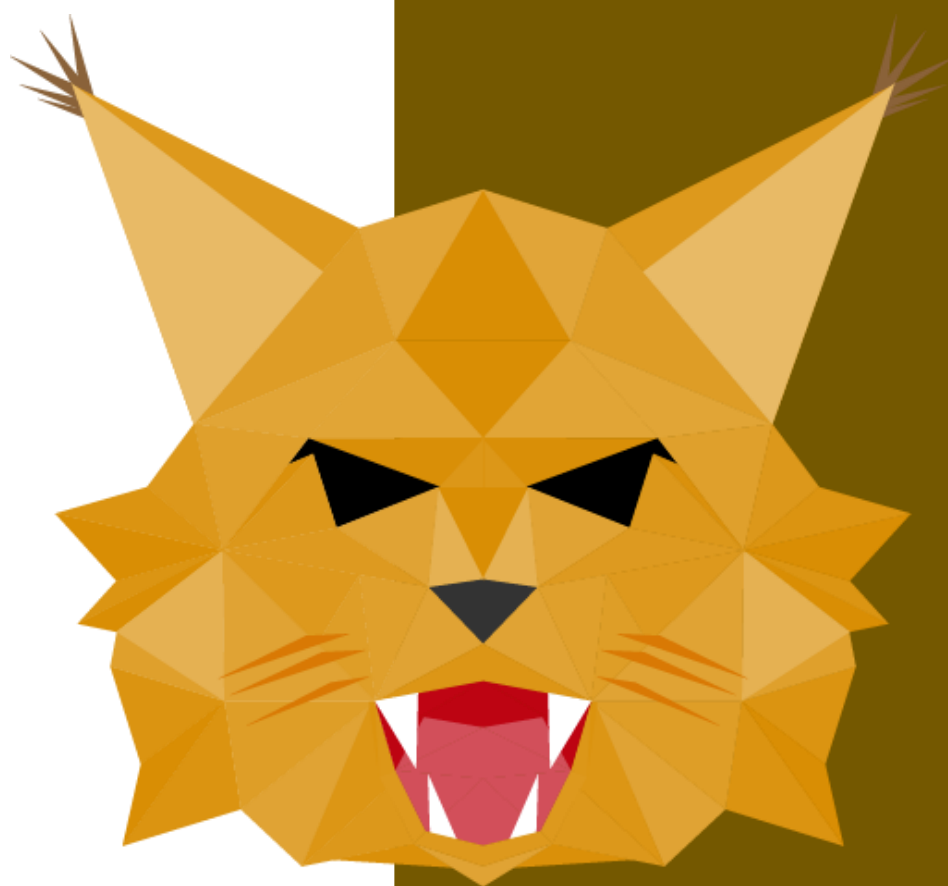


2018 - 2021

VIKKE – virtuaalinen kulttuurimatkailu Kanta-Hämeessä -hanke



LOPPURAPORTTI

Heidi Kerkola
Projektipäällikkö
HAMK Smart -tutkimusyksikkö

VIKKE-HANKKEEN TOTEUTUS JA TULOKSET

Hankkeessa on toteutettu hankesuunnitelman mukaisia toimenpiteitä, jotka edistävät hankkeen tavoitteiden ja tulosten toteutumista. Hanketta on toteutettu 1.8.2018-30.6.2021. Hankkeen verkkosivut, jonne on koottu tavoitteet, tulokset, valmennuksia ja muuta materiaalia, löytyvät osoitteesta www.hamk.fi/vikke.

1. TOTEUTTAJAN NIMI

Hämeen ammattikorkeakoulu Oy
HAMK Smart -tutkimusyksikkö
PL 230
13101 Hämeenlinna

2. HANKKEEN NIMI JA HANKEKODI

VIKKE – virtuaalinen kulttuurimatkailu Kanta-Hämeessä, A73970

3. HANKKEEN TOIMINNAN JA TULOSTEN TIIVISTELMÄ

VIKKE – Virtuaalinen kulttuurimatkailu Kanta-Hämeessä hankkeen tavoitteena oli

1. kehittää alueen kulttuuriin liittyvien tarinoiden ja visualisoinnin avulla pk-yrityksien tuotteita ja palveluita,
2. lisätä Kanta-Hämeen kohteiden näkyvyyttä ja houkutella matkailijoita historiallisesti ja kulttuurisesti kiehtovaan maakuntaan,
3. toteuttaa virtuaalinen pelialusta, joka lisää alueen tunnettuutta ja opastaa matkailijoita uusin menetelmin.

Edellä mainittujen tavoitteiden toteuttamiseksi suoritettiin toimenpiteitä yhteistyössä alueen kulttuurialan toimijoiden sekä muiden sidosryhmien kanssa. Hankkeen toimenpiteisiin osallistui yhteensä 218 organisaatiota (valmennuksiin, tarinasisältöjen tuottamiseen, pilotointeihin, videomateriaalin ja kuvien tuotantoon jne.).

1. Pk-yritysten tuotteita ja palveluita kehitettiin tarinoiden ja visualisoinnin avulla seuraavilla toimenpiteillä ja tuloksilla.
 - Tarinallisuus ja tarinat olivat yksi tärkeimmistä kehitettävistä asioista. Hankkeen alkuvaiheessa toteutettiin tähän liittyen tarinakilpailu. Kilpailuun osallistuneita tarinoita (35) voidaan hyödyntää myöhemmin matkailullisesta näkökulmasta.
 - Hankkeessa toteutettiin 14 kpl ns. päätarinoita eri teemoilla, jotka liittyvät vahvasti maakunnan kulttuuriin ja historiaan. Päätarinoiden alle kirjoitettiin 63 kohdetarinaa hankkeen, yrittäjien ja toimijoiden toimesta yhteistyössä. Tehtyjä tarinoita on hyödynnetty yritysten omassa toiminnassa, kuten verkkosivuilla ja markkinoinnissa. Samoja tarinoita hyödynnettiin myös hankkeessa kehitetyssä VIKKE sovelluspilotissa.
 - Tarinallisuutta ja tarinoita on hyödynnetty myös tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä suunnittelemalla ja toteuttamalla tarinallisia kulttuurireittejä

paikallisia palveluita hyödyntäen. Nämä on julkaistu Visit Häme sivuilla, eri digitaalisilla alustoilla (mm. TripAdvisor, Izi.Travel) sekä markkinoitu kansainvälisissä matkanjärjestäjätapaamisissa.

- Maakunnan avoin kuvapankkipalvelu on ollut yksi tärkeimmistä digitaalisista avoimista alustoista, joita hankkeessa on hyödynnetty. Hankkeessa alustalle ostettiin ja ladattiin 740 kuvaa maakunnan eri kulttuurikohteista ja -nähtävyyksistä. Kuvat ovat varustettu CCO-lisenssein eli ovat kaikkien vapaassa käytössä omassa toiminnassaan.
- Hankkeen puitteissa tehtiin opiskelijaprojektina 360videoita eri kulttuurikohteista maakunnassa. Ne on julkaistu Virtual Traveller palvelussa. Lisäksi hankkeessa toteutettiin englanniksi ja japaniksi virtuaaliopastusvideoita lasin juhluvuoden kunniaksi. Nämä videot ovat saaneet runsaasti huomiota kansainvälisillä markkinoilla matkanjärjestäjien ja edelleen heidän asiakkaiden eli matkustavien kuluttajien keskuudessa.
- Hankkeelle ostettiin hologrammilasi, johon toteutettiin visuaalista sisältöä (3D mallinnoksia) alueen kulttuurikohteista. Näitä pilotoitiin eri kulttuurikohteissa ja kerättiin kävijöiden kokemuksia sekä palautetta sen tuomasta lisäarvosta.
- Hankkeessa järjestettiin kattavasti valmennuksia eri teemoista kuten digitaalisesta näkyvyydestä ja kanavista sekä alustoista, kestävästä matkailusta, tarinallistamisesta eri asiakaspolun vaiheissa ja järjestettiin tuotekehitystyöpajoja. Lisäksi kulttuurialan toimijoille järjestettiin kaksi benchmarking matkaa. Toinen Islantiin ja toinen pääkaupunkiseudun kulttuurikohteisiin.

2. Kanta-Hämeen kohteiden näkyvyyttä on lisätty seuraavilla toimenpiteillä ja tuloksilla.

- Hankkeessa tuotettiin kulttuuriaiheista sisältöä eri kieliverisoina Visit Häme sivuille. Hankkeessa kontaktoitiin kulttuurialan toimijoita ja saatiin näin lisättyä niistä informaatiota sivuille ja nostettua esille maakunnan tarjontaa.
- Visit Häme sivuille on kirjoitettu 16 kpl blogikirjoituksia, joissa kaikissa on huomioitu hakukoneoptimointi.
- Hankkeessa on osallistuttu ja markkinoitu alueen kohteita yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa eri matkailualan webinaareissa, messuilla ja myyntitapahtumissa. Tapahtumat ovat olleet niin kotimaan kuin kansainvälisiäkin tapahtumia (pääkohdemarkkinat Japani ja Saksa).
- Hanke on järjestänyt ja emännöinyt useita kansainvälisiä toimittajavierailuita maakunnassa. Näistä tuloksena toimittajat ovat kirjoittaneet artikkeleita, tehneet some markkinointia ja videoita erityisesti Japanin ja Saksan markkinoille.
- Hanke on kirjoittanut myös useita muita blogeja ja artikkeleita. Yksi hankkeen viimeisimmistä kirjoituksista oli Rakennerahasto.fi sivustolle, kun VIKKE-hanke valittiin kuukauden EAKR-hankkeeksi 17.5.2021.
- Kohteiden ja tarinoiden näkyvyyttä on lisätty digitaalisilla kanavilla kuten TripAdvisor, Visit Finlandin kanaviin, Visit Hämeen sosiaalisen median kanavilla, Matkaile Suomessa yhteistyön kautta sekä mm. Museokortti sivustolle. Museokorttiin vinkattiin maakunnan kohteita ja näiden myötä Museokortin kehittämille uusille kulttuurikierroksille saatiinkin mukaan maakunnan kohteita.
- Covid-19 myötä hankkeessa fokuoitiin enemmän toimenpiteitä sisällöntuotantoon ja näkyvyyden lisäämiseen mm. Visit Häme sivustolle. Tämä työ on selkeästi

kannattanut. Tästä kertovat mm. tasaisesti nousseet luvut Visit Häme sivuston kävijämäärissä sekä hakutuloksissa.

	VISIT HÄME SIVUSTOKÄVIJÄT	NÄYTTÖKERRAT GOOGLE HAUSSA
Maaliskuu 2020	1 100	33 400
Toukokuu 2020	7 500	99 000
Maaliskuu 2021	5 799	324 244
Toukokuu 2021	9 696	412 516

3. Virtuaalisen kulttuurimatkailua ja tarinoita hyödyntävän pilottisovelluksen toteuttamiseen on liittynyt seuraavia toimenpiteitä ja tuloksia.
- VIKKE sovelluspilottialustan määrittelyä ja pelin sisältöjen työstöä varten järjestettiin työpajoja projektihenkilöstölle. Työpajojen myötä päätettiin, että peli rakennetaan itse Unity-alustalle.
 - Sovelluspilotissa kohdetarinat kuljettavat matkailijaa suomeksi ja englanniksi Kanta-Hämeessä. Sovelluksen kehittäminen sisälsi pelialustan koodaamista, ulkoasun ja graafisen ohjeistuksen työstämistä. Sekä sisältöjen (tarinat, kuvat, linkit, tehtävät, kehitetyt AR-toteutukset) syöttämisen peliin. Opiskelijaprojektien puitteissa toteutetut AR-sisällöt on integroitu peliin eri kulttuurikohteiden tehtäviin. VIKKE sovelluspilottin voi ladata Android laitteille [Google Play Storesta](#) ja iOS laitteille [App Storesta](#). Molemmista sovellus löytyy nimellä VIKKE.
 - Pelipilottin avoin lähdekoodi ja dokumentointi on julkaistu hankkeen verkkosivuilla ja näin ollen se on kaikkien saatavilla ja käytettävissä jatkokehittämiseen: [avoin lähdekoodi ja dokumentointi](#).
 - Sovellusta pilotoitiin Covid-19 rajoitusten vuoksi pienillä ryhmillä ja yksittäisillä testaajilla.
 - Hankkeessa sovelluspilottiin liittyen oli tavoitteena järjestää pelillinen loppuhuipennustapahtuma. Covid-19 tilanteesta johtuen tätä tapahtumaa ei voitu järjestää. Tapahtumasta on kuitenkin konsepti olemassa myöhempää toteuttamista varten.
 - Hologrammilasiin liittyen toteutettiin opiskelijaprojekti, jossa testattiin tarkemmin, miten lasia voi hyödyntää ja millaista sisältöä siihen saa. Tästä syntyi hologrammilasin [opas](#) kehittäjille. Myöhemmin toteutettiin myös 3D-mallinnoksia, joita voidaan heijastaa hologrammilasin sisälle. Näitä pilotoitiin eri kulttuurikohteissa.
 - AR-toteutuksiin liittyen tehtiin monialaista pilotointia Designmuseum litalassa. Digitaalisina toteutuksina oli mm. AR-sisällöt, joita on mahdollista katsoa käyttäjän omalla mobiililaitteella Zappar-sovelluksella.

