

Kulttuurin, liikunnan, matkailun ja viestinnän alojen yhteisstrategia aluekehityksen ja työllisyyden edistämiseksi Keski-Pohjanmaalla v. 2015-2020



**KESKI-POHJANMAAN LIITTO**  
MELLERSTA ÖSTERBOTTENS FÖRBUND



**26.11.2015**

Keski-Pohjanmaan liitto/Anne Sormunen



## Keski-Pohjanmaan kulttuurin, liikunnan, matkailun ja viestinnän alojen yhteisstrategia aluekehityksen ja työllisyyden edistämiseksi.

Keski-Pohjanmaan vetovoima/elinvoimastrategia yhdistää aluekehitysnäkökulmasta kulttuuri, liikunta, matkailu ja viestintästrategiat, jotka kaikki ovat päättymässä kausilla 2014-2015. Kulttuuri ja liikunta on huomioitu hyvinvointiin vaikuttavina aloina Keski-Pohjanmaan hyvinvointistrategiassa ja sen toteuttamisohjelmassa 2012-2015. Keski-Pohjanmaan työllisyyskatsaus on valmistunut vuonna 2014.

Tavoitteena on tunnistaa ja määritellä palvelusektorin ja luovan talouden kasvumahdollisuuksia ja kehittymistä pidemmällä aikavälillä, esimerkiksi v. 2020-2025 saakka. Painopisteenä on laadullinen selvitys. Tausta-analyysiin tarvitaan resursseja.

Strategiassa halutaan huomioida kuntien, yritysten ja järjestöjen näkökulmat. Strategialla on yhteys Keplin liikuntastrategian jalkauttamiseen Keski-Pohjanmaan kunnissa. Strategialla on yhteys Meri-Kokkolan, Kokkolan kaupungin ja rannikon strategiatyöhön sekä Kosekin aluemarkkinointi- ja matkailustrategiaan. Strategiatyön kautta pyritään myös vahvistamaan Keski-Pohjanmaan viestinnällisiä ja edunvalvonnallisia tavoitteita sekä lisäämään kansalaislähtöistä yhteistyötä.





## Aluekehittämisen tavoitteet strategioiden yhdistäjänä

*Aluekehittäminen perustuu maakunnan tahtoon eli eri toimijoiden kanssa yhdessä luotuihin strategioihin ja ohjelmiin.*

*Näiden pohjalta valikoituu toimenpiteitä, joilla parannetaan maakunnan kilpailukykyä, sekä väestön hyvinvointia ja osaamista.*

### Aluekehityslainsäädäntö 2014 ,4§ Alueiden kehittämisen tavoitteet

Alueiden kehittämisen tavoitteena on:

- 1) vahvistaa alueiden tasapainoista kehittymistä sekä **kansallista ja kansainvälistä kilpailukykyä**;
- 2) vahvistaa ja monipuolistaa kestäväällä tavalla alueiden **elinkeinorakennetta** sekä edistää taloudellista tasapainoa;
- 3) edistää kestäväää **työllisyyttä** sekä väestön **osaamista**, yhtäläisiä mahdollisuuksia ja sosiaalista osallisuutta;
- 4) vähentää **alueiden välisiä ja sisäisiä kehityseroja** ja kannustaa käytettävissä olevien voimavarojen täysimääräiseen käyttöön kestäväällä tavalla,
- 5) Parantaa alueiden omia vahvuuksia ja **erikoistumista** sekä **edistää niiden kulttuuria**;
- 6) Parantaa **elinympäristön** laatua ja kestäväää alue- ja yhdyskuntarakennetta.





## Ohjausryhmä ja työryhmät

Keski-Pohjanmaan kulttuurin ja luovan talouden yhteistyöryhmä on käsitellyt 28.10.2014 strategioiden yhdistämisen ja toimii strategian ohjausryhmänä. Ohjausryhmää on vahvistettu maakuntahallituksen 10.11.2014 päätöksen mukaisesti asiantuntijajäsenillä.

Kulttuurin työryhmä: Kristina Ahmas, Sampo Purontaus, Piia Isosaari, Antti Huntus, Kirsi Rasehorn, Sanna-Maija Kauppi, Anne Ruuttula-Vasari, Mika Väisälä, Pasi Ojala, Eino Laukka, Mika Virkkala, Kai Harju

Liikunnan työryhmä: Petri Harsunen, Annika Sillander, Anja Anias, Eija Kellokoski-Kari, Aija Järvenpää, Lotta Nyqvist

Matkailun työryhmä: Jaska Pensaari, Pirjo Palosaari-Penttilä, Kari Ilmonen, Iiris Niemonen, Sami Luoma, Essi Myllylä, Jennie Elfving

Alueviestinnän työryhmä: Jukka Ylikarjula, Jorma Uusitalo, Olli Rosenqvist, Jonne Sandberg, Juha Erkkilä, Airi Hakala, Päivi Korpisalo, Paula Erkkilä, Ilkka Rintala, Janna Räisänen

Valmistelu ja koordinointi: Anne Sormunen





## Nykytila-analyysin selvitykset

- Tilastot seurannan pohjana: rahoitusohjaus, työllisyys, lv ja yritysmäärät sisältöaloittain
- SWOT TEM Suomen matkailu 2014
- Suomen matkailun tiekartta TEM 2015-2025
- OKM ja keskeisten tahojen kulttuurin ja luovan talouden selvitykset
- Työryhmätyöskentely ja laadulliset ryhmähaastattelut/K-P kevät 2014 – syksy 2015
- Liikuntaa yhdessä läpi elämän -strategia 2014-2020, Kepli
- Yritys- ja yhdistyskartoitus strategia-aloille 2016 -, opinnäytetyömahdollisuuksia
- Matkailun kohderyhmäseuranta 2016-2017 ja tavoiteltujen kohderyhmien mediavalinnat ja markkinointisuunnittelu

