



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

**Taide- ja kulttuuriohjelmien tuotteistaminen  
pienyrittäjälle Israelissa**

*Virpi Väisänen*

Kulttuurituottaja (15 op)  
Arvioitavaksi jättämisaika 09/ 2014

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Kulttuurituottaja

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Virpi Väisänen	<b>Sivumäärä</b> 56 ja 22 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Taide- ja kulttuuriohjelmien tuotteistaminen pienyrittäjälle Israelissa	
<b>Ohjaava(t) opettaja(t)</b> Päivi Ruutiainen	
<b>Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja</b> David Hostel, David Habler	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää suomalaisten kiinnostuksen kohteita Israelin taide- ja kulttuuritarjonnassa sekä kartoittaa minkälaisille ohjelmasisällöille olisi kysyntää. Tutkimustulosten pohjalta kehitettiin ja tuotteistettiin monipuolisia ohjelmia taide- ja kulttuurimatkoille Israelissa. Opinnäytetyötä leimasi uudenlaisten monikulttuuristen taide- ja kulttuurimatkaohjelmien kehittäminen yhteistyössä työn tilaajan ja paikallisten luovien alojen toimijoiden kanssa sekä ohjelmien testaaminen käytännössä pilottimatkoilla Israelissa.</p> <p>Työn tilaaja oli David Hostel Tiberiaksessa, Israelissa. Hostellin omistaja David Habler tilasi kehittämistyön, koska hän haluaa uudistaa ja laajentaa liiketoimintaansa tarjoamalla erisältöisiä kulttuuriohjelmia kansainvälisille asiakkailleen.</p> <p>Tietoperustassa käsiteltiin kansainvälisiä kulttuurimatkailututkimuksia sekä matkailun trendejä, joita peilattiin saatuihin tutkimustuloksiin, jolta pohjalta rakennettiin kysyntää vastaavia kulttuuriohjelmisisältöjä matkatarjontaan.</p> <p>Tutkimusaineisto koottiin verkkokyselyllä, pilotoimalla, ryhmähaastatteluilla sekä havainnoimalla. Tutkimukset tuottivat hyödyllistä tietoa kulttuurimatkaohjelmien kehittämistyötä varten. Tutkimustuloksia evaluoitiin realistisesti arkijärjellä kiinnittäen huomio siihen, mikä toimii ja mitä tai ketä varten ja missä kontekstissa.</p> <p>Kehittämishankkeen aikana ilmeni, että paikallisten ihmisten aito kohtaaminen tavallisen arjen keskellä ja osallistuminen yhteiseen toimintaan heidän kanssaan koetaan yhdeksi tärkeimmistä tekijöistä matkoilla. Taidenäyttelyt ja muut kulttuuritapahtumat ovat myös suosittuja.</p> <p>Kehittämistyön tuloksena valmistui monikulttuurinen modulaarinen ohjelmapaletti, josta matkustajat voivat valita juuri heitä kiinnostavat kulttuurikohteet ja toiminnat. Kehittämistyön aikana syntyneitä ideoita voi mallintaa kulttuurimatkailuun myös muualla.</p> <p>Uudenlaisten taide- ja kulttuurimatkojen kysyntä on kulttuurimatkailun trenditutkimusten mukaan nousussa. Varsinkin luovan matkailun parissa voidaan nähdä laajoja mahdollisuuksia innovatiivisille yhteistyöhankkeille rajapinnoilla. Kulttuurituottajien ammattitaidolle ja osaamiselle on kysyntää kulttuurimatkojen kehittämisen kentällä.</p>	
<b>Asiasanat</b> Kulttuurimatkailu, Israelilainen kulttuuri, luova matkailu, matkailupalvelu	

# HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Name of the Degree Programme

### ABSTRACT

<b>Author</b> Virpi Väisänen	<b>Number of Pages</b> 56 + 22
<b>Title</b> Productisation of Art and Cultural Tours for A Small Business Owner in Israel	
<b>Supervisor(s)</b> Päivi Ruutiainen	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> David Hostel, David Habler	
<b>Abstract</b> <p>The objective of this thesis is to study which fields of arts and culture would interest the Finns in Israel and what kind of content would they appreciate in cultural tours. Based on the research results authentic and versatile cultural tour programs were developed and productised. The thesis features developing new kinds of multicultural artistic and cultural tours in co-operation with the commissioner and creative Israeli professionals. The programs were tested during two pilot tours in Israel.</p> <p>The study was commissioned by David Hostel in Tiberias, Israel. David Habler, the owner of the hostel is renewing and expanding his business activity by offering a variety of diverse cultural programs to his international customers.</p> <p>The base of knowledge is derived from earlier research of cultural tourism and studies of tourism trends. This knowledge is utilized in the research results of this thesis to understand how to customize the content of the cultural tours according to the actual demand.</p> <p>The approach of the research was qualitative and based on activity analyses. Online questionnaire, pilot tours, group interviews and empirical observation were methods used in this thesis. The methods produced valuable information for the development of the cultural tours. The research results were realistically evaluated asking what works, for whom or what purpose and in what context.</p> <p>The main result of this thesis indicates that interacting with the local people in the midst of their daily life is highly valued. Moreover visiting art exhibitions and cultural events is congenial.</p> <p>As a result of the developmental work, a multicultural program palette was created for travelers, allowing them to choose from the cultural activities they like. The ideas generated during the developmental work can be applied to the cultural travel industry anywhere.</p> <p>According to cultural tourism trend studies, the demand for new kinds of artistic cultural tours is on the rise. Particularly in the field of creative tourism there is extensive potential for innovative co-operation interface projects. The professional skills and knowledge of cultural producers are needed in developing cultural tourism.</p>	
<b>Keywords</b> Cultural tourism, Israeli culture, creative tourism, travel services	