Hanke on palautteiden ja hanketiimin itsearviointin mukaan onnistunut hankesuunnitelman mukaisten toimenpiteiden toteuttamisessa. Tavoitteet on saavutettu ja hankkeelle myönnetty budjetti on käytetty kokonaisuudessaan kulttuurialan ja matkailun toimintojen kehittämiseen. Hankkeessa on tehty suuri määrä konkreettisia toimenpiteitä ja sen eri toimenpiteisiin on osallistunut runsas

joukko kulttuurialalla ja -matkailussa toimivia yrityksiä ja muita toimijoita (yhteensä 218 eri organisaatiota).

Hankkeen toimenpiteitä on pidetty hyödyllisinä ja tuloksia konkreettisina, kuten Flickr-kuvapankki, sovelluspilotti, Visit Häme sivustolla sekä sen sosiaalisen median kanavilla näkyvyys ja monipuoliset valmennukset. Toisaalta, kuten hanketiimi itsekin on tunnistanut, on sovelluspilotissa paranneltavaa (ulkoasu, jotkin toiminnot). Toisaalta hankkeessa oli tarkoituksena toteuttaa pilotti, ei valmista tuotetta markkinoille. Kehitystyötä toivotaan jatkettavan alan yrityksen tai tulevien muiden hankkeiden toimesta.

Hanke on selviytynyt haasteista kuten henkilöstövaihdoksista sekä Covid-19 aiheuttamista rajoituksista reagoimalla ketterästi. Tilanteet ovat vaatineet fokuksen muuttamista kuitenkin tehden asioita hankesuunnitelman mukaisesti. Rahoittajalta saatu jatkoaika hankkeen toteuttamiseen oli välttämätöntä Covid-19 tuomien rajoitusten vuoksi.

Hankkeen myötä toteutettu maakunnan kulttuurikohteiden näkyvyys on lisääntynyt, uudet tarinallistetut tuotteet ovat herättäneet kiinnostusta myös kansainvälisesti matkanjärjestäjien keskuudessa. Hyvänä yhteistyökumppanina on ollut Western Lakeland Kanta-Häme-hanke, joka mm. kehittää Visit Häme sivuston sisältöjä, tekee Häme brändiä tunnetuksi sekä osallistuu Visit Finlandin Lakeland toimenpiteisiin. VIKKE-hankkeen mukaan pääseminen näihin toimenpiteisiin on ollut merkittävä tekijä kulttuurikohteiden näkyvyyden kannalta.

Hankkeessa toteutetut toimenpiteet, kuten kulttuurialan sisällöt (kohde-esittelyt ja blogikirjoitukset) tulevat näymään myös hankkeen päätyttyä Visit Häme sivujen ja sen sosiaalisen median kanavien kautta (YouTube, Flickr, Facebook, Instagram). Lisäksi tulokset säilyvät hankesivuilla ja eri digitaalisilla alustoilla kuten esim. TripAdvisor, Izi.Travel, Wowanders.

Lisää hankkeesta ja sen tuloksista löytyy hankesivuilta osoitteesta www.hamk.fi/vikke sekä Visit Hämeen sivustolta osoitteesta www.visithame.fi.

Kokonaisuudessaan voidaan sanoa, että hanke on ollut onnistunut. Sen tulokset jäävät elämään ja hankkeen myötä aloitettua yhteistyötä pyritään jatkamaan muiden hankkeiden ja projektien myötä sekä kehittämään edelleen kulttuurialan toimintaa maakunnassa hyvällä ja aktiivisella yhteistyöllä.

4. HANKKEEN TOIMINNAN JA TULOSTEN ENGLANNINKIELINEN TIIVISTELMÄ

The VIKKE – Virtual cultural tourism in Häme region project aimed at

1. developing SMEs' products and services through visualization and stories related to local culture,
2. increasing the visibility of destinations in Häme region and attracting tourists to the historically and culturally fascinating region,
3. setting up a virtual gaming platform that increases awareness of the area and provides guidance for tourists with new methods.

Measures were taken to achieve the objectives together with regional actors in the cultural sector and other stakeholders. A total of 218 organizations participated in the project activities (coaching, producing story content, piloting, producing video material and images, etc.).

1. SME's products and services were developed through stories and visualization with the following results.
 - Storytelling and stories were a priority for development. In this regard, a story competition was organized in the early stages of the project. Stories (35 in total) submitted to the competition can be used later from the perspective of tourism.
 - In the project, 14 so-called main stories with different themes were created, strongly linked with the culture and history of the region. The main stories were complemented by a further 63 stories about specific destinations, written in collaboration between the project, entrepreneurs and actors. Companies have used the stories in their own activities, such as websites and marketing. The VIKKE application pilot developed in the project also applied the same stories.
 - Storytelling and stories have also been employed in the development of products and services by planning and executing narrative cultural routes with the help of local services. These have been published on the Visit Häme website and on various digital platforms (such as TripAdvisor, Izi.Travel), and promoted at international meetings for travel agents.
 - The free regional image bank service has been one of the most important open digital platforms used in the project. In the project, 740 images depicting different cultural destinations and sights in the region were bought and uploaded to the platform. The images have CC0 licenses (anyone can use them freely in their own activities).
 - 360 videos were produced as a student project, depicting different cultural destinations in the region. They have been published in the Virtual Traveller service. In addition, virtual tutorials in English and Japanese were created in the project to celebrate the anniversary of glass. These videos have received a great deal of international attention among travel agents and their clients.
 - A holographic display was purchased for the project, and visual content (3D models) about local cultural destinations was created for it. These were piloted at different cultural destinations, and visitors' experiences were collected, as well as feedback on their added value.
 - The project organized comprehensive coaching on various themes, such as digital visibility and channels, platforms, sustainable tourism and storytelling at different

stages of the customer journey. Product development workshops were also carried out. In addition, two benchmarking trips were arranged. One to Iceland and the other one to the capital region.

2. The following measures and results have increased the visibility of destinations in Häme region.
 - The project produced cultural content in different languages for the Visit Häme website. The project contacted actors in the cultural sector to add their information to the website and to highlight what is on offer in the region.
 - 16 blog posts have been written for the Visit Häme website, all of which take SEO into account.
 - In cooperation with the Western Lakeland project, the project has participated in various webinars, fairs and sales events in the tourism sector, and marketed the local destinations. The events have been both national and international (mainly in Japan and Germany).
 - The project has organized and hosted several visits to the region for international journalists. As a result, the journalists have written articles, marketed the area in social media, and created videos especially for the Japanese and German markets.
 - The project has also written several other blogs and articles. One of the most recent articles was written for the Rakennerahasto.fi website, when the VIKKE project was selected as the ERDF project of the month in May 2021.
 - The visibility of destinations and stories has been increased on digital channels, such as TripAdvisor, the Visit Finland channels, Visit Häme's social media channels, through cooperation with Matkaile Suomessa [Travel in Finland], and, for instance, on the Museum Card website. The project gave Museum Card tips on local destinations, and as a result, the destinations in the region are included in the new cultural tours developed by Museum Card.
 - Due to COVID-19, the project focused more on producing content and increasing visibility on the Visit Häme website. This work has clearly been worthwhile. This is illustrated by the steady rise in the number of search results and visitors to the Visit Häme website.

	VISITORS TO THE VISIT HÄME WEBSITE	NUMBER OF RESULTS SHOWN IN GOOGLE SEARCHES
March 2020	1,100	33,400
May 2020	7,500	99,000
March 2021	5,799	324,244
May 2021	9,696	412,516

3. The following measures and results are linked with the implementation of the virtual pilot application that makes use of cultural tourism and stories.
 - Workshops were organized for project personnel to define the platform for the VIKKE application pilot and to work on the game contents. As a result of the workshops, it was agreed that the game would be built on the Unity platform by the project itself.

- In the application pilot, stories about different destinations take visitors on a tour around Häme in Finnish and in English. The development of the application included coding the game platform and working on the visuals and graphic instructions, and adding content (stories, images, links, tasks, developed AR implementations) to the game. The AR content created within the framework of student projects has been integrated into the game as tasks taking place at different cultural destinations. The VIKKE application pilot can be downloaded to Android devices from the [Google Play Store](#) and to iOS devices from [App Store](#).
- The open source code and documentation of the game pilot have been published on the project website and are thus accessible to all and available for further development: [open source code and documentation](#).
- Due to COVID-19 restrictions, the application was piloted by small groups and individual testers.
- In connection with the application pilot, the aim was to arrange a game-based final event. Due to the situation with COVID-19, this event could not be organized. However, there is a concept available for the event for later implementation.
- A student project was carried out in connection with the holographic display, which tested in more detail how the display can be used and what kind of content can be included in it. This resulted in a holographic display [guide](#) for developers. At a later date, 3D models were also created, which can be projected inside the holographic display. These were piloted at different cultural destinations.
- In connection with the AR implementations, multidisciplinary piloting was carried out at Design Museum Iittala. The digital implementations included AR content that can be viewed on the user's own mobile device using the Zappar application.

According to feedback and the project team's self-assessment, the project has succeeded in implementing the measures specified in the project plan. The objectives have been achieved and the budget allocated to the project has been used in its entirety to develop cultural and tourism activities. A large number of concrete steps have been taken in the project, and numerous companies and other actors operating in the cultural and tourism sector have participated in the various actions (a total of 218 organizations).

The project actions have been considered useful and the results concrete, such as the image bank on Flickr, the pilot application, visibility on the Visit Häme website and its social media channels, and versatile coaching. On the other hand, as identified by the project team itself, the pilot application leaves room for improvement (visual appearance, some functions). Then again, the project's objective was to create a pilot, not a finished product for the market. It is hoped that a company in the sector or a future project will continue the development.

By reacting swiftly, the project has been able to cope with challenges such as personnel changes and restrictions caused by COVID-19. However, the situations have required a change of focus while also doing things according to the project plan. The additional time provided by the funder to implement the project was necessary due to the restrictions caused by COVID-19.

As a result of the project, the visibility of cultural destinations in the region has increased, and new storified products have also attracted international interest among travel organizers. A good partner has been the Western Lakeland project, which develops the contents of the Visit Häme website, promotes the Häme brand, and participates in Visit Finland's Lakeland actions. The inclusion of the VIKKE project in these actions has been a major factor in terms of the visibility of cultural destinations.

When the project comes to an end, the actions implemented in it, such as content created about the cultural sector (presentations of destinations and blog posts), will remain visible on the Visit Häme website and its social media channels (YouTube, Flickr, Facebook, Instagram). In addition, the results will remain on the project pages and on various digital platforms, such as TripAdvisor, Izi.Travel, Wowanders.

More information about the project and its results can be found on the project website at www.hamk.fi/vikke (link in Finnish only) and on the Visit Häme website at www.visithame.fi/en/.

As a whole, it can be said that the project has been successful. Its results will live on, and the aim is to continue the collaboration initiated during the project with other projects, and to further develop cultural activities in the region through good and active cooperation.

5. HANKKEEN TOIMENPIDEPAKETIT JA NIIDEN TARKEMMAT TULOKSET

Seuraavassa on esitelty hankkeen aikana toteutetut toimenpiteet toimenpidepaketeittain. Lisäksi jokaisen toimenpidepaketin onnistumista on arvioitu hanketiimin sisällä sekä yhteistyökumppaneilta, yrityksiltä ja muilta sidosryhmiltä saatujen palautteiden perusteella.

1. Kehitetään alueen kulttuuriin liittyvien tarinoiden ja visualisoinnin avulla pk-yritysten tuotteita ja palveluita

Tarinakilpailu

Tämä toimenpide lähti käyntiin tarinoiden keräämisellä Kanta-Hämeessä. Toimenpide toteutettiin tarinakilpailulla, joka suunniteltiin yhteistyössä Hämeenlinnan kaupungin kanssa. Tarinakilpailua varten rakennettiin oma verkkosivusto, jonka avulla kerättiin tarinat ja järjestettiin tarinoiden äänestäminen. Tarinakilpailuun sai osallistua koko maakunnan alueella 7.11.-31.12.2018.

Tarinakilpailussa oli kolme kategoriaa, lapset (1–6. luokat), nuoret (7–9. luokat) ja aikuiset. Yhteensä tarinakilpailuun osallistui 35 tarinaa. Lapsia ja nuoria ei saatu innostettua

tarinoimaan, mutta aikuisten kategoriaan tuli hyvin tarinoita, joita saadaan myös hyödynnettyä matkailullisesta näkökulmasta hankkeen tavoitteiden saavuttamiseksi.

Tarinakilpailulla oli verkkosivujen lisäksi oma Facebook ja Instagram profiili, koska haluttiin kuntien viestinnän lisäksi varmistaa tarinakilpailun koko maakunnallinen viestintä ja näkyvyys samalla ilmeellä. Tarinakilpailun voittajat palkittiin Hämeenlinnan kaupungin syntymäpäivillä 19.1.2019. Palkinnot olivat alueen kulttuurimatkailutoimijoiden lahjoittamia mm. Flowpark ja museoretkiä sekä yöpymislahjakortteja. Palkintoja oli jakamassa Tarja Filatov.

Tarinalliset kulttuurireitit

Toimenpiteen puitteissa toteutettiin erilaisia tarinallisia kulttuurireittejä paikallisia palveluita hyödyntäen. Reitit on julkaistu Visit Häme -sivuilla ja niitä tarjotaan myös kansainvälisille matkanjärjestäjille. Reitit ja niiden kuvaukset on toimitettu myös Visit Finlandille. Visit Finland on toimittanut reitit mm. Lonely Planetille ”Epic hikes of Europe” kirjaa varten.