*Alueellisen selvityksen laajuus suhteutettu käytössä olevien resurssien mukaan.*





## Aikataulu suunnitteluvaihe

28.10.2014 yhteisstrategian valmistelu, K-P kulttuurin ja luovan talouden yhteistyöryhmä

4.11.2014 valmistelukokous hyvinvointialat ja matkailukehitys, Kannus

10.11.2014 strategiatyön käynnistäminen, maakuntahallitus

11.11.2014 pohjalaismaakuntien kulttuurilautakuntien yhteiskokous ja kulttuuristrategiatyöpajat,  
Kaustinen

28.11.2014 aikataulu ja työsuunnitelma, K-P liitto

ti 20.1.2015 ohjausryhmän kokous





# Aikataulu selvitysvaihe

tammikuu 2015- liikunta-alan kartoituksen suunnittelu ja aikataulutus

tammikuu 2015- syksyn kulttuuristrategiatyöpajojen purku skenaarioiksi

tammikuu 2015 nykytila-analyysin osioiden määrittäminen

ma 2.2.2015 klo 13 työryhmien kokous: kohderyhmäkohtaiset palveluskkenaariot

Helmikuu 2015- kuntakohtaiset palvelukonseptit –kartoitus (ja kyläkortit Kokkolan maaseutustrategiasta)

Ma 16.3. klo 9 työryhmien kokous: työryhmäkohtainen valmistelu

Maalis-huhtikuu sisältöalojen valinta ja laadulliset ryhmähaastattelut

Toukokuu maakunnalliset kohderyhmät ja palveluskkenaariot esimerkiksi  
aktiiviliikkujien/lapsiperheiden/erityisryhmien-senioreiden K-P/hyvinvointimatkailijat





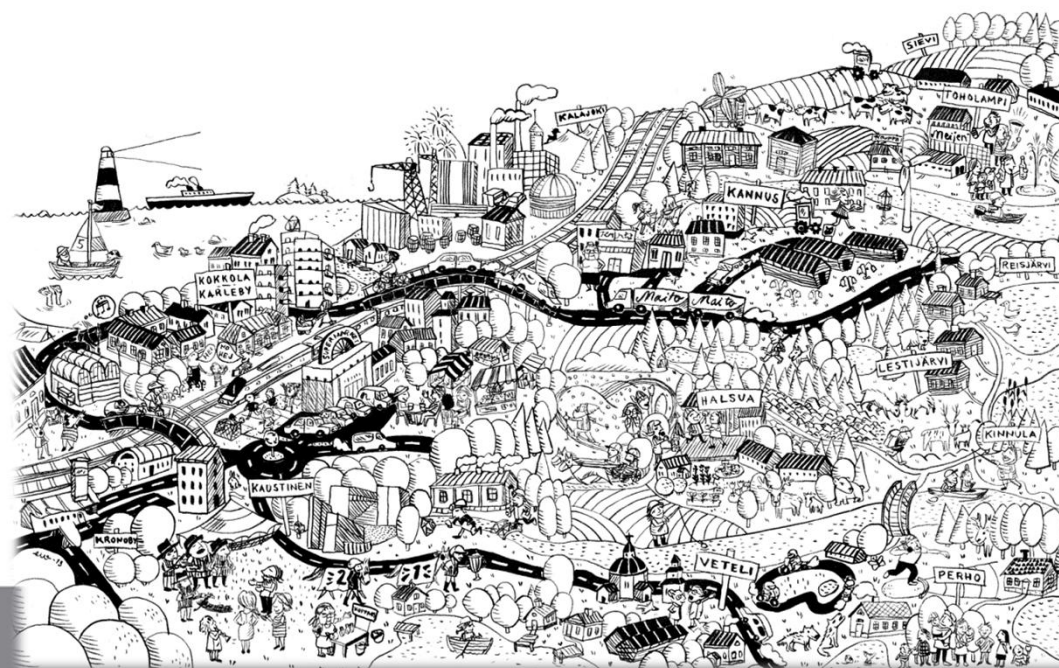
# Aikataulu strategiset valinnat

ti 19.5. klo 9 ohjausryhmä: 1)kohderyhmien ja skenaarioiden palveluiden valinta ja priorisointi; 2) elinkeinokehitystarpeen ja työllisyysvaikutuksien arviointi

Läpileikkaavan viestinnän (alue, kansallinen, kv) tavoitteet yhteisstrategian pohjalta

Ma 31.8. ohjausryhmä luonnoksen tarkennukset

Ma 21.9. strategialuonnos maakuntahallitus







## Aikataulu hyväksyntä

Ti 22.9.- pe 23.10. alueellinen kommenttikierros

Ma 26.- to 29.10 tarkennukset strategiaan

to 29.10. klo 13 kommenttien huomiointi ja strategiahyväksyntä ohjausryhmä

Ma 16.11. strategiahyväksyntä maakuntahallitus

Strategian kasvupotentiaalialojen huomiointi Keski-Pohjanmaan älykkään erikoistumisen strategiaan (vaikuttaa EU suorarahoitusmahdollisuuksiin)

To 26.11. strategiahyväksyntä maakuntavaltuusto





## Tuleva palvelutarjonta kohderyhmittäin

Vetovoima-strategian tavoitteena:

- 1) Strategian sisältöalojen kohderyhmien ja tulevien palveluiden valinta;
- 2) Elinkeino-/aluekehitystarpeen ja kasvupotentiaalin mukaisten työllisyysvaikutuksien arviointi valittujen kehityskohteiden osalta

Seuraavilla sivuilla hahmotelmat esimerkkikohderyhmille suunnattavasta palvelutarjonnasta sekä alueviestinnän skenaariopohja.