## **SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	5
1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus	7
1.2 Tutkimusnäkökulman ja -menetelmien valinta	8
2 MITÄ KULTTUURIMATKAILU ON?	8
2.1. Kulttuurimatkailun trendit maailmalla	11
2.2 Israel monikulttuurisena matkakohteena	12
2.3 Israelin vahvuudet taide- ja kulttuurimatkakohteena	14
2.4 Israelin heikkoudet taide- ja kulttuurimatkakohteena	17
2.5 Kilpailutilanne taide- ja kulttuurimatka-alalla Israelissa	18
3 TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYYSIT	19
3.1 SWOT-analyysi David Hostellin liiketoiminnasta	20
3.2 Suomalaisten mielenkiinnon kohteet kulttuurimatkoilla Israelissa	21
3.2.1 Verkkokyselyn tulokset ja analyysi	22
3.3 Pilotoinnilla matkaohjelmat testiin	26
3.3.1 Palvelupolku asiakkaan näkökulmasta	28
3.4 Ryhmähaastattelut pilottimatkoilla	28
3.4.1 Matkalaisten kommentit ja kehitysehdotukset	29
3.5 Havainnointi pilottimatkoilla	32
3.5.1 Matkalaisten kokemukset ja tarpeet	32
4 UUDENLAISTEN MATKAOHJELMIEN RÄÄTÄLÖINTI	34
4.1 Modulaarinen ohjelmatarjonta - vapaus valita	35
4.2 Kehitettävien ohjelmasisältöjen valinta	36
4.3 Verkostojen rakentaminen	40
4.4 Markkinointi keskitettiin verkkoon	41
5 KEHITYSEHDOTUKSET	45
5.1 Ohjelmatarjonnan laajentaminen	46
5.2 Markkinoinnin ja myynnin tehostaminen	47
6 YHTEENVETO	48
6.1 Kehittämistyön onnistumisen arviointi	50
LÄHTEET	53
LIITTEET	57

## 1 JOHDANTO

Kulttuuri on integroitu matkailuun tietoisesti yhdistelmän synnyttämän synergian ja kasvumahdollisuuksien vuoksi jo 1980-luvulta lähtien. Kulttuurimatkailu on nykyään nopeimmin kasvava ala matkailualalla maailmanlaajuisesti. (The Impact of Culture on Tourism 2009, 19-21.) Kulttuurin ja luovien alojen tarjontaa käytetään yhä enemmän matkakohteiden myyinnedistämiseen. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) teetti tutkimuksen, jonka mukaan kulttuurimatkailun osuus matkailusta Euroopassa kattaa noin 50% kaikesta matkailusta. Kulttuurimatkailun osuuden lisäämiseen halutaan panostaa muun muassa sen tuomien investointien, taloudellisen edun, uusien työpaikkojen sekä paikallisten perinteiden että kulttuurin vaalimisen ja varjelun vuoksi. (mt., 23-24.) Nykyturisteilla on mitä erilaisimpia tarpeita päästä tutustumaan eri kulttuureihin ja paikalliseen elämään kaukaisilla syrjäseuduilla. Matkakohteen kulttuurianti painaa lomakohteen valinnan vaakakupissa yhä useammin enemmän kuin kauniit maisemat, aurinko tai upeat rannat. Aito ja omaleimainen taide- ja kulttuuritarjonta tuo elämyksellisyyttä globaaliin turismitarjontaan. Tämän kehittämistyön puitteissa keskityn tarkastelemaan kulttuurimatkailua matkailijoiden näkökulmasta, missä pääpaino on uuden oppimisella paikallisten ajatus- ja arvomaailmaan tutustumalla. Tutkin kulttuurimatkailua sen mukaan miten matkustajat kulttuuria kuluttavat, ja luonnehdin kulttuurimatkailu-käsitettä tietoisesti uudenlaisen ymmärryksen hankkimiseksi ja uudenlaisten elämysten kokemiseksi vierailukohteen arjen keskellä.

Greg Richardsin tekemän tutkimuksen mukaan 1990-luvun laman aiheuttama perinteisten pakettimatkojen kysynnän lasku johti kulttuurimatkojen kehittämiseen yhdeksi tärkeimmäksi matkailun alaksi. Laman aikana budjettimatkailun kysyntä lisääntyi, alettiin tuottaa yksilöllisiä, holistisia, henkisiä ulottuvuuksia sekä luovien alojen toimintaa tarjoavia matkoja. Vaikka perinteiset lomamatkat ovat yhä suurien massojen suosiossa Richards näkee myös niiden muuttuvan tulevaisuudessa omatoimisemmiksi, yksittäisistä elementeistä koostettaviksi matkoiksi. Kulttuurimatkat ovat osittain muuttumassa ”luoviksi matkoiksi”. Vähäistä vapaa-aikaa halutaan hyödyntää luovien taitojen kehittämiseen samalla kun tutustutaan uuteen kulttuuriin. Luovuuden ohella ihmi-

set hakevat matkoiltaan yhä useammin rauhaa ja lepoa sekä hyvinvointia uusista elämyksistä. (Richards 2011, 3, 7, 12.)