Hankkeessa toteutetut kulttuuri- ja tarinapainotteiset reitit ovat:

- kulttuuripyöräilyreitti Hämeenlinnan seudulla (HML-Hattula-Janakalla) [englanniksi](#).
- Hämeen Härkätien pyöräilyreitti [englanniksi](#).
- julkisilla kulkuvälineillä (juna) kulttuurikohteissa vierailu [englanniksi](#).
- taidekävelyreitti Hämeenlinnan keskustassa [suomeksi](#) ja [englanniksi](#).
- sähköpyörällä kuljettava kulttuuripainotteinen reitti Hämeenlinnasta Tampereelle suunniteltu ja toteutettu Happy eBikers yritykselle omaan tuotevalikoimaansa.

Tarinat kulttuurikohteista

Hankkeessa toteutettiin 14 kpl ns. päätarinoita erilaisista aihealueista, kuten keskiajasta, Härkätiestä, lasista ja Sibeliuksesta. Päätarinat liittyvätkin vahvasti maakunnan kulttuuriin ja historiaan. Päätarinoiden alle sisällytettiin yhteensä 63 kohdetarinaa. Tarinoissa on esitelty yhteensä 61 eri kulttuurikohdetta Kanta-Hämeessä. Kohteet koostuivat niin julkisista kohteista (kuten patsaat, linnavuoret, luontokohteet), mutta myös eri kulttuuritoimijoiden ja -yrittäjien kohteista. Kohdetarinoita ovat kirjoittaneet niin kilpailutettu sisällöntuottaja kuin alueen kulttuuritoimijatkin.

Yritykset ja toimijat osallistuivat hankkeen järjestämiin tarinatyöpajoihin. Tarinatyöpajoja järjestettiin yhteensä kuusi kappaletta siten että niitä oli kaksi kappaletta kullakin seutukunnalla (Hämeenlinna, Riihimäki ja Forssa).

Kohdetarinoihin liittyivät myös pelilliset tehtävät/pulmat, jotka myöhemmin tultiin liittämään hankkeessa kehitettyyn pelisovelluspilottiin. Tehtäviin koottiin myös niihin liittyvät kuvamateriaalit. Tehtäviä työstivät toimijoiden ja yrittäjien lisäksi joukko opiskelijoita eri koulutusasteilta heille järjestetyssä Hackathon tapahtumassa. Tapahtuma järjestettiin joulukuussa 2019 VIKKE -hankkeen ja HAMKin Design Factoryn yhteistyönä. Tapahtumaan osallistui opiskelijoita HAMKin liiketalouden ja KK Tavastian matkailualan koulutusohjelmista.

Kaikki tarinat on suomen kielen lisäksi käännetty englanniksi. Käännökset on toimitettu kaikille tarinoita kirjoittamassa olleille kulttuurikohteille, jotta he voivat käyttää materiaalia verkkosivuillaan, sosiaalisessa mediassa ja muussa markkinoinnissa. Tarinoilla on tutkitusti

merkittävä vaikutus markkinoinnissa. Erilainen tarinallinen sisältö on huomiota herättävää ja kiinnostavaa verrattuna sisältöön, jossa ei ole käytetty tarinallisia elementtejä.

Kaikki edellä kuvatut tarinat ja materiaalit tulivat myös toimenpidepaketti 3 kohdassa käyttöön. Eli nämä toimivat VIKKE-sovelluspilotin sisältöinä. Lisäksi kaikki tarinat on luettavissa hankkeen sivuilla www.hamk.fi/vikke.

Maakunnallinen avoin kuvapankkipalvelu

Kulttuurikohteista on lisätty hankkeen aikana painokelpoisia kuvia Flickr -kuvapankkipalveluun. Kuvia on lisätty monen eri hankkeen yhteistyönä (DigiTrail, Western Lakeland Kanta-Häme, Boost Häme) kyseiselle kuvatilille Flickr -palveluun.

Kuvapankin ideana on toimia avoimena palveluna kaikille toimijoille. Kuvapankissa on Kanta-Hämeen kohteista kuvia, joihin on täydet käyttöoikeudet (CCO -lisenssit) ja ovat näin kaikkien käytettävissä vapaasti omassa toiminnassaan. Kuvia käytetään mm. Visit Häme -sivuilla, sosiaalisessa mediassa, kuntien sivuilla ja Visit Finland yhteistyössä. Kuvapankki löytyy nimellä "Kanta-Hämeen kuvapankki" (<https://www.flickr.com/photos/160226114@N02/>).

Kuvapankkiin kuvia on hankkeen puitteissa otettu hanketiimin omin voimin, mutta pääasiallisesti kuvia on ottanut kilpailutettu valokuvaaja. Myös joitakin kuvia on otettu eri opiskelijaprojektien myötä.

Forssan yksikön kestävä kehityksen opiskelijat vierailivat kesän 2019 aikana maakunnan eri kulttuuritapahtumissa (Jokioisten Minkiön höyryfestivaali 27.7., Tammelan Hakkapeliitta 4.8. sekä Ypäjän Pertun päivät ja Ypäjän yö 24.8.). Opiskelijat ottivat valokuvia tapahtumista ja ne julkaistiin Flickr -palvelussa. Lisäksi hankkeen sivuilla julkaistiin opiskelijoiden kirjoittamat kolme blogikirjoitusta tapahtumista.

Kuvien ottamiseen liittyi rutkasti haasteita hankkeen aikana. Kuvausajankohdat tuli sopia monen eri toimijan kanssa vieden paljon aikaa. Samalla tuli ottaa huomioon ennustettua säätä, jotta se olisi paras mahdollinen kuvauspäivänä. Lisäksi Covid-19 tilanne toi omia haasteita päästä kohteisiin toteuttamaan kuvauksia. Haasteet jatkuivat, kun hankkeelle kilpailutetulta valokuvaajalta jäi toimittamatta sopimuksen mukaiset viimeiset kuvat. Valokuvauksesta tehtiin uusi kilpailutus, mutta yhtään tarjousta ei saatu. Rahoittajan kanssa saatiin kuitenkin sovittua, että loput puuttuvat valokuvat voitiin toteuttaa suorahankintana.

VIKKE -hankkeen puitteissa Flickr -tilille on lisätty yhteensä 740 kuvaa. Nämä kuvat säilyvät avoimessa kuvapankkipalvelussa jatkossakin hankkeen päätyttyä. Kuvapankki on Hämeen liiton omistama ja kyseiselle tilille tullaan jatkossakin lisäämään kuvia eri toimijoiden toimesta.

Videoita

HAMKin IB linjan kansainväliset opiskelijat kuvasivat 360videoita Kanta-Hämeen kulttuurikohteista ja jakoivat niitä [Virtual Traveller](http://VirtualTraveller.com) sivustolla. Projekti toteutettiin yhteistyössä DigiTrail -hankkeen kanssa.

Hankkeessa on otettu myös muita 360videoita kulttuurikohteista yhteistyössä paikallisen yrittäjän toimesta. Videoiden editointiin ei kuitenkaan löytynyt tekijää opiskelijatyönä

tehtynä. Rekrytointia tähän opiskelijaprojektiin hankaloitti Covid-19 tilanne ja sen tuomat rajoitukset. Editointi pyritään toteuttamaan opiskelijatyönä yhteistyöhankkeen (Western Lakeland Kanta-Häme) puitteissa VIKKE-hankkeen päätyttyä kesällä 2021, edellyttäen että koronatilanne tämän sallii ja toimistotiloihin pääsee jälleen normaalisti.

Keväällä 2021 hankkeessa toteutettiin Lasin juhluvuoden kunniaksi neljä kappaletta virtuaaliopastusvideoita maakunnan lasi- ja design kulttuurikohteista. Videot toteutettiin yhteistyössä Suomen Lasimuseon, Iittalan lasitehtaan, Designmuseo Iittalan sekä Western Lakeland Kanta-Häme -hankkeen kanssa. Videot on toteutettu englanniksi ja japaniksi. Videot on julkaistu Visit Häme -sivuilla teemaan liittyvässä blogikirjoituksessa sekä Visit Hämeen YouTube -tilillä. Videoita on edelleen markkinoitu Visit Finlandin edustajille ja markkinoinnille sekä toimitettu linkit suoraan matkanjärjestäjille mm. Japaniin. Videot ovat myös kulttuurikohteiden omilla kanavilla jaossa.

- Suomen Lasimuseo, Riihimäki (englanti)
<https://www.youtube.com/watch?v=pzd6VHr0qQA>
- Suomen Lasimuseo, Riihimäki (japani)
<https://www.youtube.com/watch?v=GByHRBnL3C0>
- Iittalan lasitehdas ja Designmuseo, Iittala (englanti)
<https://www.youtube.com/watch?v=3ia0fKi5DcY>
- Iittalan lasitehdas ja Designmuseo, Iittala (japani)
<https://www.youtube.com/watch?v=Dcg3Awcl3TA>

Videot ovat saaneet hyvää näkyvyyttä erityisesti Japanin markkinoilla, ja tämä on poikunut yhteistyökuvia Iittalan lasitehtaalta sekä Designmuseo Iittalalle.

Hologrammilasi

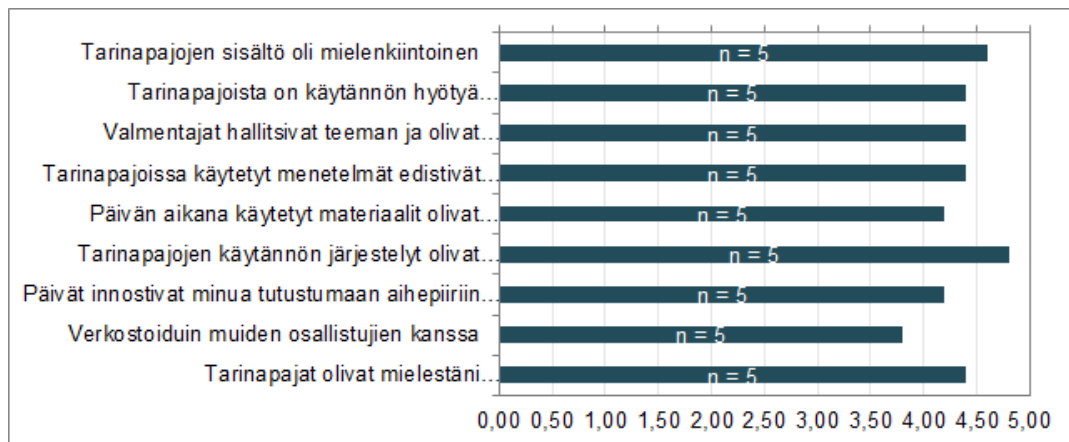
Hankkeelle ostettiin hologrammilasi, jonka avulla kulttuurikohtevierailijoille voidaan tuoda uudenlaisella tavalla sisältöjä esille. Hologrammilasin avulla vierailija pääsee itse kokeilemaan ja tarkastelemaan lasin sisälle heijastettuja 3D-mallinnettuja esineitä ja asioita erilaisista kulmista liikuttamalla esinettä omalla käden liikkeellä hologrammilasin päällä.

Hologrammilasille toteutettiin opiskelijatyönä 3D-mallinnoksia eri kulttuurisällöistä: Iittala Aalto vaasi, Paratiisi astiat, Aulangon Karhuluola ja Aulangon Ruusulaakson paviljonki. Opiskelijatyönä toteutettiin myös Looking Glass -opas hologrammilasin sisältöjen kehittäjille (<https://github.com/hamk-uas/LookingGlass>). Opas löytyy myös hankkeen sivuilta www.hamk.fi/vikke.

Hologrammilasia on pilotoitu hankkeessa muutamissa kulttuurikohteissa. Pilotointia hankaloitti Covid-19 tilanteen aiheuttama kulttuurikohteiden sulkeminen. Rajoitusten ollessa lievemmat, toteutettiin pilotointia syysloviavalla 2020 Kansallismuseon kohteessa Hämeen linnassa. Keväällä 2021 pilotointi toteutettiin Suomen Lasimuseolla Riihimäellä sekä touko-kesäkuussa 2021 Designmuseo Iittalassa. Palaute on ollut kokonaisuudessaan positiivista ja uudenlaista elämystä kulttuurikohteessa pidettiin mielenkiintoisena lisänä vierailulle. Tarkemmin hologrammilasin palautteesta voi lukea kohdasta 9. Hankkeen arviointi.

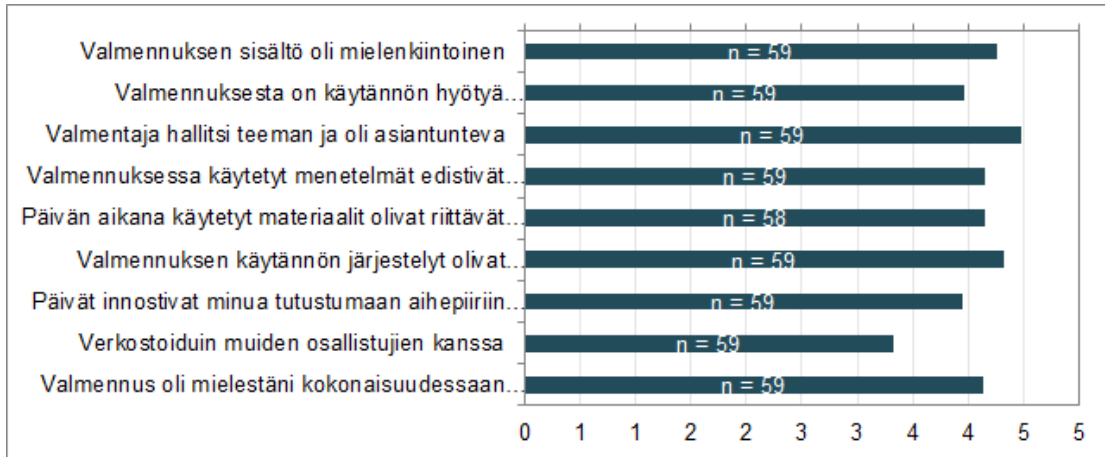
Valmennuksia

Hankkeen aikana on toteutettu maakunnan kulttuurialan toimijoille ja -yrittäjille kattavasti erilaisia valmennuksia. Tarinatyöpajat toteutettiin ensimmäisenä. Työpajoja pidettiin yhteensä kuusi kappaletta, jokaisella seutukunnalla kaksi kappaletta (Riihimäki, Hämeenlinna ja Forssa). Työpajat toteutti kilpailutuksen kautta valittu tekijä, joka kirjoitti myös tarinoiden päätarinat sekä osan kohdetarinoista. Tekijän tehtävänä oli myös sparrata kulttuurikohteita kirjoittamaan omat tarinansa. Tarinatyöpajoihin osallistui 27 henkilöä. Palaute tarinatyöpajoista oli kokonaisuudessaan hyvää.