Valitut kohderyhmät:

- Hyvinvointimatkailijat
- Aktiiviliikkujat
- Lapsiperheet
- Seniorit ja erityisryhmät
- Kansainväliset businessmatkailijat (alueen elinkeinoelämän markkina-alueiden pohjalta)





Hyvinvointipalvelut, perinehoidot..  
Hyvinvointipaketit, kauneushoidot,  
kylpylät  
Millaisen osaamisperinteen kautta  
palvelut syntyneet, miten osaamista  
ylläpidetään ja kehitetään  
monialaisesti  
Terveysteknologia kuntoilussa ja  
kuntoutuksessa  
Ravintola ja majoituspalvelut  
Lähiaruoka ja luomutuotanto  
Maaseudun hyvinvointilomat

Matkailukohteiden vahvistaminen  
Kulttuuritapahtumat ja -tilat,  
konsertit, K-P kamariorkesteri,  
Guardia Nueva, Talviharmonikka,  
Kaustinen Folk Music Festival,  
Kansanlääkintäkeskus, eräkohteet,  
Hiljainen K-P äänimaisema,  
Kemora, nähtävyydet, Tankar,  
rannikon Venetsialaiset

Liikenneyhteydet, majoituspalvelut,  
ostoskeskittymät...

Kevyen liikenteen väylien  
kunnossapito ja kehittäminen

Liikunta- ja kulttuuritilat kuten esim.  
konserttitalit, tanssilavat ja  
uimahallit monipuolisessa käytössä

**Hyvinvointimatka-  
ilijan K-P**

Genius loci, historia- ja  
perinnetiedot, museotoimen  
palvelut, karttapalvelut..  
Mobiilisovellus matkailu, hyvinvointi  
ja liikuntapalveluista ja -reiteistä  
Kulttuurireitit isovihan  
jälkimainingeissa?  
Omatoimisuuden mahdollistaminen  
teknologialla  
Kulttuuria käsittelevä tutkimustyö ja  
sen hyödyntäminen

Käsityömatkailu  
Hoivamusiikki, musiikkiterapia  
Muusikoiden välityspalvelu  
Uudet konseptit:  
Tanssikonsertit, lavatanssikurssit  
7-sillan/Neristan pyöräily  
Rajaseudun saluunan  
lännenkulttuuria, -majoitusta ja -  
ratsastusta  
Koskenlaskua ja tukinuittoa





Ulkoilureittien hyödyntäminen, tarinareitistöt/kulttuurikuntaa, hiihto, pyöräily, potkukelkkailu, koira- ja ratsastusreitit, ajoradat, melonta-, vesireitit, geokätköily, ranta- ja eräreitit lumikenkäfrisbeegolf, suokenkäily ja suopallopelit, välinevuokraukset  
Maakunnan liikuntapalvelut, -paikat ja reitistöt [www.mobiili](http://www.mobiili) sovellukseksi (yhteys majoituspalveluihin); liikunnan genius loci, teknologioiden hyödyntäminen omatoimisille

Urheilu, seuratoiminta... Keplin, järjestöjen ja kuntien liikuntastrategiatyö  
Liikuntakasvatus – koulu-koti – yhteistyö, vanhemmat ohjaajina, Liikkumattomuuden alueellinen hoito-ohjelma (TK, liikuntatoimi, yhdistykset, Kepli), varhaisen puuttumisen malli  
Ammatillistumisen ja elinkeinotoiminnan kehittämisen ei pidä köyhdyttää harrastamista

Turvallinen, puhdas, hiljainen luontoympäristö  
Kalastus, metsästys, sienestys, marjastus  
Erämaatuotteet, peura/petobongaus, peuranlaskentakilpailut

### Aktiiviliikkujan K-P

Liikuntatapahtumat: maakuntaviesti, CityRun, Talvitanssit, urheiluseurojen peli/lajitapahtumat, tanssikurssit, hiekkafutis  
Uudet tapahtumakonseptit; poikkeukselliset taiteen ja liikunnan yhdistelmät;  
Jääkansantanssit, tarinapyöräilyt, lounasdiscot ja –joogat, hiihtäen kulttuuritapahtumiin kuten harmonikkahiihto, hiihtotapahtumien kehittäminen keskustoissa  
Liikkuvat työmatkalaiset  
Tapahtumien webcasting penkkiurheilijoille

Rakennetun liikuntaympäristön, liikunta- ja urheilutilojen, taukotupien/retkipaikkojen ja majoituskapasiteetin aktiivinen kehittäminen

Liikuntamatkailumaakunnan kehittäminen, kuntien liikuntavastaavien yhteistyö, yritykset ja yhdistykset

Lajitapahtumat: amatööriurheilu, pesäpalloleirit, triathlon, agility, jäätanssit ja kv-tasolle markkinointi

TYKY-päivätarjonta





Luontoreitit, kohteet kuten uimahallit, Elba Kälviän Kotieläinuisto, Jukujukumaa, Vesiveijari, HopLop, merenrannat/uintipaikat/ nuorten harrastukset/ Skeittiradat/ elämyspuisto Kalajoella

Maaseutumarkkinointi – matkailevat lapsiperheet tulevat kaupunkiympäristöistä – palveluiden kehitysmahdollisuuksien turvaaminen maaseutualueilla

Lähiympäristö, asuin ympäristön palvelusuunnittelu, kaavoitus, kyläkoulujen käyttö