Kehittämistyön tilaaja oli David Habler, David Hostellin omistaja, Tiberiaksessa. Hostelli on kahden sukupolven ajan keskittynyt pääsääntöisesti majoitustarjontaan israelilaisille ja ulkomaisille matkailijoille. Majoitusalan haastavassa kilpailutilanteessa pelkkä majoituspalvelun tarjoaminen ei enää riitä hostellin kilpailukyvyn säilyttämisessä. Tämän vuoksi yrittäjä haluaa laajentaa hostellin liiketoimintaa taide- ja kulttuuriohjelmilla. Hostellin asiakkaista on viime vuosina huomattava osa tullut Suomesta, minkä tähden yrittäjä kiinnostui selvittämään minkälaiset kulttuurimatkaohjelmat saattaisivat kiinnostaa suomalaisia. Tarkoituksena on tavoittaa uuden ohjelmatarjonnan ja aktiivisemmän markkinoinnin myötä uusia asiakkaita niin Suomessa kuin muissakin maissa. Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää minkälaista ohjelmasisältöä suomalaiset toivovat Israeliin suuntautuvilta taide- ja kulttuurimatkoilta sekä kehittää tutkitun tiedon pohjalta matkaohjelmia (liite 7) David Hostellin asiakkaille yhteistyössä työn tilaajan kanssa.

Olen työni vuoksi tutustunut israelilaiseen kulttuuriin matkustaessani maassa kohtalaisen paljon viimeisten kymmenen vuoden aikana. Hoidan israelilaisten tuotteiden maahantuontia ja toimin toisinaan matkanvetäjänä ryhmämatkoilla. Israelilaisen kulttuurin ymmärrys ja tuntemus auttoivat aikalailla käytännön kehittämistyötä ja yhteistyöverkoston rakentamista Israelissa. Vuosien varrella Israel-matkailua seuranneena oletin, että uudenaikaisille taide- ja kulttuuriohjelmille Israelissa olisi kysyntää suomalaisten keskuudessa. Verkkokyselyn ja pilottimatkoilla tekemiäni havainnointien esille tuomat tulokset vahvistivat oletukseni paikkansa pitäväksi. Kehittämistyön tietoperustana käytin kulttuurimatkailusta tehtyjä tutkimuksia sekä kansainvälisten matkailutrenditutkimusten tuloksia saadakseni ajantasaista tietoa kulttuurimatkaajien kiinnostuksista ja odotuksista niin ohjelmasisältöjen kuin matkajärjestelyjen suhteen. Uudenaikaisista tarjontaa täytyy ideoida ja tuotteistaa matkaohjelmiin uuden kokemuksen valossa kysynnän kasvaessa. Tuotteistamisella tarkoitan tässä toimenpiteitä, joilla tähdätään ohjelmalvelujen liiketaloudellisesti kannattavaan systematisoituun kaupallistamiseen.

Opinnäytetyöni rakentuu kuudesta luvusta. Johdannossa tuon esille opinnäytetyön tavoitteet, tutkimusnäkökulman ja –menetelmien valinnat. Seuraava luku kaksi tarkastelee mitä kulttuurimatkailu on sekä esittelee Israelia monikulttuurisena matkakohdeena. Luvussa kolme käsitellään tutkimustuloksia siitä, millaisia taide- ja kulttuuriohjelmia suomalaiset haluavat Israelissa. Neljännessä luvussa käsitellään käytännön kehittämistyötä sekä taide- ja kulttuuriohjelmien räätälöintiä että palvelun verkkomarkkinointia. Luvussa viisi tuon esille kehittämishankkeen aikana pohtimiani kehitysehdotuksia. Viimeisessä luvussa puntaroin kehittämistyön kulkua ja sen aikana avautuneita uusia näkökulmia sekä arvioin projektin onnistumista tavoitteiden ja saavutettujen tulosten käytännön hyödyn sekä uuden tiedon hyödynnettävyyden kannalta.

### 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus

Tässä kehittämishankkeessa en keskittynyt niin sanottuun perinteiseen Israelmatkailuun, esimerkiksi pyhiinvaelluskohteisiin tai arkeologisiin kaivauksiin, siitä huolimatta, että ne ovat merkittävä osa kulttuuriperintöä ja vetävät miljoonia turisteja maahan vuosittain. Eri puolilta maailmaa, myös Suomesta, järjestetään Israeliin lukuisia erilaisia opastettuja ryhmämatkoja, jotka keskittyvät Raamatussa mainittuihin paikkoihin, arkeologiaan sekä Israelin historiaan ja nykypäivään. Varsinaisia taide- ja kulttuurimatkoja sen sijaan ei tunnu olevan tarjolla. Tutkin taide- ja kulttuurimatkatarjontaa Helsingin matkamessuilla keväällä 2014 laihoin tuloksin. Valmiita taide- ja kulttuurimatkoja ei ollut tarjolla yhteenkään kohteeseen. Keskityin tässä työssä uudenlaisten, alkuperäisten, monipuolisten ja elämänmakuisten kulttuuriohjelmien räätälöintiin tarkoituksena luoda monikulttuurinen ohjelmapaletti, josta asiakkaat voivat valita juuri heitä kiinnostavat Galilean alueen paikallista arkea avaavat vierailukohteet. Vaikka Jerusalemin ja Tel Avivin kulttuuritarjonta on laaja-alaista, en sisällyttänyt suurten metropolialueiden tarjontaa ohjelmiin, koska kaupunkien museoihin, gallerioihin ja muuhun kulttuuritarjontaan voi vaivatta tutustua kaupunkilomamatkoilla omatoimisesti tai osallistua opastetuille kierroksille, joita kohteissa on runsaasti tarjolla (Jerusalem and Tel Aviv voted best 2014). Omatoimimatkaajat sisällyttävät Jerusalemin ja Tel Avivin hyvin usein matkaohjelmaansa joka tapauksessa.