Alueen yrittäjille ja toimijoille järjestettiin myös 8-osainen valmennussarja, jossa pureuduttiin tarinan hyödyntämiseen eri palveluketjun vaiheissa. Tästä tarinallistamisen hyödyntämisen ja digitaalisten kanavien valmennuksista toteutettiin kilpailutus. Ostopalveluna hankitussa valmennuksessa osallistujat kokosivat tuotteita ja palveluita tarinallisuuden avulla kiinnostaviksi kokonaisuuksiksi. Tarinoita on tässä hyödynnetty eri palvelumuotoiluketjun vaiheissa, kuten markkinoinnissa, myynnissä ja digitaalisissa myyntikanavissa. Talvella 2019/2020 järjestettyyn valmennuskokonaisuuteen osallistui yhteensä 40 kulttuurialan toimijaa (yrittäjiä, yhdistyksiä, kuntien ja kaupunkien toimijoita, hankekehittäjiä). Valmennussarjan materiaalit löytyvät hankkeen sivuilla <https://www.hamk.fi/projektit/vikke-virtuaalinen-kulttuurimatkailu-kanta-hameessa/#tpahtumat> .

Valmennuksista kerättiin palautetta osallistujilta. Palaute oli hyvää ja valmennukset koettiin tarpeelliseksi.



Hankkeessa järjestettiin myös kattavasti muita valmennuksia yhteistyössä eri hankkeiden, kuten Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa. Valmennuksien avulla on pyritty auttamaan haastavassa koronatilanteessa olevia yrityksiä kehittämään omaa liiketoimintaansa digitalisoitumisessa, joka erityisesti Codiv-19 myötä on korostunut.

Muihin valmennuksiin on osallistunut yhteensä 419 osallistujaa. Valmennukset ja niiden materiaalit löytyvät hankkeen sivulta (www.hamk.fi/vikke).

- 20.4.2021 STF aamukahvi-info Sustainable Travel Finland -merkistä ja STF-polun suorittamisesta
- 20.1.2021 Vastuullisuus ja siitä viestiminen
- 17.11.2020 Koko Travel Planner alusta
- 6.11.2020 & 2.10.2020 Ruokamatkailun tuotteistaminen, 2-osainen valmennus
- 4.11.2020 HämeEvents -tapahtumakalenterin käyttö ja hyödyt
- 20.10.2020 Saunaelämyksen tuotteistaminen
- 9.10.2020 Markkinakatsaus ja vastuullinen matkailu
- 29.9.2020 Doerz ja Häme Experience -alustat
- 23.9.2020 Digitaalinen myynti ja markkinointi
- 22.9.2020 Trip Advisor
- 21.9.2020 Google My Business
- 6.5.2020 & 8.4.2020 & 30.1.2020 Sustainable Travel Finland vastuullisen matkailun verkkovalmennukset
- 16.4.2020 MyStay valmennus verkossa
- 10-12.2.2020 Tuotekehitystyöpajat (Riihimäki, Forssa ja Hämeenlinna)
- 18-20.11.2019 Diginäkyvyys (Riihimäki, Forssa ja Hämeenlinna)

Valmennuksien lisäksi kulttuurialan toimijoille järjestettiin kaksi benchmarking matkaa. Islannin benchmarking matkaan 28-31.1.2019 osallistui Kanta-Hämeen alueen kulttuurialan toimijoita ja yrittäjiä. Matkalla tutustuttiin kulttuurikohteisiin ja museoihin ja kuinka niissä on toteutettu tarinallisuuden yhdistämistä viestintään sekä erilaisiin digitaalisiin toteutuksiin. Toisessa benchmarking matkassa, 30.10.2019 vierailtiin pääkaupunkiseudun kulttuurikohteissa. Matkalla tutustuttiin hyviin käytänteisiin, digitaalisiin toteutuksiin ja niiden tuomaan lisäarvoon asiakkaille. Benchmarking matkasta voi lukea blogikirjoituksen HAMKin blogikanavasta: <https://blog.hamk.fi/matkailu/vikke-hankkeen-benchmarkingretki-paakaupunkiseudulle/>

Tuotekehitys

Tarinallistamisen kautta on onnistuttu kehittämään monen kulttuuritoimijan tuotteita ja palveluita. Valmennukset ja työpajat ovat olleet tässä suurena apuna. Yritykset ja toimijat ovat voineet hyödyntää näitä tarinoita omilla verkkosivuillaan, markkinoinnissa ja koko palveluketjussaan asiakkailleen. Tarinoiden avulla kohteita ja kulttuuritoimijoita on nostettu esille eri kanavilla, erityisesti Visit Häme -sivuilla.

Tarinoita on hyödynnetty myös hankkeen puitteissa kehitetyissä tarinallisissa kulttuurireiteissä, joissa hyödynnetään paikallisia palveluita. Reitit on julkaistu Visit Häme -sivuilla ja niitä tarjotaan myös kansainvälisille matkanjärjestäjille.

- kulttuuripyöräilyreitti Hämeenlinnan seudulla (HML-Hattula-Janakalla) [englanniksi](#).
- Hämeen Härkätien pyöräilyreitti [englanniksi](#).
- julkisilla kulkuvälineillä (juna) kulttuurikohteissa vierailu [englanniksi](#).
- taidekävelyreitti Hämeenlinnan keskustassa [suomeksi](#) ja [englanniksi](#).
- sähköpyörällä kuljettava kulttuuripainotteinen reitti Hämeenlinnasta Tampereelle suunniteltu ja toteutettu Happy eBikers yritykselle omaan tuotevalikoimaansa.

littalan lasitehtaan lasinpuhallustuote matkailijoille on tuotteistettu ja kehitetty hankkeessa yhteistyössä littalan kanssa. Tuotetta on markkinoitu matkailijoille, mutta myös kansainvälisille matkanjärjestäjille eri messujen ja matkanjärjestäjien tapaamisissa.

Muuta materiaalia

Hankkeessa on toteutettu myös muuta materiaalia runsaasti alueen kulttuurialan yrittäjien ja toimijoiden tueksi. Hankkeessa on toteutettu viisi opinnäytetyötä, jotka kaikki kytkeytyvät tiiviisti kulttuuriin, tarinoihin, digitaalisuuteen sekä liiketoiminnan kehittämiseen näiden avulla. Opinnäytteet ovat luettavissa hankkeen sivuilta www.hamk.fi/vikke.

Hankkeen sivuilla on myös ladattavissa sekä tulostettavissa opiskelijaprojektin myötä toteutetut kuvitetut postikortit. Postikortit noudattavat maakunnan matkailullisia kärkeemoja, jotka on koottu Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen puitteissa.

Hankkeen arvio toimenpidekokonaisuudesta

Hanke on onnistunut erinomaisesti tarinallistamisessa ja sen tuomisessa yrityksiin ja kulttuurikohteiden toimintaan. Tätä on hyödynnetty monessa kohtaa niin hankkeen omien sisältöjen tuottamisessa kuin valmennuksiin ja työpajoihin osallistuneiden toimijoiden omassa toiminnassa. Kulttuurikohteet ovat olleet innokkaasti mukana valmennuksissa ja selkeästi panostaneet aikaansa oman toimintansa tarinallistamiseksi sekä tämän avulla digitaalisessa maailmassa saaden toimintansa selkeämmin erottautuvammaksi muista markkinoilla toimivista toimijoista.

Kuvien ja videoiden laatuun olisi hyvä panostaa. Kuvattavia kohteita, joista tarvittiin kuvamateriaalia, oli runsaasti ja hankkeen resursseja tuli jakaa hankesuunnitelman mukaisesti eri toimintoihin. Tulevissa hankehakemuksissa vastaavien toimenpiteiden toteuttamiseksi onkin hyvä varata riittävästi resursseja.

2. Lisätään Kanta-Hämeen kohteiden näkyvyyttä ja houkutellaan matkailijoita historiallisesti ja kulttuurisesti kiehtovaan maakuntaan.

Visit Häme

VIKKE-hankkeessa on kehitetty ja tuotettu paljon kulttuurialueista sisältöä eri kieliverisoina Visit Häme sivuille, www.visithame.fi. Hankkeessa on kontaktoitu aktiivisesti eri kulttuurialan kohteita ja saatu näin lisättyä niistä informaatiota sivuille. Näin kulttuuritoimijat ja -palvelut on saatu nostettua näkyvästi esille. Eri toimijat ovat lähteneet hyvin yhteistyöhön mukaan mm. opaspalvelut ja kylät on lisätty sivustolle. Oppaiden kanssa tehdystä yhteistyöstä syntyi myös blogikirjoitus Visit Häme -sivuille. Kylien kanssa tehdystä yhteistyöstä sovittiin samalla VIKKE-hankkeen tuloksien (kuvat, tarinat) hyödyntämisestä Avoimet Kylät virtuaalitapahtumassa 13.6.2020.

Joidenkin toimijoiden kanssa asioiden eteneminen on ollut osittain Covid-19 tilanteen vuoksi haastavaa, eikä tietoja ole saatu siksi nostettua sivuille esille. VIKKE-hankkeen päätyttyä puuttuvien tietojen lisäämisen osilta Visit Häme -sivuille on sovittu Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa. Erityisesti Visit Häme sivuille toivottaisiin informaatiota maakunnan ITE-kohteista ja -taitelijoista. Myös kotiseutu- ja paikallismuseoita on lähestytty ja pyydetty yhteistyössä informaatiota Visit Häme -sivuille. VIKKE-hankkeen aikana tietoja ei ole saatu ja ehditty näin lisäämään sivustolle.

VIKKE-hanke on kirjoittanut myös useita blogikirjoituksia Visit Häme sivuille. Blogit on jaettu myös Visit Hämeen sosiaalisen median kanavilla, jolloin niiden näkyvyys on noussut.

- [Tuhansien tarinoiden Häme](#)
- [Syysloma Hämeessä](#)
- [Elämyksellistä matkailua Museokortin kulttuurireiteillä Hämeessä](#)
- [Hämeessä vuosi 2021 on yhtä juhlaa](#)
- [Kiehtovia kierroksia oppaiden matkassa](#)
- [Lasin vuosi](#) Tämä kirjoitus on nostettu myös Visit Finlandin valtakunnallisessa uutiskirjeessä esille 13.4.2021.
- [”Tapahtumat Hämeessä kesällä 2020”](#)
- [Fredrika Wetterhoff](#)
- [Vieraile Hämeessä virtuaalisesti](#). Tehty myös juttuvinkki Kanta-Hämeen ja Pirkanmaan lehtiin (HäSa, Aamulehti, paikallislehdet).
- [VIKKE -peli](#)
- [Taidepyöräilykierros Hämeenlinnassa](#)
- [Taidekävely Hämeenlinnan keskustassa](#)
- [Tarinat ovat osa Hämeen kulttuuria](#)
- [Juhannuksen perinteet ja tapahtumat](#)
- [Riihimäen Hyttikorteli](#)
- [Keskiaikafestivaali on unohtumaton elämys](#)

Sisältöjen lisäksi VIKKE-hanke on suunnitellut Visit Häme -sivuston valikkorakennetta uusiksi, jotta sivustolle saataisiin nostettua kulttuuriteemoja paremmin esille.

VIKKE-hankkeessa toteutettiin myös ”Tulen ja jään joulu” 2019 Visit Häme -sivuille joulutapahtumalistaukset HämeEvents -tapahtumakalenterin avulla suomeksi ja englanniksi. Lisäksi tapahtumakalenterista viestittiin toimijoille aktiivisesti, jotta tapahtumia saatiin lisää kalenteriin.

Covid-19 tilanteen alettua VIKKE-hankkeessa järjestettiin vielä joitakin valmennuksia verkossa, mutta pääpaino siirrettiin vahvemmin sisällöntuotantoon ja Visit Häme -sivujen kehittämiseen. Sivujen nousu hakukoneissa ja näkyvyydessä onkin tuottanut hyviä tuloksia, ja sisällöntuotantoon panostaminen on ollut kannattavaa. Maaliskuussa 2020 sivustokävijöitä oli noin 1100, kun toukokuussa 2020 niitä oli noin 7 500. Google hauissa näyttökerrat maaliskuussa 2020 olivat 33 400 ja toukokuussa 2020 jo 99 000.

Messut, webinaarit, tapahtumat

Hankkeessa on osallistuttu yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme -hankkeen kanssa eri matkailualan webinaareihin, messuihin ja tapahtumiin. Näissä tilaisuuksissa on kerrottu maakunnan kulttuurikohteista ja niiden tarjonnasta.