Sujuva/toiminnallinen arki: koulun ja kodin yhteistyö ja iltapäiväkerhotoiminnan lisääminen (pilottihankemahdollisuuksia maakuntaan) Kesäajan perheharrastustoiminta, vanheipainkerhot, tiedon kulku netti/QR-koodi(?): liikuntapaikat ja puistot Potkua perheeseen - liikuntakampanjat

Teatteri, tapahtumat, harrastustarjonta,... yhteisöllinen kokeminen esim Näppärit ja leiritoiminta nuorille suunnatut konsertit Alueen majoituksessa lapsille /perheille erityistarjoukset - pakettitarjoukset/ Perheliput ja perhekannustimet Kuljetukset tapahtumiin turvattu, tasavertaista saavutettavuutta kuten kiertueita edistettävä

**Lapsiperheen K-P**

Lasten ja nuorten osallisuus: Edunvalvonta&hyvinvointipalvelut korkean syntyvyyden alueella Eri sukupolvien yhteistyömalilt Perheen yhteisen harrastamisen olosuhteet

Urheilu, seura- ja yhdistystoiminta... liikunta- ja harrastusmahdollisuudet Aikuisten ohjauksaika ja osuus III-sektorille talkootyön tärkeää: merkitys/talkoosteet/positiivinen talkoo-osallisuus -kampanjat

Taiteen perusopetus (rahoitusta karsittu vs korvaavat resurssit): musiikki, kuvaamataito, sanataide ja tanssi/ilmaisutaide Lasten yliopisto (lauantaisin tiede, avaruus yms teemat) Kulttuurin kasvattaminen esim. kokemuksellista ja elämyksellistä oppimista: tarinat, visualisointi, musiikki, kirjastojen rooli esim satutunnit ja it-opetus, Keskiäikapäivät ja -ruoka, Snellman – patsaan yhteyteen; ihmisten elämää esim Hagströmin nahkatehtaan työntekijän perhe-elämän kokeminen, purjehdus ja puuveneenrakennusosaamista Halkokarissa



Esteettömät luontoreitistöt ja liikuntapaikat (palvelee senioreita, erityisryhmiä ja lapsiperheitä / yhdistävä asia suunnittelussa)  
Seniorit ja lapsiperheet yhdessä palvelukartassa, kun matkailu ja vapaa-aika vietetään eri sukupolvet yhdessä  
Keski-Pohjanmaalla ei korkeuseroja – helppo liikkuminen

Liikuntaharrastusmahdollisuudet esim Kitinkankaan liikunta ja hyvinvointipalvelut tuotteistettuina esim erityisryhmistä neurologiset kuntoutusryhmät, kv-asiakasryhmät Venäjältä

Seniorit voimavarana esim kulttuuriperinnön tarinallistaminen 'tarinatabletit, -teltat – muistojen ja tapahtumien tallennus jälkipolville' Yleisöyhteistyötä mm opiskelijoiden musiikkituokioita vanhainkodeissa, sairaalassa...  
Osallistavan kulttuuritoiminnan lisääminen  
Erityisryhmien taiteen perusopetus Kansanopistojen ja yhdistysten tarjonta

**Seniorien ja erityisryhmien K-P**

Turvalliset liikuntalajit: tasamaahiihto, potkukelkkailu  
Hyvinvointiteknologiasovellukset kehityskohteena  
Virtuaaliliikuntaa ja älyllistä aktivointia, virtuaalinen kaupunkisuunnistus  
Etäyhteyksien, etäohjauksen/seurannan ja etäsisältöjen kehittyminen

Sote-kulttuuriyhteistyön syventäminen; kulttuurista hyvinvointia –toimenpiteet ja ennakoivat toimintatavat esim kulttuuriseteli  
Matalan kynnyksen saavutettavat kulttuuripalvelut, kulttuurinen seniorityö, kirjastojen opastus tietotekniikkaan, kotipalvelun rooli Seniorien osallisuus suunnittelussa, päätöksenteossa ja toteutuksessa





Eksoottiset luontoreitistöt  
(puhdas, hiljainen ja turvallinen luontoympäristö; runsas eläinkanta, erämaatuotteet, Metsäpeuranmaa, hevosala)

Vesistöjen saavutettavuus  
Palvelut purjehtijoille ja saaristomatkailijoille: Ohtakari, 7-sillan saaristo, jokilaaksot, Tankar Korpelan pato ja sen äänimaisema

Kulttuuritapahtumat ja -tilat, nähtävyydet  
Lähi- ja perinneruoka  
Design ja alueen oma tuotanto  
Teollisen muotoilun osaamista  
Historia- ja tarinareitistöt

Runsaat ja tasokkaat vapaa-ajan liikuntaharrastusmahdollisuudet ja hyvinvointipalvelut määritettävä ja markkinoitava tälle kohderyhmälle erillisesti.  
Kohderyhmätarkennos – mistä maista tulevat tärkeimmät kv-matkailijat (viestinnän kohdistaminen), näiden kiinnostuksen kohteet? Harrastematikailijat. Alueen kv-taustaisten kielitaito, kontaktit ja kulttuurituntemus käyttöön.

**Kansainvälisen business-matkailijan K-P**

Tasokas majoitus ja ruoka  
Toimiva palveluympäristö ja oivaltavat palvelutuotteet

Ylimaakunnallinen yhteistyö

**Synkronointi TEM matkailutiekartan mukaan**

**VisitFinland yhteistyö**

(Sisältöjä: musiikki, tapahtumat, tanssi, teatteri, ITE-taide, AV-tuotannot, hevosala, kalastus, historiapaikkatieto, perinneosaaminen ja -hoidot, harrastaminen, ruokakulttuuri, koulutukset, kurssit ja leirit, yhteisöt...)