## 1.2 Tutkimusnäkökulmien ja –menetelmien valinta

Valitsin kehittämistyön lähestymistavaksi konstruktivisen tutkimuksen, jossa kaikki käyttämäni menetelmät tähtäävät uuden konkreettisen tuotteen, uudenlaisten kulttuuriohjelmien, muotoiluun. Käytin tuotteen luomiseen teoriapohjana kansainvälisiä kulttuurimatkatutkimuksia ja matkailun trenditutkimuksia sekä tutkimuksilla keräämääni tietoa. Testasin ja analysoin ohjelmia käytännössä ja tarvittaessa tein niihin muutoksia. (Ojasalo ym. 2009, 65.) Konstruktiviselle tutkimukselle ominaisella tavalla työnsäni korostui tiivis yhteistyö ja kommunikointi työn tilaajan kanssa (mt., 66). Menetelminä tässä kehittämistyössä olivat SWOT-analyysi, verkkokysely, pilotointi, ryhmähaastattelut ja havainnointi. Varsinainen tutkimus- ja kehittämisprosessi eteni tutkimalla ja kokeilemalla.

## 2 MITÄ KULTTUURIMATKAILU ON?

Voidaan sanoa, että kaikki matkailu on tavalla tai toisella kulttuurimatkailua. Missäpä kulttuuria ei olisi. Yhtälailla voitaisiin kysyä mikä ei ole elämymatkakohde? Kulttuuria ja elämyksiä sisältyy kaikkeen matkailuun. Kulttuurimatkailun määrittely on hieman ongelmallista sen vuoksi, että määrittelyjä on usein yhtä monta kuin on matkailijoita. Richards ehdottaa tutkimuksessaan, että kulttuurimatkailun määrittelyn ongelmaa voidaan lähestyä kokemuksellisuuden näkökulmasta, jossa pyritään ymmärtämään kulttuurimatkailua käsitteenä. Toisaalta sitä voi tarkastella matkailijoiden motivaatioiden ja käytännön kannalta, jolloin pyritään identifioimaan keitä kulttuurimatkailijat ovat, mitkä heidän motiivinsa ovat ja minne he haluavat matkustaa. Kulttuurimatkailu voidaan nähdä myös yksinkertaisesti vain yhtenä segmenttinä, joka hyödyntää turismin infrastruktuuria. (Richards 2003, 4.)

Kulttuurin nähdään koostuvan ihmisten ajattelutavoista, asenteista, uskomuksista ja arvoista, mitkä heijastuvat käyttäytymisessä ja elintavoissa sekä taiteessa, kulttuurituotteissa ja alueen ilmapiirissä. Näin ollen kulttuurimatkailussa ei ole kyse vain monumenteilla ja nähtävyyksipaikoilla vierailuista, vaan vierailukohteen elämäntavan kulluttamisesta ja uuden ymmärryksen ja uusien kokemusten sisäistämisestä. Richard-



sin mukaan kulttuurimatkailussa on kyse ihmisen matkustamisesta uusiin kulttuuri-kohteisiin, pois normaalista elinympäristöstään, tarkoituksena saada uutta tietoa ja uusia kokemuksia kulttuuristen tarpeiden tyydyttämiseksi. Kulttuurimatkailussa ei ole kyse vain kulttuurihistoriaan, vaan nykykulttuuriin, eri alueiden elintapoihin tutustumisesta. Kulttuurimatkailu voidaan nähdä sekä menneisyyden taiteeseen, artefakteihin keskittyvänä kulttuuriperintömatkailuna että nykytaiteeseen ja tämän päivän kulttuurin tuotteisiin tutustumisena. (Richards 2003, 5-6.) International Cultural Tourism Committee, (ICOMOS) määrittelee kulttuurimatkailun osuvasti:

Kulttuurimatkailu tarjoaa ihmisille mahdollisuuksia kokea muiden ihmisten elämää eri tavoin ja oppia ymmärtämään heidän tapojaan, perinteitään, fyysistä ympäristöään sekä ajatus- ja arvomaailmaansa sekä arkkitehtoonisia, historiallisia, arkeologisia että muita kulttuurisesti merkittäviä jäänteitä menneiltä ajoilta. Kulttuurimatkailu etsii ymmärrystä arvostaa vierailukohteen luonnetta. (ICOMOS 2014.)