- MATKA 2019 -messuille 18-20.1.2019 osallistuttiin yhdessä Hämeen liiton, matkailutoimijoiden sekä Kanta-Hämeen kuntien kanssa.
- Islannin benchmarking matkaan 28-31.1.2019 osallistui Kanta-Hämeen alueen kulttuurialan toimijoita ja yrittäjiä. Matkalla tutustuttiin kulttuurikohteisiin ja museoihin ja kuinka niissä on toteutettu tarinallisuuden yhdistämistä viestintään sekä erilaisiin digitaalisiin toteutuksiin. Matkaohjelmaan kuului myös alueorganisaatioon ja Islannin matkailukampanjoihin tutustuminen. Islannissa on saatu kampanjoilla laajasti toimijoita ja paikallisia asukkaita mukaan matkailun markkinointiin.
- Vuosittain järjestettävät ITB Berlin matkamessut 6-10.3.2019 ovat matkailualan toimijoiden tärkein messu. VIKKE-hanke osallistui messuille Visit Finlandin messuosastolla yhdessä Go Tavastia -hankkeen kanssa. Messuilla markkinoitiin alueen kulttuurikohteita matkanjärjestäjille ja kuluttajille sekä edistettiin ryhmämatkojen toteutumista alueelle.
- Japanissa järjestetyssä Tumlare workshopissa (Japanilaisten matkanjärjestäjien myyntitapahtuma 9.-11.4.2019) markkinoitiin Kanta-Hämeen alueen kulttuurikohteita ja edistettiin ryhmämatkoja japanilaisille matkailijoille.
- SUPER messuilla Tampereella 12.-14.4.2019, kotimaan matkamessut, esiteltiin yhdessä Elinvoimaa Hämeeseen ry:n kanssa maakunnan kulttuurikohteita.
- Toolbox matkanjärjestäjävierailuilla Summer Fun Finland myyntitilaisuuden Pre ja Post Toureilla. Pre tour järjestettiin ennen workshopia 12.-13.5.2019 ja siinä oli 9 osallistujaa. Post Tour järjestettiin 14.-16.5.2019 ja siinä oli myös 9 osallistujaa. FAM tripit järjestettiin yhteistyössä Elinvoimaa Hämeeseen ry:n kanssa. VIKKE-hanke varmisti laadukkaan emännöinnin ja kustansi tämän vuoksi emännöinnin ja kuljetukset. Vierailta on jo tullut tilauksia ja ryhmiä Kanta-Hämeen maakuntaan ja kulttuurikohteisiin.
- MoiMoi -kiertue Taipeissa ja Tokiossa syyskuussa 2019. Myyntikiertueen kärkituote oli Fiskarsin kanssa yhteistyössä tehty puhallustuote tehtaaseen. Kiertueella kerättiin ideoita kulttuurikohteiden tarinallistamiseen, yhteistyöhön ja myyntiin sekä ideoita tuotteiden koontiin paketeiksi yhteistyökumppaneiden kanssa eri teemoilla.
- Syyskuussa 2019 saksalaisen matkanjärjestäjän (Bassemohluff-tours) kanssa tutustuttiin Kanta-Hämeen kulttuurikohteisiin tutustuminen.
- Toisessa benchmarking matkassa, 30.10.2019 vierailtiin pääkaupunkiseudun kulttuurikohteissa. Matkalla tutustuttiin hyviin käytänteisiin, digitaalisiin toteutuksiin ja niiden tuomaan lisäarvoon asiakkaille. Benchmarking matkasta voi lukea blogikirjoituksen HAMKin blogikanavasta: <https://blog.hamk.fi/matkailu/vikke-hankkeen-benchmarkingretki-paakaupunkiseudulle/>
- Joulukuussa 2019 VIKKE -hanke ja HAMKin Design Factory järjestivät yhteistyössä Hackathon tapahtuman HAMKin liiketalouden ja KK Tavastian matkailualan opiskelijoille. Tapahtumassa kehitettiin ja ideoitiin VIKKE mobiilipeliin eri kulttuurikohteille pelaajia kiehtovia ja tarinoihin kytkeytyviä tehtäviä. Tehtävät on digitoitu ja implementoitu VIKKE sovelluspilottiin. Tapahtumasta kirjoitettiin blogi [Cultural Tourism Hackathon 5.12.2019](#).

- Suoma -messuille osallistuttiin 5-8.10.2020 (Turku, Tampere, Lahti, Helsinki) yhdessä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa. Messuilla kontaktoitiin kotimaisia ryhmämatkojen järjestäjiä, TYKY-päiviä järjestäviä tahoja sekä yksittäisiä kotimaan matkailijoita. Messujen jälkimarkkinointina lähetettiin n. 340 kontaktille Visit Häme infoa erityisesti kulttuurikohteista sekä tarkempia tietoja suorille asiakaskontakteille (10 kpl).
- Hankkeen pelillistä lopputapahtumaa suunniteltiin aikaisemmin Kansallismuseon ja paikallisen elämyspalveluita tarjoavan toimijan kanssa. Syyslomaviikolle (17.10.2020) suunniteltu Pelitapahtuma jouduttiin perumaan koronan aiheuttamien rajoitusten vuoksi. Covid-19 aiheuttaman tilanteen vuoksi tapahtumaa ei ole voitu järjestää myöhemminkään hankkeen aikana. Konsepti ja yhteistyökumppanit tapahtumaan ovat valmiina ja tapahtuman toteuttamisen toivotaan olevan mahdollista myöhemmin, kun tilanne sen sallii hankkeen päätyttyäkin.
- Kulttuuriteemainen ILMIO -seminaari järjestettiin webinaarina 5.11.2020 kulttuuri- ja matkailualan toimijoille yhteistyössä Hämeenlinnan kaupungin kanssa. Tapahtuma oli osa Visit Finlandin Western Lakeland toimenpiteitä ja kokosi matkailualan ammattilaiset läntisestä Järvisuomesta yhteen. Osallistujia oli 128. Webinaarin materiaalit löytyvät hankesivuilta. (www.hamk.fi/vikke)
- ITB NOW virtuaalimessuille osallistuttiin 9-12.3.2021 yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa. ITB messuilla tavattiin kansainvälisiä matkanjärjestäjiä ja markkinointiin Kanta-Hämeen kulttuurikohteita.
- Lakeland West webinaarissa 4-5.5.2021 esiteltiin maakunnan kulttuurikohteita kansainvälisille matkanjärjestäjille yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa. Mukana webinaarin järjestämisessä olivat myös muut Western Lakeland alueen toimijat (Visit Tampere, Visit Lahti ja Visit Jyväskylä).
- Matkamessut MEET2021 pidettiin 20.5.2021. Workshop päivän aikana tavattiin 13 matkanjärjestäjää eri puolilta maailmaa, pääasiallisesti Aasian maista. Erityisesti luonto ja kulttuurikohteet kiinnostivat matkanjärjestäjiä. Messuille osallistuttiin yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa.

Toimittajavierailut

Alueen kulttuurikohteita ja niiden näkyvyyttä on nostettu yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa toimittajavierailuiden kautta.

- Japanilainen toimittaja Ryohei Nakajima vieraili Kanta-Hämeessä 3/2020. Julkaisut kaksi artikkelia verkkolehti Madame Figarossa. Artikkeleita tulossa myös printtilehtiin.
 - o [Forssan seutu, Forssan museo, Rykkeri, Forssan Elävien kuvien teatteri, Antin konditoria ja Hevossilta.](#)
 - o [Riihimäki ja Hämeenlinna, Lasimuseo ja EGS näyttely, Iittala, Matin ja Maijan majatalo sekä ravintola Uoma.](#)
- Toimittajien vierailu Kanta-Hämeessä Japanista ja Saksasta. Toimittajat kirjoittivat seuraavat artikkelit onnellisuusteemoilla.
 - o What is the idea that Japanese people want to adopt? Learned from visiting Finland, the happiest country in the world
 - o 4 ways to be happy by learning from Finland
 - o [Thinking about a 'sustainable journey' based on what we actually saw in Finland](#)
 - o <https://tabippo.net/finland-nature/>
 - o Stuttgarter Nachrichten
- Japanilaisen toimittajan vierailu lasi sekä kulttuuriteemaisella kierroksella maakunnassa 15.3.-17.3.2021. Tuloksena oli kohteiden näkyvyyden nostaminen Japanin markkinoilla

- online tapahtumissa (2 kpl), joita japanilainen matkatoimisto järjestää kuluttaja-asiakkailleen. Online tapahtumiin osallistui noin 80 kuluttajaa/sessio.
- Saksalaisen toimittajan vierailu maakunnan kohteissa ja artikkelin kirjoittaminen kulttuuri ja luontoteemaisesti 7-9.4.2021. Artikkelin julkaistiin Nordis lehdessä kesäkuun 2021 numerossa.
 - Japanilaisen toimittajan vierailu local life ja luontoteemaisella kierroksella 9-11.6.2021. Tuloksena oli kohteiden näkyvyyden nostaminen Japanin markkinoilla online tapahtumissa (2 kpl), joita japanilainen matkatoimisto järjestää kuluttaja-asiakkailleen. Online tapahtumiin osallistui noin 80 kuluttajaa/sessio.

Artikkelit, blogit

VIKKE-hanke oli mukana loppukevään ja alkukesän 2020 Local Tips -kampanjassa, jossa kerättiin paikallisten asukkaiden vinkkejä matkailijoille. Artikkelit aiheesta julkaistiin kaksi kappaletta. Matka-Suomessa (<https://matkasuomi.fi/>) ja kolme kappaletta Retkipaikassa (<https://retkipaikka.fi/>).

- [Paikallisvinkit Forssan seudulle](#)
- [Paikallisvinkit Riihimäen seudulle](#)
- [Local Tips Riihimäki](#)
- [Local Tips Forssa](#)
- [Local Tips Hämeenlinnan seutu](#)

Hankkeessa on kirjoitettu seuraavat blogikirjoitukset HAMKin blogisivustolle

- ["Tarinallistaminen ohjaa yrityksen kehittämistä kaikissa vaiheissa"](#). Kirjoitus on julkaistu myös Rural Finland II hankkeen uutiskirjeessä 13.2.2020 ja näin tiedotettu hankkeen hyvistä käytänteistä ja tuloksista valtakunnallisesti matkailualan toimijoita ja kehittäjiä.
- VIKKE pilottisovelluksen julkaisuun liittyvät [blogikirjoitus](#)
- Blogikirjoitus hackathon tapahtumasta ja tarinallisuudesta sekä VIKKE-hankkeesta <https://blog.hamk.fi/designfactory/cultural-tourism-hackathon/>
- Blogikirjoitus hankkeen järjestämästä benchmarking matkasta pääkaupunkiseudulle <https://blog.hamk.fi/matkailu/vikke-hankkeen-benchmarkingretki-paakaupunkiseudulle/>
- VIKKE hankkeen tuloksista kirjoitettiin blogi 17.6.2021. <https://blog.hamk.fi/hamk-smart/vikke-hankkeessa-kehitettiin-virtuaalista-kulttuurimatkailua/>

VIKKE-hankkeessa on kirjoitettu myös seuraavat artikkelit ja julkaisut:

- HAMK Unlimited Professional 16.12.2019 artikkeli VIKKE-valmennuksissa tarinallisuus yrityksen kehittämisen ytimenä <https://unlimited.hamk.fi/yrittajyys-ja-liiketoiminta/tarinallisuus-yrityksen-kehittamisessa/>
- Outi Mertamo ja Heidi Kerkola <https://unlimited.hamk.fi/yrittajyys-ja-liiketoiminta/digitaalisuus-matkailupalveluissa/>
- Niina Järvinen <https://unlimited.hamk.fi/teknologia-ja-liikenne/pelimoottorit-hyotykaytto/>
- Outi Mertamo: Kotikylän kesälehti – tarinat eloon digitaalisuuden avulla – Haluatko kuulla roiston vai ritarin tarinan? <https://issuu.com/linnaseutu/docs/kotikyla-2019>
- VIKKE-hanke valittiin kuukauden EAKR-hankkeeksi 17.5.2021 ja siitä julkaistiin juttu Rakennerahastot.fi sivustolla https://www.rakennerahastot.fi/web/etela-suomen-suuralue/etusivu/-/asset_publisher/a0X5B5jWrSqc/content/kuukauden-eakr-hanke-vikke-%E2%80%93-virtuaalinen-kulttuurimatkailu-kanta-hameessa/maximized

Muu näkyvyys

Hanke toimitti yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen kanssa Kanta-Hämeen kohdevinkkejä Museokortti-kyselyyn. Kanta-Hämeen kohteita nostettiin näin kolmelle eri Museokortin julkaisemille ja markkinoiduille kulttuurireiteille. Reitit löytyvät Museokortin sivuilta (<https://osta.museokortti.fi/fi>).

Matkaile Suomessa -alustan kanssa (<https://matkailesuomessa.fi/>) tehtiin yhteistyötä alkuvuonna 2021 nostamalla Matkaile Suomessa ja Wowanders -alustoilla maakunnan kulttuurikohteita esille sekä toteutettiin näistä sosiaalisen median kampanjoita. Vanhojen korttelien tunnelmaa teemainen kampanja sai seuraavaa näkyvyyttä:

- Matkaile Suomessa ja Wowanders Facebook kanavilla (reaktiot 21, linkin avaus 60, tavoitetut 920) sekä Instagram tileillä (tykkäykset 181 ja tavoitetut 1235)
 - Maata pitkin matkustavien Facebook kanavalla (tykkäykset 237, kommentit 57 ja jaot 3)
 - Matkaile Suomessa sivuilla blogia oli luettu 772 kertaa kampanja-ajan päättyessä
- Lisäksi Kanta-Hämeen kulttuurikohteet ovat näkyneet laajasti kohdeoppaiden muodossa myös Wowanders -sovelluksen käyttäjille, joka on osa Matkaile Suomessa alustaa.