Joustavat kulkuyhteydet kansainvälisesti ja maakunnan alueella turvattu (tiestö, juna- ja lentoliikenne)

Yhteistyö yritysten ja kulttuuri/matkailu/liikuntatarjonnan sekä alueviestinnän (selkeä ja erottuva profiili) osalta

Aluekehityksen suurhankkeille kv-viestintää vapaa-ajan aluepalveluista

*Keski-Pohjanmaa on kansainvälisen kaupan satama, jonka kilpailukyky rakentuu logististen yhteyksien, vahvan teollisuuden, yrittäjyyden ja luonnonvarojen varaan. (Keski-Pohjanmaan kansainvälisyysstrategia 2013)*





*'Keskipohjalaisuus on ihmisten itsensä luoma käsite, sitä ei hallintorajat sido. Alueidentiteetti on edellytys yhteistyölle; sidoselementti.'*

*'Keskipohjalaiset gallialaisina: työtä ja hyvinvointia'*

**Kv- ja kansallinen taso:**

- Matkailun kehittämissuunnitelma:
- Palveluportfolion luonti eri sisältösektorien yhteistyönä
- Mistä kv-matkailijat tulevat – kohderyhmäselvitys ja vastaavasti kielipalvelujen kehittäminen (su, ru, en, sa)
- Matkailututkimusten aktiivinen hyödyntäminen
- Tuotteistaminen eri kohderyhmille (elämäntyyli, harrastajaryhmät)

**Aluebrändi: yhteinen teema ja markkinointiyhteistyö, yhtenäinen aluemieliokuva**  
**Alueidentiteetti sidoselementtinä**  
 Tutkimustiedon hyödyntäminen ja jakaminen (alueellisen tilastoyhteistyön tehostaminen), TKI:n rooli kaikissa kohderyhmissä  
**Edunvalvonnan tavoitteita:**  
 KIP teollisuus ja infra, kv-kaupan yhteydet

**Suurtapahtumia ja tuotantoja:**  
**Elokuva-AV-alan ehdotukset:**  
 elokuvakomissiotoiminta ja pohjoismainen yhteistyö Arctic Image; käsikirjoitusresidenssi.  
 Tapahtumien verkkolähetys erityisryhmille, esim. konsertit ja liikuntatapahtumat vanhuksille ja kouluihin maakuntaverkon kautta.  
 Teatteri- ja musiikkiproduktiot.

**Alueviestinnän K-P**

**Alueviestinnän kanavat:**

Maakunnan internet sivustot yhteen, mobiilit portaalit, some  
 Tapahtumien yhteisviestintä  
 Yritysten ja yhteisöjen viestintä  
 Alueidentiteetin ja kulttuurituntemuksen lisääminen; tunne oma maakuntasi, kulttuuripassi  
 Jatulit, kulttuurijulkaisut  
 Kirjallisuus, historiikit  
 Genius loci matkailutuotteina  
 Maakunnan liikunta- jakulttuuripalvelut ja reitistöt www/mobiili sovellukseksi (yhteys majoituspalveluihin) ja QR-koodien käyttö tiedottamisessa esim Kokkolan Purjeella

**Kansalaistoiminnan K-P:**  
eViljo

Kansalaisvaikuttamisen kanavat  
 Paikallistapahtumat  
 Kökkä/talkooperinne  
 Yhteisöllisyys (Yhdistysten ja yhteisöjen strateginen kehittäminen; vaikuttavuus ja rooli; vapaaehtoistoiminnan reformi; byrokratian vastaisuus; nuorten tavat yhteisöllisyyteen)  
 Kansalaislähtöinen kehittäminen  
 Mestarit esiin –kampanja, mestaripelimannipeli jne.  
 FaktaxFiktio-viestintää esim Sydämen paikat, estetiikan huomiointi

*Tunnettuus heikkoa – erottautuvan brändin luominen vapaasti mahdollista;*  
**meri, erämaa ja kulttuuri**  
*Osaaminen ja menestys esille;*  
*urheilijat ja taiteilijat alueviestintään mukaan;*  
*esteetön, musiikillinen, merellinen, aktiivinen, nuorekas, 3-kielinen, miellyttävän kuuloinen/akustisesti esteettinen, henkinen yhteisöllisyyttä, perinteitä, uskonnollisuutta, mystisyyttä, tarinoita,*  
*hiljainen, harmaa eminenssi;*  
*luomutuotannon maakunta – Biovalley;*  
*Meripohjolassa;*  
*Tapahtuma ja liikuntamaakunta;*  
*Lasten ja nuorten maakunta;*  
*Tasaisen maan strategia;*  
*Taivaallisia tavallisia lomia*