Suomen matkailustrategiassa kulttuurimatkailu määritellään seuraavasti:

Kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille liiketoiminnallisin perustein. Tavoitteena on luoda elämyksiä ja mahdollisuus tutustua näihin kulttuurisiin voimavaroihin, oppia niistä tai osallistua niihin. Näin vahvistetaan ihmisten identiteetin rakentumista, sekä oman että muiden kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013 2006, 91.)

Kulttuurimatkailun voimavaroiksi on luokiteltu kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama; historia, kulttuurimaisemat, arkeologiset kohteet, rakennettu ympäristö, museot, visuaalinen- ja esittävä taide, tapahtumat, käsityöt, kieli, maut, tavat, perinteet, arvot, aatteet, elämäntyyli, uskonto sekä luonteenpiirteet. Myös saavutukset teknologiassa, tieteessä, taiteessa ja elinkeinossa osaltaan rikastuttavat kulttuurimatkailua. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013 2006, 91.)

World Tourism Organization, (UNWTO) teetti tutkimuksen matkailun suhteesta aineettomaan kulttuuriperintöön, joka osoitti, että traditioihin liittyvät kulttuurikohteet vetävät eniten matkailijoita YK:n jäsenmaissa. Raportin mukaan aineeton kulttuuriperintö on välittynyt sukupolvelta toiselle koko ajan uudistuen ja rakentaen identiteettiä

sekä jatkuvuutta. Keskeisiä aineettoman kulttuuriperinnön matkailullisia sisältöalueita ovat:

- käsityötaidot ja kuvataide, perinteinen ammattitaito
- sosiaaliset käytännöt, rituaalit, tapahtumat
- musiikki ja esittävät taiteet
- suullinen perinne ja ilmaisut
- ruokakulttuuri ja ruuanlaittoon liittyvät tavat
- luontoa ja maailmankaikkeutta käsittelevä tieto ja käytäntö. (Tourism and Intangible Cultural Heritage 2012, 2-3.)

Kulttuurimatkailu tuo alueelle taloudellista ja sosiaalista etua. Taitavasti tuotteistettuna elävä kulttuuriperintö voi tuoda alueelle uusia työpaikkoja, elävöittää maaseudun kulttuurielämää, luoda mahdollisuuksia uuden oppimiseen, vahvistaa paikallista identiteettiä sekä lisätä taloudellista ja sosiaalista yhteenkuuluvuutta. Kulttuurimatkailu kannustaa vaalimaan kulttuuriperinteitä turismista saatujen tulojen vuoksi. Kuluttajien tarpeiden ja kysynnän luonteen muuttuessa kulttuurimatkailu luo jatkuvasti tarvetta uusille innovaatioille ja uusien matkailutuotteiden luomiselle. (Tourism and Intangible Cultural Heritage 2012, 7.) Kulttuurimatkailu voidaan kategoroida temaattisesti eri matkailutuotteiden ja toimintojen mukaisesti kulttuuriperintömatkoihin, kulttuuriteemamatkoihin, kaupunkikulttuurimatkoihin, etnisiin perinnematkoihin, tapahtuma- ja festivaalimatkoihin, hengellisiin- tai pyhiinvaellusmatkoihin sekä luovaan matkailuun (Csapó 2012, 4, 9-10).

Kulttuurimatkailusta on kehittynyt yksi merkittävimmistä ja monimuotoisimmista ilmiöistä nykyajan turismissa. Kulttuurimatkailu tarjoaa kansainvälisiä yhteistyömahdollisuuksia kulttuurialla toimijoille. Resursseja jakamalla voidaan rakentaa uudenlaisia yhteistyömalleja, jotka saavat ihmiset yhä enemmän kiinnostumaan kulttuurihistoriasta ja kulttuurisista juuristaan sekä ymmärtämään kulttuurien välistä erilaisuutta.