VIKKE-hanke rekisteröityi maailmanlaajuiseen TravMed -portaaliin. Ilmaisen testausajan puitteissa verkostoiduttiin muihin kansainvälisiin toimijoihin ja markkinoitiin Kanta-Hämettä ja sen kulttuurikohteita portaalissa.

Hankkeessa koottiin maakunnan vuoden 2020 tapahtumat ja toimitettiin niistä Visit Finlandille listaus. Visit Finland on tämän toimittanut edelleen siitä kiinnostuneille matkanjärjestäjille.

Vuoden 2020 aikana toteutettiin kaksi Facebook kampanjaa VIKKE - mobiilipelisovelluksesta. Ensimmäisellä kampanjalla tavoitettiin 13000, 400 klikkausta ja 16 jakoa. Toinen kampanja järjestettiin myöhemmin kesällä, jolloin tavoitettiin 15000 vastaanottajaa, 200 klikkausta ja 42 jakoa.

Opinnäytteet, opiskelijatyöt

Hankkeelle on valmistunut seuraavat opinnäytteet:

- Katariina Pitkämäki, liiketalous: [Tarinallisuus ja tarinan tuominen digitaalisessa markkinoinnissa](#). Opinnäytteen tuloksena syntyi myös [Tarinallistamisen opas](#), joka on jaettu yrityksien käyttöön.
- Pyry Peltonen IB: [The application of VR and AR in the marketing of the Tavastia Region](#)
- Jussi Kyöstiä, liiketalous: [Hämeen erikoiset paikannimet ja tarinat niiden takana](#)
- Jemina Ojala, liiketalous: [Kanta-Hämeen saunaselvitys – julkiset saunat](#)
- Johanna Tziafas-Peuru HAMK YAMK: [KANTA-HÄMEEN MATKAILULLINEN KEHITYS :Sisältömarkkinoinnin kehittäminen – Case: VIKKE hanke](#)

Hankkeessa on tehty myös seuraavat opiskelijaprojektit:

- Forssan yksikön kestävän kehityksen opiskelijat vierailivat kesän 2019 aikana maakunnan eri kulttuuritapahtumissa (Jokioisten Minkiön höyryfestivaali 27.7., Tammelan Hakkapeliitta 4.8. sekä Ypäjän Pertun päivät ja Ypäjän yö 24.8.) Opiskelijat valokuvasivat tapahtumat ja kirjoittavat niistä blogikirjoituksia, joita voidaan myöhemmin hyödyntää kulttuurimatkailun markkinoinnissa. Opiskelijoiden kirjoittamat blogit: [Hakkapeliitta, Minkiö, Pertun päivät](#)

- yhteistyöprojekti HAMK Forssan kestävän kehityksen koulutusohjelman ja Forssan museon kanssa tarinallistamisen ja pelillisyyden tiimoilta. Yhteistyössä toteutettiin pilotti tarinakokonaisuudesta maksulliseen mobiilisovelluspelialustaan (Action Track -sovellus). Pilotointiin osallistui noin 80 yläkouluikäistä.
- Kestävän kehityksen opiskelijaprojekti käynnistyi (26.10.2020) kulttuurialan yritysten vastuullisuudesta. Yrityksille laadittiin nykytila-analyysi, jonka pohjalta etsittiin kehityskohteita. Projektiin ilmoitettiin 4 eri toimijaa: Iittala Village (3 eri projektia), Paijan Maatilamajoitus, Suomen Lasimuseo ja Vihreä Talo. Tulokset projektista ovat luettavissa [blogista](#).
- Harjoittelijana hankkeessa toimi Jussi Kyöstiä. Harjoitteluun sisältyi hankkeen tuottamien kulttuurireittien (6 kpl) nostaminen eri näkyvyyskanavilla esille (TripAdvisor, Finterest, Izi.Travel sekä Matkaile Suomessa). Reitit ovat sekä suomeksi että englanniksi.
- Hackathon tapahtumassa, joka järjestettiin yhdessä Design Factoryn kanssa, monialainen joukko HAMKin ja KK Tavastian opiskelijoita kehittivät VIKKE sovellukseen eri kulttuurikohteisiin liittyviä pulmia ja tehtäviä. Nämä kehitetyt tehtävät tulivat sovellukseen käyttöön.
- Tietojenkäsittelyn koulutusohjelman opiskelijaryhmä toteutti ICT-projektin puitteissa VIKKE pilottisovellukseen AR-sisältöjä. AR-sisältöjä hyödynnettiin sovelluspelissä eri kulttuurikohteisiin liittyvissä tehtävissä/pulmissa.
- Tietojenkäsittelyn koulutusohjelman opiskelija Petri Lindholm suoritti hankkeessa harjoittelunsa. Harjoittelun aikana hologrammilasille toteutettiin 3D-mallinnoksia eri kulttuurikohteista ja esineistä.

Hankkeen arvio toimenpidekokonaisuudesta

Hanke on onnistunut erinomaisesti näkyvyyden lisäämisessä niin kotimaan kuin kansainvälisten matkailijoiden keskuudessa. Tämä työ vaatii valtavasti aikaa ja resursseja, mutta ennen kaikkea aktiivista yhteistyötä. Tätä onkin toteutettu alusta asti Western Lakeland Kanta-Häme -hankkeen kanssa, joka vastaa Visit Häme -sivuston ja sen kanavien sisällön tuottamisesta ja maakunnan matkailun näkyväksi tekemisestä hankkeen aikana. Ilman tätä yhteistyötä näin näkyviä tuloksia ei olisi varmasti saavutettu. Lisäksi aktiivinen verkostoituminen eri toimijoiden kanssa on lisännyt maakunnan kulttuurikohteiden tunnettuutta ja näkyvyyttä.

3. Toteutetaan virtuaalinen kulttuurimatkailua ja historiaa hyödyntävä pelialusta, joka lisää alueen tunnettuutta ja opastaa matkailijoita uusien menetelmin. Pelialustaa pelataan paikan päällä eri käyntikohteissa Kanta-Hämeen alueella.

Aluksi hankkeessa tehtiin taustatietojen ja tekniikoiden kartoitusta sopivien ohjelmistojen ja työkalujen käyttämiseen VIKKE-sovelluspelin toteuttamiseksi.

VIKKE-hanke osallistui Riikassa järjestettyyn matkailualan seminaariin, jossa oli erittäin mielenkiintoisia puheenvuoroja digitaalisista toteutuksista. Seminaarimatkalla tutustuttiin myös ”LoveIT” Interreg hankkeen projektitiimiin. Tämän hankkeen kanssa on tehty aktiivisesti yhteistyötä ja jaettu informaatiota. Kyseinen hanke suunnitteli sovellusta museoihin ja kulttuurikohteisiin, jolla voidaan kertoa tarinaa, opastaa ja tuoda lisää sisältöä museokäyntiin. Riikassa tutustuttiin myös erilaisiin museoihin ja niiden digitaalisiin toteutuksiin, sekä digitaaliseen kaupunkiohjelmaan. Monia erilaisia ratkaisuja on käytössä

ja pienilläkin toimenpiteillä voidaan saada museokohteesta interaktiivisempi ja kiinnostavampi.

Pelin teknisten toteuttajien kanssa käytiin tutustumassa EA Tracktwentyssä ja FAKE productionissa. EA:lla keskusteltiin erityisesti pelikehityksestä ja VIKKE -hankkeen kehitystiimi sai käynnistä arvokasta palautetta ja kehitysideoita kulttuuripelin toteuttamiseen. FAKE productionilla käytiin testaamassa heidän edistyksellisiä virtuaalituloja.

Pelialustan määrittelyä varten järjestettiin marraskuussa ja joulukuussa 2018 työpajat. Työpajoihin osallistui projektipäällikön lisäksi VIKKE -hankkeen muu projektitiimi, mukaan lukien tekniset henkilöt. Lisäksi mukaan otettiin opiskelijoita ja muita eri alojen asiantuntijoita, joilla oli erityisesti pelien kehityksestä kokemusta. Ensimmäisessä työpajassa listattiin asioita, jotka tulee ottaa huomioon peliä suunniteltaessa, sekä mahdollisia ominaisuuksia, joita pelissä voisi olla.

Toisessa työpajassa keskityttiin pelin tekniseen toteuttamiseen ja pelialustoihin. Työpajojen lopputulemana päätettiin, että peli rakennetaan itse Unity-alustalle eli tähän ei osteta ulkopuolista palvelua. Päätettiin myös hankkia laitteistoa, joilla voidaan yhdessä esimerkiksi kulttuurikohteiden kanssa toteuttaa erilaisia digitaalisia sisältöjä, mukaan lukien lisätyn todellisuuden (AR) toteutuksia.

Joulukuussa aloitettiin pelin tarkempi suunnittelu Fluid UI suunnittelu alustan avulla. Näin päästiin suunnittelemaan pelin toiminnallisuuksia ja logiikkaa ennen varsinaisen teknisen toteutuksen aloittamista.

Tietojenkäsittelyn opiskelijat toteuttivat hankkeelle työelämäprojektin, jossa testasivat erilaisia lisätyn todellisuuden (AR) alustoja ja etsivät myös tietoa mitkä alustoista olisivat parhaiten hyödynnettävissä VIKKE -hankkeessa toteutettavaan sovelluspeliin.

Häme Mafia (vuosittainen Kanta-Hämeen alueen yrittäjien ja erityisesti alueen kehittämiseen vaikuttavien toimijoiden tapahtuma) risteilylle toteutettiin AR sisältöjä markkinoimaan VIKKE -hanketta.

VIKKE-sovellus

VIKKE sovelluspilotti saatiin valmiiksi ja julkaistiin 1.4.2020. Sovelluksessa kohdetarinat kuljettavat matkailijaa suomeksi ja englanniksi mobiilipelisovelluksen avulla Kanta-Hämeessä. Sovelluksen kehittäminen sisälsi pelialustan koodaamista, ulkoasun ja graafisen ohjeistuksen työstämistä. Sekä sisältöjen (tarinat, kuvat, linkit, tehtävät, kehitetyt AR-toteutukset) syöttämisen peliin.

Hankkeen ostopalveluiden kustannukset koostuivat pääosin pelisovellukseen liittyvistä sovelluksista, sekä suunnitteluun käytetyistä ohjelmistoista. Lisäksi mm. UdeMY verkkokoulutuspalvelusta, joka on apuna teknisille toteuttajille. Hankkeelle hankittiin Adobe lisenssi pelin visuaalista suunnittelua varten (Ilona IT Oy) ja Drone kulttuurikohteiden 3Dmallintamista ja pelitoteutuksen sisältöjen tuottamista varten. Dronen kustannuksina syntyi vakuutus- ja rekisteröintikuluja.

AR-skannerin kartoittamisen ja valinta jälkeen valittu AR-skanneri testattiin toimivuuden takaamiseksi sovelluksessa ja yhteensopivuudessa Unity pelimoottoriin. Opiskelijaprojektien myötä toteutettiin AR- sisältöjä kulttuurikohteista peliä varten.

VIKKE sovelluspilotin voi ladata Android laitteille [Google Play Storesta](#) ja iOS laitteille [App Storesta](#). Molemmista sovellus löytyy nimellä VIKKE.

Pelipilotin avoin lähdekoodi ja dokumentointi on julkaistu hankkeen verkkosivuilla ja näin ollen se on kaikkien saatavilla ja käytettävissä kehittämistoimintaan. Tästä on tiedotettu matkailullisessa uutiskirjeessä. Peli on herättänyt kiinnostusta myös muissa maakunnissa ja VIKKE -pelipilotista on annettu tarkempaa tietoa sekä kokemusta kehitystyöstä ja sen lähtökohdista mm. LAB ammattikorkeakoululle. VIKKE sovelluspilotin [avoin lähdekoodi ja dokumentointi](#) on julkaistu 11.9.2020.

Sovelluksen julkaisun yhteydessä tehtiin myös tiedotusta. Tiedotusta kohdennettiin:

- ohjausryhmälle ja hankkeessa mukana oleville kulttuurikohteille. Lisäksi heille toimitettiin valmiit materiaalit somemarkkinointia varten omissa kanavissa sekä posterit tulostettavaksi omiin toimitiloihin.
- toteutettiin lehdistötiedote ja toimitettiin Hämeen liitolle sekä eri lehdistöille Kanta-Hämeessä ja Pirkanmaalla.
- tiedotettiin matkailullisessa uutiskirjeessä sovelluksesta (vastaanottajia noin 800).
- Seminaarin koulun oppilaille (1000 oppilasta) sovelluksesta kerrottiin kesälomatekemisenä.
- HAMKin alumnikirjeessä 5/2020 julkaistiin juttu sovelluksesta.

Sovellusta pilotoitiin kesälomakauden 2020 ajan. Kesän pilotoinnista ja Pyry Peltosen opinnäytteeseen liittyvästä pilotoinneista on tehty palautteiden koonti [VIKKE sovellus yhteenveto kesä 2020 palautteista](#) 1.4-30.8.2020 ajalta.