## Strategiset aluekehitysvalinnat ja työllisyysvaikutus

Päämäärät	Tavoite 2020	Toimenpiteet	Resurssitarve	Työllisyysvaikutus
<b>Kulttuuristrategia</b>	Palvelutarjontaa monipuolisesti eri ikäisille kohderyhmille	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palveluiden tuotteistaminen, uudet ja täydentävät palvelut</li> <li>• Toimintamallien luominen yritysten, yhteisöjen ja julkisen sektorin yhteistyölle</li> <li>• Kulttuurimarkkinoinnin kehittäminen</li> <li>• Kulttuurikoordinaattorin resursointi ja kuratointipalvelut</li> <li>• Kulttuurikalenteri ja/tai -portaali</li> <li>• Kulttuuri kytketään tiiviimmin sote-tuotantoalueen kehittämisrakenteen hyvinvointityöhön</li> </ul>	1-3 htv; 60.000 – 200.000€/v	3 htv (+2oto) + 5-10 yritystä/yhteisöä Kyliä ja yhdistysten tarjonta
Hyvinvointia ja hyvää arkea	Kulttuurinen kotouttaminen, yleisökasvatus ja osallisuus lisääntyy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vapaaehtoistoiminnan muotojen kehittäminen ja monipuolistaminen</li> <li>• Keski-Pohjanmaan yhdistysstrategia</li> <li>• eViljo ja Genius loci -tietopaikkojen viestintä ja kehittäminen</li> </ul>	10-50 oto 50.000€/v 1-2 htv; 5-15 oto	2 htv
Kansalaisvoimaa	Hyvinvointia kulttuurista – osaamisen hyödyntäminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vapaaehtoistoiminnan muotojen kehittäminen ja monipuolistaminen</li> <li>• Keski-Pohjanmaan yhdistysstrategia</li> <li>• eViljo ja Genius loci -tietopaikkojen viestintä ja kehittäminen</li> </ul>	2-10.000€/v alustat 2htv; 10-20 oto	2 htv
Kulttuuri käy työstä	Paikallisuus, kulttuuriperinne ja alueen ominaispiirteet esille	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vapaaehtoistoiminnan muotojen kehittäminen ja monipuolistaminen</li> <li>• Keski-Pohjanmaan yhdistysstrategia</li> <li>• eViljo ja Genius loci -tietopaikkojen viestintä ja kehittäminen</li> <li>• Asukkaiden osallisuuden, erityisesti nuorten, aktivointi</li> <li>• Kulttuuri-identiteetin vahvistaminen keskipohjalaisuuteen</li> <li>• Kulttuurivoimavarojen tehokkaampi hyödyntäminen paikallisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti sekä kulttuurivaihto</li> <li>• Kulttuurialojen vetovoimaisen koulutuksen ja huippuosaamisen markkinointi</li> <li>• Taiteilijan urapolun tunnistaminen</li> <li>• Kulttuuriperinteen hyödyntäminen kehittämishankkeissa</li> <li>• Suurtahtumien/produktioiden palveluketjut</li> </ul>	2htv; 5-50 oto 10-50 oto eViljo , Genius loci tietopaikkoina	2 htv
	Alueen kulttuurihistoriatuntemuksen lisääminen		5-20 oto	
	Elämys- ja kulttuurisisältöjen kehittäminen		1-2htv	2 htv
	Luovan talouden ja palveluelinkeinojen kasvu		1htv; 20.000€/v	1 htv
			1htv; 1-10 oto 1-3htv	1 htv ( + taiteilijoina työllistyvät) 3 htv
			1-20htv	3-20 htv(suurtahtuman palveluketjut n 1-10 milj.€/20-200 hlö)

2015

2016

2020

11-36htv





## Strategiset aluekehitysvalinnat ja työllisyysvaikutus

Päämäärät	Tavoite 2020	Toimenpiteet	Resurssitarve	Työllisyysvaikutus
<p><b>Liikunta-strategia</b></p> <p>Liikuntaa yhdessä läpi elämän</p> <p>Liikkuvien ja menestyvien maakunta</p> <p>Tasamaan lajeja</p>	<p>Elinvoimainen seuratoiminta ja kasvatus tehtävän tukeminen</p> <p>Tilaa kansanliikkeille</p> <p>Liikuntastrateginen työ maakunnassa ja kunnissa</p> <p>Liikunta osana arkea ja koulupäivää</p> <p>Toimivat olosuhteet ja lajipuitteet harrastamiselle</p> <p>Esteettömiä liikuntareittejä</p> <p>Nuoren urheilijan urapolku</p> <p>Liikuntapalveluiden ja -tapahtumien tuotteistaminen</p> <p>Liikuntapalveluelinkeinojen kasvu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seuramentor ohjaajien tukena -hanke</li> <li>Aktivoidaan hyvinvoinnin kansanliikkeitä ja liikkeitä hyvinvointiin</li> <li>Liikkumattomuuden hoito-ohjelma sekä liikuntaneuvonnan palveluketjut sote -tuotantoalueella</li> <li>Liikuntareittien kartoitus (kunnostussopimukset, viestintä; genius loci -yhteys; Outdoors Finland West -hanke) ja luontoliikunnan aktivointi (ml. melonta, pyöräily, kelkkailu ja ratsastus -reitit ja -palvelut)</li> <li>Lajivalikoiman monipuolistaminen ja tukirakenteiden luonti</li> <li>K-P Urheiluakatemiatoiminta</li> <li>Liikuntatuottaja/-koordinaattori tapahtumayhteistyöhön (vetovoimaisuus, markkinointi, laadun kehittäminen, lajikokeilut, kärkitapahtumat)</li> <li>Liikunnan kautta työpaikkoja yhdessä kulttuurin ja matkailun palveluiden kanssa</li> </ul>	<p>3 htv x 3 v.; 250.000€</p> <p>1-2 htv + 20 oto; 250.000€/v</p> <p>Reittiopasteet, kartat myös internetissä 1 htv; 80.000€/v</p> <p>1-1,5 htv koordinaattori; 120.000€/v.</p> <p>1htv; 100.000€/v</p> <p>1-10 htv</p>	<p>3htv + 10 oto</p> <p>4htv + mahd yritysten ja yhdistysten palvelutarjonta kuten liikunta-apteekki, hyvinvointibussi 1htv + 10 oto + mahd 1-5 yritystä/yhteisöä</p> <p>1 htv +10 oto</p> <p>1 htv + 10 oto + 5-10 yritystä/yhteisöä</p> <p>1 htv</p> <p>1-10 htv</p>