## 2.1 Kulttuurimatkailun trendit maailmalla

Kulttuurimatkailuala on muuttunut paljon viimeisten kymmenen vuoden aikana. Greg Richardsin tekemän matkailun trenditutkimuksen mukaan globalisaation myötä matkahojelmien kysyntä ja tarjonta ovat pirstaloituneet yksilöllisemmiksi sekä monipuolisemmiksi. Luovien kulttuurimatkojen kysynnän ennustetaan lisääntyvän. Ihmiset haluavat käyttää vähäisen vapaa-aikansa taitojensa kehittämiseen samalla kun tutustuvat paikalliseen kulttuuriin ja arkipäivään. Esimerkiksi eri taidealojen toiminta ja ruoanlaittokurssien tarjonta ovat lisääntyneet matkatarjonnassa viime vuosina. Vastuullinen matkailu on ollut nouseva trendi viimeisten kymmenen vuoden ajan. Ekologiset, etniset ja sosiaaliset arvot ovat tulleet yhä tärkeämmiksi. Vastuulliseen matkailuun liittyy paluu perusasioihin ja aitouteen, henkisyYTEEN, jaksamiseen ja hyvinvointia lisääviin tekijöihin. Osana vastuullista matkailua nähdään vapaaehtoisturismi (voluntourism), jonka suosio kasvaa, koska se tarjoaa mahdollisuuksia tutustua eri kulttuureihin syvemmin ja monipuolisemmin kuin tavalliset vierailut. Hidasmatkailu (slow tourism) mahdollistaa perinpohjaisen tutustumisen vierailukohteeseen kaikessa rauhassa asumalla kohteessa paikallisten tavoin. Hidasmatkailu tarjoaa myös mahdollisuuksia osallistua paikallisiin avustustöihin esimerkiksi vähäosaisten parissa. (Richards 2011, 3-8,12,16; The Slow Movement: Making a Connection 2014.) Hietanen mukaan nouseva trendi on myös heartspitality, jolla viitataan matkailijan tarpeeseen tuntea paikan ”pulssi” ja perehtyä paikalliseen elämäntapaan ja toimintaan vuorovaikutuksessa paikallisten kanssa (Hietanen 2010, 11). Kulttuurimatkailun trendien avainsanat ovat paikallisuus ja aitous. Kulttuurimatkailuun kaivataan hitautta ja syvyyttä. Ihmiset ovat yhä kiinnostuneempia panostamaan myös terveyteen ja hyvinvointiin. Eri matkailualan sektoreilta kerättyjen signaalien mukaan holistiset, henkisyttöä, luonnonmukaisuutta ja terveyttä tarjoavat hyvinvointimatkat (wellness tours) tulevat yhä suosituimmiksi. Ylikuormittavat ja stressaavat työympäristöt ovat aiheuttaneet tilauksen stressinpoisto-ohjelmille. Yksi vahvasti pinnalle noussut trendi on Mindfulness, joka tarjoaa tietoisuus- ja stressinhallintataitoja sekä psyykkistä kykyä ylläpitää emotionaalista tasapainoa joogan, qigong-harjoitusten, meditaation ja muiden zen-buddhalaisten metodien kautta. Hyvinvointimatkailun viimeisimmät trendit viittaavat paikallisen elämän arvostuksen lisääntymiseen ja merkityksellisten tapojen etsimiseen tutustua paikalliseen yhteisöön. Ruokamatkailu on myös kasvava trendi hyvinvointimatkailussa. Paikalliseen maanviljelyyn tutustuminen, ruoan noutaminen

pellolta ja paikallisen ruoanlaittotaidon oppiminen voivat tutkimuksen mukaan tukea emotionaalista ja sosiaalista hyvinvointia. (Karantzavelou 2013; Matkailun trendejä maailmalta 2014.) Tulevaisuudessa hyvinvointimatkailun kysyntää todennäköisesti lisää väestön ikääntyminen. Tutkimuksen mukaan vuonna 2020 suurin osa väestöstä on eläkeläisiä Länsi-Euroopassa. Tällä on suuri vaikutus matkailuun, sillä menneistä vuosikymmenistä poiketen tulevaisuuden eurooppalaisilla eläkeläisillä ei ole heikon talouskasvun vuoksi varaa matkustaa kuten menneinä vuosina. (Richards 2011, 6,8.) Toisaalta on myös ostovoimaisia eläkeläisiä, joilla on aikaa matkustaa ja usein myös kiinnostusta uusien kulttuureja kohtaan.

Informaatioteknologian yleistymisen vuoksi matkoja ostetaan yhä useammin verkosta ja matkat räätälöidään itse. Halpalentoyhtiöiden suosio jatkaa kasvuaan ja uusia matkustamisen muotoja syntyy. Ihmiset ovat alkaneet tehdä enemmän lyhytkestoisia matkoja, mikä on lisännyt kaupunkimatkailua, sekä uusien matkakohteiden kehittämistä maaseudulla ja pienissä kaupungeissa Euroopassa. (Richards 2011, 8.)

Yhteenvetona kulttuurimatkailun trendeistä voi sanoa, että tämän päivän kulttuuri-matkailija haluaa erikoisräätälöidyn loman, joka vastaa juuri hänen unelmiaan ja tarpeitaan. Matkaodotusten ytimessä ovat kokonaisvaltaiset elämykset ja kokemukset, paikallisten ihmisten kohtaamiset aidossa arkiympäristössä, uuden oppiminen, leppoisuus tunnelma, jossa voi aistia ympäristön ilmapiiriä ja kuulostella omia tunteita. Kulttuurimatkojen tuottajalle kuluttajan unelmiin vastaaminen vaatii yhteistyötä matkustajan sekä yhteistyöverkoston kanssa. Matkaohjelmien räätälöinti lisää työn haastavuutta ja kustannuksia massatuotantoon verrattuna.

## 2.2 Israel monikulttuurisena matkakohteena

Israelin valtion synnyttyä vuonna 1948 alkoivat alueen ikivanhat perinteet elpyä turismin myötä. Israel mielletään Raamatun maaksi, mistä länsimaisen kulttuurin monoteistiset uskonnot juontavat juurensa ja missä niiden perinteet heräävät eloon vuosituhanten takaisten tapahtumien näyttämöllä. Jerusalemissa on ainutlaatuisen pyhän paikan status niin juutalaisille, kristityille kuin muslimeillekin. Israelilla on uskontopereinteissä keskeinen merkitys yli puolelle maailman asukkaista. Gelbman näkee

Jerusalemiin yhtenä maailman suurimmista laboratorioista kulttuuriperinneturismin liittyvän monimuotoisen dynamiikan tutkimisessa. (Gelbman 2007, 6.)