Sovellusta on ladattu 31.12.2020 mennessä 230 latausta Android ja 91 iOS.

Hologrammilasi

Laite- ja konehankintojen kuluissa on hologrammilasi, joka on hankittu testaukseen. Tähän liittyen syksyllä 2019 toteutetaan opiskelijaprojekti, jossa testattiin tarkemmin, miten lasia voi hyödyntää ja millaista sisältöä siihen saa. Opiskelijatyönä toteutettiin myöhemmin hologrammilasille 3D -mallinnoksia Aalto-maljakosta, Paratiisisarjan astioista, Aulangon Karhuluolasta sekä Aulangon Ruusulaakson paviljongista. 3D -mallinnokset voidaan siirtää hologrammilasiin katseltavaksi ja vierailijan itsensä liikuteltavaksi haluttuun asentoon. Hologrammilasin käytöstä syntyi Looking Glass hologrammilasin [opas](#) kehittäjille. Tämä opas on jaossa VIKKE-hankkeen sivuilla.

Hologrammilasia on pilotoitu Kansallismuseon omistamassa Hämeen linnassa syyslomaviikolla 2020. Lisäksi keväällä 2021 hologrammilasia pilotoitiin Suomen lasimuseolla Riihimäellä sekä Designmuseolla Iittalassa. Hologrammilasin palautteen yhteenveto on luettavissa tämän raportin kohdassa 9. Hankkeen arviointi.

littalan Zappar pilotointi

littalan lasitehtaalla ja Designmuseo littalassa toteutettiin 2019 kesän aikana monialainen pilotti. Pilotissa pelikehittäjä toteutti yhdessä muotoilun opiskelijoiden kanssa littalan Designmuseoon ”Muistojen kujan”. Tässä littalan lasinpuhaltajien tarinoita tuotiin esille printtien ja digitaalisten toteutusten avulla. Digitaalisina toteutuksina oli mm. AR-sisällöt, joita on mahdollista katsoa käyttäjän omalla mobiililaitteella Zappar-sovelluksella. Pilotoinnissa oli AR-toteutuksia, joita lasitehtaan vierailijat voivat testata omilla tai hankkeen littalaan toimittamilla mobiililaitteilla. Pilotin raportti palautteineen on luettavissa <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/12/littalan-Museo.pdf>

Hankkeen arvio toimenpidekokonaisuudesta

VIKKE-sovelluksessa on hyvä ja uudenlainen idea taustalla tuoda kulttuurikohteita esille matkailijoille ja myös paikallisille asukkaille. Sovelluspilotti saatiin suunnitelmien mukaisesti valmiiksi, mutta hieman jäljessä aikataulusta. Ostopalvelua käyttäen tämä olisi ollut nopeammin toteutettuna. Toisaalta tuolloin pikaiset muutokset sovellukseen ei olisi ollut mahdollista ja kustannukset olisivat olleet huomattavasti korkeammat. Kun sovelluksessa päätettiin käyttää omia hankereseursseja, saatiin siitä myös paljon uutta oppia tutkimusyksikköön.

Sovelluksen ulkoasu suunniteltiin opiskelijatyönä. Tähän tehtiin paljon parannuksia, kuitenkin täysin miellyttävään ulkoasuun pääsemättä tiukasta aikataulusta ja teknisten työntekijöiden muun työkuorman vuoksi. Ulkoasuun onkin toivottu palautteissa parannuksia ja ”raikastamista”. Muina kehittämisideoina sovellukseen on toivottu ääniohjausta.

Sovelluksen pilotointi jäi harmittavan pieneksi otannaksi. Covid-19 tilanne ja hallituksen asettamat rajoitukset sekoittivat suunnitelmia ja jätti näin pilotoinnin melko suppeaksi. Tämä oli luonnollisesti täysin hankkeesta ja sen toiminnasta riippumaton syy.

Sovelluskehittäminen vaatii aikaa ja suurta budjettia. Tämän vuoksi hanke on erittäin tyytyväinen sovelluspilotin lopputulokseen. Hanke toivoo, että nyt sovelluksen ja dokumentoinnin avoimen datan tiedottamisen ja julkaisun myötä, peliä kehitettäisiin eteenpäin. Tästä mahdollisuudesta on tiedotettu useampaan otteeseen. Tähän tulisi resursoida huomattavasti enemmän työaikaa ja vierailia eri alan yritysten luona ja kertoa kehittämismahdollisuudesta. Ongelmana suoraan lähdekoodin käyttämisessä saattaa olla kehitystyössä käytetyt eri ohjelmistot ja niiden yhteensopivuus VIKKE-sovelluksessa käytettyihin ohjelmistoihin ja teknisiin toteutuksiin.

6. HANKKEEN HALLINNOINTI JA VIESTINTÄ

Hankkeen hallinnointi on ollut täsmällistä ja organisoitua rahoittajan ohjeiden mukaisesti. Hankkeelle budjetoidut resurssit on käytetty hankesuunnitelman mukaisesti ja alueen kulttuuritoimijoiden toimintaa tukien. Hankkeen budjetti toteutui erinomaisesti, ylittyen vain 64,93 €:a.

Hankkeen toteutuksen aikana alkanut Covid-19 pandemia aiheutti hankkeen toimenpiteiden fokusointia enemmän sisällölliseen tuottamiseen ja kulttuurikohteiden näkyvyyden varmistamiseen eri digitaalisilla kanavilla. Näin ollen palkkakustannukset sekä ostopalvelut ovat hieman ylittäneet asetettua budjettia. Toisaalta Laitehankinnat ovat kompensoineet tätä. Hankkeessa ei koettu hyödylliseksi hankkia laitteita annetulla budjetilla, sillä niitä ei olisi voinut pilotoida kulttuurikohteissa Covid-19 rajoitusten vuoksi.

PROJEKTIN KUSTANNUKSET HAMK

Hanke: VIKKE-virtuaalinen kulttuurimatkailuhanke Kanta-Hämeessä
Projektinumero: 772663
Toteutusaika: 01.08.2018 - 31.08.2021
Raporttipvm: 20.09.2021

	HAMK BUDJETTI	TOTEUMA	JÄLJELLÄ
Palkkakustannukset	166 741,00	166 985,65	- 244,65
Ostopalvelut	40 001,00	40 575,60	- 574,60
Kone- ja laitehankinnat	3 000,00	2 186,96	813,04
Rakennukset ja maa-alueet	0,00	0,00	0,00
Muut kustannukset	0,00	0,00	0,00
Flat rate	40 017,84	40 076,56	- 58,72
Tulot	0,00	0,00	0,00
YHTEENSÄ	249 759,84	249 824,77	- 64,93

Hankkeesta on tiedotettu aktiivisesti yhteistyökumppaneille useiden eri sosiaalisen median kanavien kautta (Facebook, Instagram, Flickr), hankkeen verkkosivujen ja Visit Häme -sivujen kautta sekä noin kerran viikossa julkaistavassa matkailullisessa uutiskirjeessä (noin 800 tilaajaa). Aiheina ovat olleet blogit, kohteet, sovelluspilotti, positiiviset caset koronatilanteessa, tapahtumat, webinaarit ja valmennukset liiketoiminnan tueksi.

Uutiskirjeessä julkaistiin juttu VIKKE-hankkeen päättymisestä ja koottiin siihen hankkeen tärkeimmät tulokset. Tässä on mm. tiedotettu sovelluspilotista ja sen avoimesta datasta sekä dokumentoinnista ja, että tämä on vapaasti kenen tahansa tahon ladattavissa ja jatkokehittävissä. [Uutiskirjeen voi lukea tästä.](#)

Viestintää on tehty yhteistyössä niin maakunnallisesti kuin valtakunnallisestikin. Yhteistyössä mm. muiden eri hankkeiden kanssa tehdyn viestinnän avulla on saavutettu paremmin ja enemmän vastaanottajia, kuin yksin omilla kanavilla toimien.

VIKKE-hanke valittiin Uudenmaan liiton [kuukauden EAKR-hankkeeksi](#). Hankkeesta kirjoitettu juttu julkaistiin 17.5.2021. Uudenmaan liiton sivuilla.

Horizontaalisia periaatteita on noudatettu huomioiden tasa-arvoa edistäviä seikkoja. Kestävää kehitystä ja taloudellista kestävyyttä on edistetty digitaalisuudella ja tiedottamisella digitaalisesti maakunnan kulttuurikohteista. Hankkeeseen on ilmoittautunut mukaan valmennuksiin, seminaareihin sekä muihin hankkeen järjestämiin tilaisuuksiin 218 eri organisaatiota (mm. yrityksiä, yhdistyksiä, kuntia, säätiöitä ja muita toimijoita), joiden painopisteinä ovat luonto, kulttuuri ja alueen historia sekä matkailu. Digitaaliset toteutukset ovat kaikkien käytettävissä ja saatavilla avoimissa palveluissa edistäen sosiaalista ja kulttuurista yhdenvertaisuutta. Saavutettavuuslaki on huomioitu materiaalien toteuttamisessa.

Hankkeessa on tehty paljon verkostoitumista. Hankkeen vastuulla oli Kulttuuriteemaryhmän koolle kutsuminen, kunnes sen jäsenet päättivät, ettei ryhmä enää kokoontuisi. Päätös tehtiin 21.11.2019 palaverissa. Tilaisuudessa keskusteltiin yhteistyöstä Elinvoimaa Hämeeseen ry:n kanssa sekä kuinka kulttuurikohdetuotteita kerätään markkinoille. Kokouksessa tehtiin yksimielinen päätös siitä, että kulttuuriteemaryhmä ei kokoontu enää omana ryhmänään, vaan kokoontuvat Elinvoimaa Hämeeseen ry:n kutsumana jatkossa ja kulttuurikohteiden kehittämistä jatketaan isomassa kokonaisuudessa. Mukana kulttuuriteemaryhmässä oli 34 toimijaa/yrittäjää maakunnasta. Ryhmän toiminnan tavoitteena oli tukea hankkeen toimenpiteitä ja myös yhdessä suunnitella toimenpiteitä ja kehitettäviä kohteita.

VIKKE-hanke on osallistunut koko sen hanketoiminnan ajan maakunnan matkailuhankkeiden yhteisiin palavereihin. Palaverissa vaihdetaan kuulumisia ja sovitaan yhteistyöstä muiden hankkeiden kanssa. Tapaamiset on järjestetty kerran kuukaudessa.

7. HANKKEEN ETENEMINEN

Hankkeen alkaessa se eteni suunnitelmien mukaisesti. Kuitenkin ongelmia alkoi ilmetä erityisesti koronaviruksen aiheuttamista hallituksen sekä eri organisaatioiden asettamista rajoitteista viruksen leviämisen estämiseksi. Osa toimenpiteistä jouduttiin perumaan ja siirtämään toiseen ajankohtaan tai siirrettiin järjestettäväksi verkon välityksellä.

Koronavirus hankaloitti mm. seuraavia toimenpiteitä:

- Valokuvaus kulttuurikohteista (sisätiloista) ja -tapahtumista
- 360videot kulttuurikohteista ja -tapahtumista
- VIKKE-sovelluksen pilotointi opiskelijaryhmillä ja raportti pilotoinnista
- Hologrammilasin pilotointi eri kulttuurikohteissa ja raportti pilotoinneista
- Tarinoiden saavutettavuus ja elävöittäminen
- TripAdvisor työpajat kulttuuritoimijoille
- Visit Finlandin My Stay (myöhemmin DataHub) palvelussa kohteiden näkyvyys

- Kohteiden näkyvyys Visit Häme sivuilla
- Ulkomaan benchmarking matka alueen kulttuuritoimijoille
- Hankkeen yhteistyössä Hämeenlinnan kaupungin kanssa järjestämän Ilmiö - kulttuuriseminaarin siirtäminen huhtikuulta marraskuulle 2020
- Osallistuminen messuille (esim. Matkamessut, Supermessut, ITB Berlin 2020)

Edellä mainittujen syiden vuoksi VIKKE-hankkeelle haettiin kesäkuussa 2020 jatkoaikaa 30.6.2021 loppuun, jotta hankesuunnitelman mukaiset toimenpiteet voitiin toteuttaa. Rahoittaja hyväksyi 14.8.2020 hankkeen jatkoajan.

Toimenpiteitä fokuoitiin toisella tavalla, keskittyen pääasiallisesti sisällöntuotantoon. Kuten markkinointiin, blogien kirjoittamiseen kulttuurikohteista, kuvien ottamiseen kohteiden ulkoalueista ja niiden lisäämiseen avoimelle kuvapankkialustalle (Flickr) kaikkien toimijoiden saataville. Valmennukset siirrettiin rajoitteiden myötä verkkovalmennuksiksi. Hologrammilasin pilotointeja järjestettiin rajoitteet huomioiden ja pidennettiin pilotointijaksoja kulttuurikohteissa suunniteltua pidemmiksi ajanjaksoiksi, jotta pilotoinneista saataisiin enemmän palautteita.

Hanke onnistui rajoitteista huolimatta järjestämään loputkin toimenpiteet ja toteuttamaan ne. Tässä auttoi hankkeen saama lisäaika. Koronaviruksen vuoksi hankkeen toimenpiteistä jäi toteuttamatta vain ulkomaan benchmarking matka kulttuuritoimijoille. Sekä 360videoiden editointi.

8. ULKOPUOLINEN RAHOITUS

Hankkeen ulkopuolinen rahoitus on toteutunut suunnitelmien mukaisesti ja suunnitellussa aikataulussa.