8-22 htv





## Strategiset aluekehitysvalinnat ja työllisyysvaikutus

Päämäärät	Tavoite 2020	Toimenpiteet	Resurssitarve	Työllisyys-vaikutus	
<b>Matkailustrategia</b>	Palvelutuottajien ja matkailukehittäjien yhteistyön tiivistäminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Via Keski-Pohjanmaa ja Visit Kokkola –konseptit</li> <li>Visit Finland yhteistyö</li> <li>Suunnattu kv-markkinointi ja palvelut (su, ru, en, sa -kielet)</li> <li>Toimittajayhteistyö</li> <li>Sosiaalinen media työvälineenä</li> <li>Esitejaku liikkennesolmuihin ja huoltoasemille</li> <li>Luonto-, liikunta- ja kulttuurilomapaketit</li> <li>Kruunuhäiden pito Keski-Pohjanmaalla</li> <li>Genius loci –paikkatiedot ja muita mobiilisovelluksia</li> <li>Majoituskapasiteetin kehittäminen ja verkkokauppamyyni</li> <li>Päiväkävijöiden lisääminen tapahtumissa</li> <li>Paikallistapahtumien nosto, maakunnan matkailupassi</li> <li>liikunnalliset pyöräily, hiihto- yms siirtymäreitit tai taidebussilla tapahtumiin</li> <li>Kiertomatkatuotteita Tapahtumaloma.fi sivulle</li> <li>Sesongit: pääsiäinen, lintujen muutto, kesän saapuminen; kesä: festivaalit, tapahtumat; syys: Venetsialaiset, metsästys; talvi: tasaisen maan talviurheilua</li> </ul>	3 htv; 200.000€/v Majoitusinvestoinnit Juna ja bussireitit Lentoyhteydet 2-5 htv Matkailutoimittajien informointi ja kampanjat 1-2 oto ja 10.000€/v toimittajamatkat Kampanjat 1-10 htv; 10 – 30.000€/v. 2htv 1-5htv	3 htv (+2 oto) + 5-10 yritystä/yhteisöä	
Matkailuimagon ja –yhteistyön luominen	Matkailualan osaamisen nosto		2-5htv		
	Myyntiorganisaation ja yhteismarkkinoinnin kehittäminen				
	Matkailuimagon kirkastaminen ( <i>meri, metsät ja luovat pellot; henkinen alue susirajalla, pyhyyttä ja arktista; tarinoiden esiin nostaminen</i> )				1-10htv
Helppo tulla, jäädä ja palata	Matkailijaprofiilit/kohderyhmät harrastuksittain>ryhmämatkat esim. musiikkimatkoja saksalaisille ryhmille			5-15htv	5-15htv
Ei mitään erityistä - taivaallisia tavallisia lomia	Osallistavia kokemuksia			1-5htv	1-5htv
	Hyvinvointipalveluiden kansainvälistäminen				
Kulttuuri/liikunta/hyvinvointi/ luonto/business-tarjonta	Maakunnan sisäisen matkailun lisääminen				
	Metsästys, kalastus ja luontomatkailutuotteiden markkinointi ja sesonkien jatkaminen				
	Kulttuurijuurista business –ituja				

2015

2016

2020

13-45htv



## Strategiset aluekehitysvalinnat ja työllisyysvaikutus

Päämäärät	Tavoite 2020	Toimenpiteet	Resurssitarve	Työllisyys-vaikutus
<p><b>Alueviestintä</b></p> <p>Aluemarkkinointi yhteistyönä</p> <p>Keski-Pohjanmaan alueprofiili on selkeä ja erottuva</p> <p>Alueen matkailumagon vahvistaminen ja viestintä eri sektoreiden kautta</p> <p>Kansainvälisiä viestintävalmiuksia kehitetään</p> <p>Keski-Pohjanmaa on monikulttuurinen ja suvaitseva</p>	<p>Keski-Pohjanmaan mielikuvat vahvistuneet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Korkean tuottavuuden alue, joka on yrittävä, osaava ja kansainvälinen</li> <li>Kansainvälisen kaupan perinteistä jatkuvasti kehittyvä kansainvälisesti kilpailukykyinen ja verkottunut toimintaympäristö</li> <li>Kemiaa ja biotaloutta</li> <li>Business friendly environment</li> <li>Saavutettavissa oleva alue; helppo tulla, jäädä, lähteä ja palata</li> <li>Hiljainen puhdas luontoympäristö</li> <li>Tinkimättömän työn maine ja tunnettuus vahvistuu</li> <li>Itsensä kehittämislle kannustava ympäristö</li> <li>Kansan liikettä ja yhteisöllisyyttä: kulttuuria, liikuntaa ja tapahtumia</li> <li>Lasten ja nuorten maakunta, jossa palveluita eri ikäisille</li> <li>Turvallinen ja hyvinvoiva alue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alueviestintärakenteen luominen</li> <li>Halutun alueprofiiliin kirkastaminen eri kohderyhmille</li> <li>Infra ja yhteyksien edunvalvonta</li> <li>Viestintäsuunnitelman ylläpito: <ul style="list-style-type: none"> <li>matkailualan toimittajayhteistyö</li> <li>virtuaaliset oppimis- ja vuorovaikutusalustat myös yrittäjyyden ja luovan työn mahdollistajana</li> <li>sosiaalinen media uudenlaisen yhteisöllisyyden edistäjänä</li> <li>urheilijat, taiteilijat, yhdistykset ja yritykset markkinoinnissa mukana</li> <li>yritysten kv-markkina-alueille alueviestintää yhteistyönä</li> <li>Elokuvakomissiotoiminta</li> <li>Taiteilijaresidenssit (käsikirjoitustyöpajat)</li> <li>kansainvälisesti vaikuttavat keskipohjalaiset</li> <li>Tulevaisuusrahasto</li> </ul> </li> <li>Vähintään 5 suurtapahtumaa vuodessa</li> <li>Nuorten vaikuttavuus ja osallisuus yhteiskunnan jäsenenä huomioidaan päätöksenteossa</li> <li>Maakunnassa toimivat mediat ja muut organisaatiot keskipohjalaisen identiteetin vahvistajana sekä perinteiden ja historian välittäjinä</li> </ul>	<p>1-3 htv ja viestintäbudjetti: 100.000 – 200.000€/v aluemarkkinointiin</p> <p>1-2 oto ja 10.000€/v toimittajamatkat</p> <p>Virtuaaliset alustat ja sosiaalinen media työvälineinä; kehitys- ja käyttöbudjettiarvio 10.000-100.000€/v</p> <p>0,5 -2 htv/ 1-30 oto: nuorten palvelut ja projektit</p> <p>1htv / 2-10 oto</p> <p>1-3 htv 0,5-1htv 1-5 oto 1-2 htv + pääoma</p> <p>Tapahtuman ja elokuvan palveluketjut n. 1-10 milj/projekti</p> <p>1-20 oto</p>	<p>1-3 htv (+5-20 oto)</p> <p>1-2 oto ja jutut kv-toimittajille</p> <p>3-7 htv (+5-10 oto)</p> <p>0,5-2 htv</p> <p>1 htv</p> <p>1-3 htv 0,5-1htv 1-5 oto 1-2 htv + uusia työllisyysmahdollisuuksia</p> <p>1-20 oto</p>
	2015	2016		2020
				9-21 htv