Matkailulla on huomattava taloudellinen, sosiaalinen ja poliittinen merkitys Israelille. Maa on pieni, 22.072 km<sup>2</sup> kokoinen 8 miljoonan asukkaan maapala, jonka väestöstä 76% on juutalaisia, 20% arabeja ja 4% muita vähemmistöjä. Israel on ainoa demokraattinen maa Lähi-idässä. (Israel in figures 2013, 5-9.) Turismi on tärkeä tulonlähde Israelille. Tilastojen mukaan vuonna 2013 turismista kertyi tuloja noin 8 miljardia euroa, mikä vastaa 7,6% maan BKT:sta. (Suomessa vastaava luku oli 2,7%). Ulkomailta maahan tuleva turistivirta, 3,53 miljoonaa vierailijaa, rikkoi kaikkien aikojen ennätysten vuonna 2013. Valtaosa turisteista tuli USA:sta, Venäjältä, Ranskasta, Saksasta ja Englannista. Suomesta lennettiin Israeliin 19.500 kertaa. Turismista sai leipänsä noin 100.000 israelilaista vuonna 2013. (Travel 2014.) Turismi on osaltaan vaikuttanut juutalaisten paluumuuttoon Israeliin. Vierailtuaan maassa monen juutalaisen perinnekytkökset ovat alkaneet vahvistua ja askeleet kohti aliyaa eli paluumuuttoa ovat alkaneet.

Trip Advisor on luokitellut maan pääkaupungin, Jerusalem, neljänneksi nousevien suosikkimatkakohteiden listalla sen kulttuurihistoriallisen merkittävyyden vuoksi (Traveller's choice 2014). Kaupungin kulttuuritarjonta sisältää monipuolista kulttuuritoimintaa innovatiivisista näyttelyistä, konsertteihin ja erilaisista festivaaleista monimuotoisiin taidetapahtumiin (Jerusalem one of "top 10 destinations on the rise" 2014). Illmanin mukaan juutalaisen kulttuurin moninaisuus juontuu juutalaisten aktiivisesta osallistumisesta taiteen, kulttuurin ja tieteen eri alojen tutkimiseen ja kehittämiseen hajaanuksessa eläessään eri puolilla maailmaa (Harviainen & Illman 1998, 43). Israelin valtion itsenäistymisen jälkeen 2,7 miljoonaa juutalaista on palannut takaisin kotimaahansa noin 130 eri maasta, tuoden mukanaan valtavan määrän kulttuurivaikutteita. Tämän vuoksi Israelia on luonnehdittu kulttuurien sulatusuuniksi. (Population of Israel 2014.) Israelin maailmanlaajuiset kulttuuriyhteistyöverkostot yli seitsemänkymmenen maan kanssa sekä lukuisat akateemiset ja taiteelliset kansainväliset produktiot rikastuttavat osaltaan maan kulttuurimosaiikkia (Culture 2013). Rungas kulttuuriperintö näkyy muun muassa maan museotiheydessä, joka on maailman suurin asukasta kohti mitattuna (Press, 2013).

### 2.3 Israelin vahvuudet taide- ja kulttuurimatkakokoiteena

Israel on moderni, kehittynyt maa, joka tunnetaan innovaatiosektoristaan. Vahva tutkimus-, tuotekehitys- ja korkeateknologia-ala muodostavat maan taloudellisen kivijalan. (Research and Innovation performance in Israel 2013, 3.) Israelin infrastruktuuri on hyvin kehittyntä ja sen edelleen kehittämiseen panostetaan rakentamalla uusia moottoriteitä ja junaratoja etelästä pohjoiseen. Israelissa liikkuminen on vaivatonta ja helppoa. Julkisen liikenteen verkosto on kattava ja auton vuokraus edullista. Välimatkat ovat lyhyitä, Israelin voi ajaa päästä päähän päivässä. Ben Gurionin kansainväliseltä lentokentältä on puolen tunnin ajomatka maan suurimpiin kaupunkeihin.

Suomen suurlähetystön mukaan kulttuurielämä Israelissa on vilkasta. Museoissa, teattereissa, klassisen musiikin konserteissa sekä erilaisissa taide- ja elokuvafestivaaleissa käydään ahkerasti. Merkittävät kulttuurinalat ovat hyvin edustettuina Israelissa. Teatterifestivaaleja järjestetään usein ja kansainvälisiä teatteriryhmiä vieraillee Israelin teattereissa vuosittain. Hebrean kielisten teatteriesitysten lisäksi Tel Avivin Habima ja Cameri-teatterien näytöksiä simultaanitulkkaan englanniksi. Tel Avivissa, Jerusalemissa ja Haifassa on tasokkaat sinfoniaorkesterit ja merkittäviä kamarimusiikkiyhtyeitä sekä solisteja löytyy ympäri maata. (Yhteiskunta, kulttuuri ja media 2014.) Ooppera Israelissa pyrkii kehittämään identiteettiään israelilaisena oopperana palkkaamalla israelilaisia säveltäjiä, ohjaajia ja laulajia työskentelemään säännöllisesti Israeli Operan kanssa ja esittämällä heidän teoksiaan myös arvostetuissa oopperataloissa ympäri maailman (Israeli Opera 2014). Vuosittain järjestettävistä musiikifestivaaleista tunnetuimpia ovat Tamar Festival Massadan vuorilinnon ja Kuolleenmeren alueella, Jacob´s Ladder Festival Nof Ginosarin kibbutseilla Genesaretin järven rannalla, Klezmer Festival Safedissa ja Red Sea Jazz Festival Eilatissa (Blum, 2011). Israelilaiseen klassiseen balettiin on tullut paljon vaikutteita Venäjältä paluumuuttajien mukana. Israel on myös tunnettu modernista tanssista, jonka tunnetuimpia tanssiryhmiä ovat Batsheva, Bar-Dor, Kibbutz Contemporary Dance Company sekä Inbal. Modernia ja etnistä tanssia voi nähdä Suzanne Dellal –keskuksessa Tel Avivissa, missä järjestetään myös usein tanssifestivaaleja. Carmiel International Dance Festival Galileassa tarjoaa tuhansien tanssijoiden esityksiä arabien debkasta juutalaisen horaan ja lukuisiin muihin etnisiin tansseihin. Kansantanssit ovat suosittuja kaiken ikäisten israelilaisten keskuudessa ja turistit ovat tervetulleita ilonpitoon.