9. HANKKEEN ARVIOINTI

Hankkeen ohjausryhmä on kokoontunut kahdeksan kertaa hankkeen aikana (3.10.2018, 21.5.2019, 2.10.2019, 5.2.2020, 2.6.2020, 11.11.2020, 10.2.2021 ja 9.6.2021). Ohjausryhmä on keskustellut tehdyistä toimenpiteistä, hankkeen etenemisestä ja tulevista suunnitelmista tavoitteiden toteutumiseksi. Ohjausryhmässä on käsitelty muutoshakemusta koskien kustannuslajien välistä budjettien siirtoa. Tämän ohjausryhmä hyväksyi, mutta suunniteltua muutoshakemusta ei viety eteenpäin, sillä summat olivat lopulta niin pieniä, että muutoshakemuksen tekeminen ei olisi ollut järkevää. Asiasta keskusteltiin myös rahoittajan kanssa.

Ohjausryhmä totesi hankkeen onnistumisesta viimeisessä hankkeen ohjausryhmässä, että hankkeessa on tehty ja saatu paljon aikaan tuloksia. Ohjausryhmä piti hyvänä,

että tuloksille on jo mietitty ja toteutettukin jo jatkoa, jotta tulokset eivät jää hyödyntämättä hankkeen päätyttyä. Ohjausryhmä totesi, että hankkeessa on tehty juuri niitä asioita, joita on ollut tarkoitus tehdä.

Hankkeen sosiaalisen median kampanjoita, verkkosivuvierailuita sekä uutiskirjeiden dataa seurattiin säännöllisesti ja tehtiin toimenpiteitä, jotta informaatio saavuttaisi entistä enemmän kohderyhmää. Tätä työtä ja analysointia on tehty yhteistyössä Western Lakeland Kanta-Häme-hankkeen puitteissa. Visit Häme -sivujen kävijämäärät ovatkin kasvaneet tasaisesti. HAMKin blogiin on kirjoitettu juttu Visit Häme -sivuston kehittymisestä vuonna 2020, [Visit Häme verkkosivut ja somekanavat Kanta-Hämeen näkyvyyttä lisäämässä](#).

Hanketiimi on aikatauluttanut toimenpiteet, joita seurataan ja arvioidaan niiden toteutumista säännöllisillä palavereilla hanketiimin kesken (kerran viikossa). Pelikehityksen osalta jouduttiin karsimaan toteutuksia aikataulun ja aikaa vievän koodauksen vuoksi. Koronaviruksen vuoksi pilotoitien ja tapahtumien sekä valmennuksien järjestämistä jouduttiin perumaan ja siirtämään verkossa järjestettäväksi.

Lisäksi matkailualan hanketoimijoilla ja kehittäjillä on Kanta-Hämeessä säännölliset kokoukset, joissa keskustellaan toimenpiteistä, kehitysehdotuksista ja yhteistyöstä sekä vältetään näin päällekkäisten toimenpiteiden tekeminen. Tämä ryhmä kokoontuu kerran kuussa vaihtamaan kuulumisia ja pohtimaan yhteistyöpaikkoja. Näihin tapaamisiin VIKKE-hanke on osallistunut koko sen hankeajan.

Tarinatyöpajat, palaute

Hankkeen järjestämistä tarinatyöpajoista (6 kpl) alueen kulttuuritoimijoille ja -yrittäjille on kerätty palautteet. Kokonaisuudessaan työpajoja pidettiin hyvinä arvosanoin 4.4/5. Osallistujat pitivät työpajojen sisältöä erittäin mielenkiintoisena (4.6/5), hyödyllisinä (4.4/5) ja innostavina (4.2/5). Valmentajat olivat osallistujien mielestä ammattitaitoisia ja osaavia (4.4/5) ja käytetty materiaali oli hyvää (4.2/5). Järjestelyitä pidettiin erinomaisena ja oltiin tyytyväisiä työpajojen pitämiseen usealla eri paikkakunnalla Kanta-Hämeessä (4.8/5).

Tarinallistamisen valmennukset, palaute

24.10.2019 käynnistyi 8-osainen valmennuksien sarja, joissa tarinallisuuden hyödyntämistä markkinoinnissa, palvelumuotoilussa ja tuotteistamisessa sekä hinnoittelussa on koulutettu alueen kulttuuritoimijoille. Suurin osa valmennuksista sijoittui 1.1.-30.6.2020 väliselle toimintakaudelle. Valmennussarjan palautteiden yhteenvetona valmennuspäivien sisältöjä pidettiin erittäin hyvinä (4,1/5). Osallistujat kokivat oman toimintansa saavan hyvin hyötyä valmennuksista (3,8/5). Valmentajien ammattitaitoa ja osaamista pidettiin erinomaisena (4,5/5), kuten myös valmennuksien järjestelyitäkin (4,4/5). Valmennuksien sisällöt saivat osallistujat tutustumaan myöhemmin aihepiiriin omalla ajallaan hyvin (3,8/5). Yleinen arvosana valmennussarjalle oli erinomainen (4,1/5).

Desingmuseo Zappar pilotointi, palaute

littalan museon ja lasitehtaan digitaalisesta museopilotista (kesä 2019) kerättiin palautetta sekä kirjallisesti että suullisesti museokävijöiltä. Pilotissa pelikehittäjä toteutti yhdessä muotoilun opiskelijoiden kanssa littalan Design museoon ”Muistojen kujan”. Tässä littalan lasinpuhaltajien tarinoita tuotiin esille printtien ja digitaalisten toteutusten avulla. Digitaalisina toteutuksina oli mm. AR sisällöt, joita on mahdollista katsoa käyttäjän omalla mobiililaitteella Zappar -sovelluksella.

Pilottia pidettiin mielenkiintoisena ja toimivana erityisesti nuorempien vierailijoiden keskuudessa. Joillakin käyttäjillä oli teknisiä ongelmia laitteiden kanssa. Pilotin raportti on luettavissa hankkeen sivuilta <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/12/littalan-Museo.pdf>.

VIKKE-sovellus pilotointi, palaute

VIKKE pelin pilotointi aloitettiin huhtikuussa 2020, mutta sen pilotointi jatkui kuluneelle toimintakaudelle. Lisäksi peliä pilotoitiin Pyy Peltosen opinnäytteessä ja siitä kerättiin käyttäjien palautetta. Palautteita saatiin yhteensä 9 kpl. Valtaosa vastaajista on yli 60-vuotiaita, naisia (67 %). Sovelluksen ideaa pidettiin hyvänä. Käyttökokemus oli hyvin helppoa tai helppoa. Yksimielisesti (100 %) vastaajat pitivät tarinoita mielenkiintoisina. Suurimman osan mielestä (78 %) mobiilipeli ja tarinat houkuttelevat vierailemaan kulttuurikohteissa. 78 % piti tehtäviä mielenkiintoisina, 11 %:a vastaajista olivat toista mieltä ja loput eivät osanneet sanoa mielipidettään kysymykseen. Valtaosan vastaajien (89 %) mielestä sovellus tuo käyttäjille lisäarvoa. Muina kehittämisideoina erityisesti ääniohjausta on pilotointien myötä toivottu sovellukseen sekä ulkoasuun on toivottu raikkaampaa ilmettä.

Hologrammilasi pilotointi, palaute

Hankkeen aikana hologrammilasi pilotoitiin kolmessa eri kulttuurikohteessa. Ensimmäinen pilotointi oli Kansallismuseoon kuuluvassa Hämeen linnassa syyslokomaviikolla 2020. Toinen pilotointi oli Suomen lasimuseolla Riihimäellä maaliskuussa 2021 ja kolmas pilotointi pidettiin Desingmuseo littalassa touko-kesäkuussa 2021. Kaikkien pilotointien vastauksien (vastauksia 18 kpl) yhteenvedon enemmistön mukaan hologrammilasi koettiin positiivisesti. Elämystä pidettiin hienona ja sisältöjä taidokkaasti tehtyinä (78 %:a vastauksista). Toisaalta elämukseen toivottiin isompaa lasia, enemmän sisältöjä ja myös käsin kosketeltavaa 3D mallia. Edelliset huomiot ehkä vaikuttivat siihen, että vain hieman yli puolet (67 %) vastaajista pitivät sisältöjä mielenkiintoisina. Suurimman osalle (83 %) lasi ei ollut entuudestaan tuttu teknologia. Siitä huolimatta lasin käyttöä pidettiin helppona (78 %).

Sidosryhmille tehdyn palautekyselyn yhteenveto

Tämä kysely lähetettiin hankkeen toiminnassa eniten mukana olleille organisaatioille (kunnat, yritykset, yhdistykset, säätiöt jne.), jotta vastaukset ja niiden yhteenveto hankkeen onnistumisesta olisivat mahdollisimman luotettavia. Kysely lähetettiin yhteensä 97 vastaanottajalle. Siihen vastasi 25 eri toimijaa vastausprosentin ollen näin melko alhainen, noin 26 %:a, vaikka palautekyselystä tehtiin useampi muistutus vastaanottajille. Syynä alhaiselle vastausprosentille lienevät olleen yleisestekin kyselyihin vastaamisen alhainen

osallistumisinnostus, toimijoiden kiireinen kevät sekä suuret määrät sähköpostia. Tätä lisännee Covid-19 johtuva digitaalisuuden merkityksen kasvaminen.

Hanke sai yleisesti hyvät arvostelut sen hyödyllisyydestä ja onnistumisesta. Vastaajista 76 %:n mielestä hankkeen toimenpiteet olivat hänelle hyödyllisiä (24 %:a ei osannut sanoa) ja tulokset konkreettisia (kyllä 76 %, ei 8 %, ei osaa sanoa 16 %). Palautteissa nousi esille hyvät valmennukset ja niitä edelleen toivottiin lisää. Myös hankkeen myötä alkanutta yhteistyön toivottiin jatkuvan ja toivottiin alueelle myös uusia vastaavia kulttuurialan toimijoille suunnattuja hankkeita.

Palautteessa tiedusteltiin Flickr-kuvapankin käytöstä. Lähes kaikille vastaajista (96 %) kuvapankki palvelu oli tuttu ja valtaosa piti tätä hyödyllisenä työkaluna (64 %) omassa toiminnassaan. Toisaalta vain 44 %:a vastaajista oli käyttänyt kuvapankin kuvia toiminnassaan.

Kyselyssä tiedusteltiin myös VIKKE-hankeessa kehitettyjen Visit Häme sivustojen sisältöjä. 72 %:lla vastaajista on tiedot esillä Visit Häme sivuilla. Valtaosan (72 %) mielestä Visit Häme - sivusto on kulttuurikohteiden näkyvyyden kannalta tärkeä kanava (lopun 28 %:a ei osannut sanoa kantaansa). Suurin osa (84 %) oli sitä mieltä, että kulttuurikohteet ovat hyvin sivustolla esillä (lopun 16 %:a ei osannut sanoa kantaansa).

Hankkeen puitteissa kehitetyn VIKKE-sovelluspilotin ideaa pidettiin pääasiallisesti hyvänä (kyllä 68 %, ei 8 %, ei osaa sanoa 24 %). Noin puolet vastaajista (52 %) olivat myös sitä mieltä, että pilottia tulisi kehittää eteenpäin toimivammaksi ja toivottiin, että tätä mahdollisuutta markkinoitaisiin aktiivisemmin. Erityisesti pelin ulkoasu sai paljon palautetta, johon toivottiin paljon parannuksia. Parannuksia toivottiin myös pelin toiminnallisuuksiin. Tarinoita pidettiin mielenkiintoisina, mutta osittain myös liian pitkinä.

Loppuyhteenveto

Hanke on palautteiden ja hanketiimin oman arvion mukaan onnistunut erinomaisesti hankesuunnitelman mukaisten toimenpiteiden toteuttamisessa. Tavoitteet on saavutettu toimenpiteiden osilta täysimääräisesti ja hankkeelle myönnetty budjetti on käytetty kokonaisuudessaan kulttuurialan ja matkailun toimintojen kehittämiseen. Joitakin numeerisia tavoitteita jäi saavuttamatta, sillä valtaosa kulttuurialalla toimivista tahoista ovat yhdistyksiä tai kuuluvat kuntien alle. Näin ollen kulttuurialalla toimivien yritysten määrä, jotka olisi voinut raportoida indikaattoreissa, jäi tavoitetason alle. Tämä seikka olisi ollut hyvä huomioida jo hankehakemuksen vaiheessa. Muuten hankkeeseen ja sen eri toimenpiteisiin osallistui erittäin suuri joukko kulttuurialalla toimivia organisaatioita.

Hanke on selviytynyt siitä kohdanneista haasteista erinomaisesti reagoimalla nopeasti, kuten henkilöstövaihdoista sekä Covid-19 aiheuttamista rajoituksista. Tilanteet ovat vaatineet fokuksen muuttamista ja ajoittamista kuitenkin tehden asioita hankesuunnitelman mukaisesti. Rahoittajalta saatu jatkoaika hankkeen toteuttamiseen oli välttämätöntä Covid-19 tuomien rajoitusten vuoksi.

Kokonaisuudessaan voidaan sanoa, että hanke on ollut onnistunut. Sen tulokset jäävät elämään ja hankkeen myötä aloitettua yhteistyötä pyritään jatkamaan muiden hankkeiden myötä myös tulevaisuudessa ja kehittämään edelleen kulttuurialan toimintaa Kanta-Hämeessä uusien hankkeiden myötä todettuihin kehittämistarpeisiin ja -toiveisiin.

Tampereella 8.10.2021

Allekirjoitus



Heidi Kerkola
projektipäällikkö