Mittari	2015 tai viimeisin tieto	2020 tavoite	2025 tavoite, isäys vuoteen 2015
Työllisyys kulttuuri	336 (Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus 2013) 716 (Väestön työssäkäyntitilasto, Tilastokeskus 2013)	+11	+36
Työllisyys liikunta	290 (Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus 2013) 490 (Väestön työssäkäyntitilasto, Tilastokeskus 2013) 37 seuratoiminnan kehittämistyössä (Kepli 2015)	+8 50	+22
Työllisyys matkailu	765 (Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus 2013) 1086 (Väestön työssäkäyntitilasto, Tilastokeskus 2013)	+13	+45
Työllisyys muu luova talous: viestintä ja media	192 (Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, Tilastokeskus 2013) 328 (Väestön työssäkäyntitilasto, Tilastokeskus 2013)	+9	+21
Yritystoimipaikat	Kulttuurialan yritykset 167 (Tilastokeskus 2013) Liikunta-alan yritykset 179 (Tilastokeskus 2013) Matkailuyritykset 259 (Tilastokeskus 2013) Media-alan yritykset 90 (Tilastokeskus 2013)	Kulttuuri +7 Liikunta +5 Matkailu +3 Media +3	Kulttuuri +15 Liikunta +10 Matkailu +7 Media +7
Liikevaihto luovat alat ja matkailu	Matkailuala lv. 92 666 000€ ja (1000€/hlö): 121 (Tilastokeskus 2013) Media-ala lv. 22 271 000€ ja (1000€/hlö): 116 (Tilastokeskus 2013)		
Uudet palvelutuotteet	Vain lisäys seurantaan	+5	+10
Tapahtumat	Kulttuuritapahtumat 3 (2010 Finland Festivals)	+3 suur tapahtumaa/v	+5 suur tapahtumaa/v
Majoitusyöpymiset	167 144, yöpymisaste 0,6%; ulkomaisten osuus 19 086 (11%), joiden yöpymisaste 14,9% (Saapuneet vieraat ja yöpymiset majoitusliikkeissä, Tilastokeskus 2014) Keskihuonehinta 80,06€ (Majoitusliikkeiden kapasiteetti, Tilastokeskus 2014)	Lisäystä ulkomaalaisten osuuteen sekä talvimajoittajien lisääminen/sesonkitasaus	
Majoituskapasiteetti	Majoitusliikkeet 17 (Majoitusliikkeiden kapasiteetti, Tilastokeskus 2014) Huoneet 584, huonekäyttöaste 42,5% (Maj.liik. kapasiteetti, Tilastokeskus 2014)	+2 +100; 50%	+4 +170; 60%
Aluekehitysrahoitus EAKR	AktiVoi 785.000€ EAKR		
Rahoitus muut lähteet	Lisää liikettä MKR		



## Aikataulu toteuttamissuunnittelu ja viestintä

Kevät 2016:

Kunta- ja kansalaislähtöinen selvitys (paikkatietoon kytkeytyvä kysely ja Genius Loci; kylätason sisällöt, reitit, palvelut ja kehittämisideat)

Palveluideoiden ja toimenpiteiden tärkeysjärjestys sekä valittujen palveluelinkeinojen ja matkareittien kehittäminen (toimijat, yritykset ja yhdistykset yhteistyössä)

Yhteismarkkinointisuunnitelma

Strategiaseminaari: kehitysnäkymän tarkentaminen (kunnat, yrittäjät, kulttuuri-, liikunta- ja matkailutoimijat sekä viestintäala)

Keski-Pohjanmaan Hyvinvointifoorumi, teemana työllisyys ja turvallisuus, Toholampi kesäkuu 2016,

Syksy 2016:

Strategiasta toteuttamissuunnitelmaksi (vastuutahot, toimenpiteet, seuranta)

Verkostoyhteistyö toteutuksessa, logististen yhteyksien parantamisessa ja kansainvälisessä markkinoinnissa (lähimaakunnat/OKM/STM/TEM/Visit Finland)

Järjestöstrategia vireille (järjestöjen uusi rooli palvelujen tuottajana)

Kevät 2017:

Toteuttamissuunnitelman seuranta ja viestintä sekä yhteys maakuntaohjelmaan v. 2018-2020