(Dance in Israel 2014.) Lukuisien elokuvateattereiden ohjelmisto on laaja ja taiteellisesti mielenkiintoisia filmifestivaaleja järjestetään pitkin vuotta eri kaupungeissa. Israelin 120 museon tarjonta on monipuolinen juutalaisesta kulttuurista ja sen saavutuksista alueen historiaan liittyviin arkeologisiin kokoelmiin. Museoissa on jatkuvasti lainassa tilapäisnäyttelyitä kansainvälisten museoiden sekä keräilijöiden kokoelmista. Tunnetuimmat Israelin museoista ovat:

- The Israel Museum Jerusalemissa. Yksi maailman johtavimpia museoita taiteen ja arkeologian saralla.
- Yad Vashem Jerusalemissa. Holokaustia ja juutalaisvainoja esittävä tutkimus- ja museokompleksi.
- Tel Aviv Museum of Art Tel Avivissa on Israelin johtavia taide- ja kulttuuri-instituutioita.
- Eretz Israel Museum Tel Avivissa on historiallinen ja arkeologinen museo.
- Beit Hatfutsot Tel Avivissa esittää juutalaisten historiaa ja elämää diasporassa.
- MadaTech Haifassa on tieteen, teknologian ja avaruuden kansallismuseo.

(Yhteiskunta, kulttuuri ja media 2014.)

Lisäksi suurimpien kaupunkien katujen varsilla on lukuisia taidegallerioita, joissa on vaihtuvia näyttelyjä ja tapahtumia moneen makuun. Kesäisin varsinkin Jerusalemissa ja Tel Avivissa järjestetään lukuisia katufestivaaleja ja mitä erilaisempia musikoita voi kuunnella katujen kulmissa aamun pikkutunneille asti.

Israelilainen ruokakulttuuri tarjoaa kiehtovia makuja eri puolilta maailmaa. Maahanmuuttajat ovat tuoneet tullessaan kulinaristiset perinteet yli 120 maasta ja näin kasvattaneet Israelilaisen keittiön makujen monivivahteisuutta. Monet Israelin huippukoikeista ovat saaneet oppinsa maailman parhaissa ravintoloissa, mikä näkyy tasokkaiden ravintoloiden hienostuneissa ja trendikkäissä kansainvälisissä menuissa. Kaiken kaikkiaan israelilainen ruoka on varsin terveellistä, kuten Välimeren maiden ruoat yleensä ovat. Israel tuottaa itse laadukkaita vihanneksia, hedelmiä, liha- ja maitotuotteita, joista saa maistiaiset käsitteeksi muodostuneella israelilaisella buffet-aamiaisella. Israelissa on pitkät perinteet kolmentuhannenvuoden ajalta viinin valmistuksessa. Maassa on yli kaksisataa viinitilaa, joiden tuotteiden laatu on yltänyt kansainvälisesti korkealle tasolle. Kulinaristisiin elämyksiin kulttuurimatkoilla antavat täy-

dentävän sävyyksen israelilaiset viinit, jotka amerikkalainen Wine Spectator-lehti on luokitellut viinimaailman parhaimmiston. (Food & wine in Israel 2014.)

Israelin väestöstä muslimeja on noin 1,2 miljoonaa. Heidän on sanottu saapuneen alueelle 800-luvulla Arabiasta. Suurin osa Israelin muslimeista asuu Galilean vuorilla, Haifassa, Jerusalemissa ja sen ympäristössä, Akkossa, Ramlassa ja Gazassa. Loka-kuussa Galilean Oliivi festivaalissa voi tutustua Israelin muslimeihin ja alkukesästä ”Arabien kulttuurikuussa” voi kiertää lukuisissa kulttuuritapahtumissa Galilean neljäskymmenessä arabikylässä sekä osallistua Haifassa arabien kansanperinnejuhlaan. (Muslim community 2014.)

Osa Israelin beduiineista asuu Negevin autiomaassa (160.000 henkeä) ja osa Galileassa (70.000 henkeä). Puolet Israelin beduiineista muutti maahan Arabian aavikoilta 700-luvulla ja toinen puoli koostuu Egyptin ja Siinain maanviljelijöistä, jotka tulivat Pohjois-Israeliin Turkin vallan aikaan 1000-luvun alussa sekä sudanilaisista heimoista, jotka tuotiin alueelle orjina 1800-luvulla. Nykyään eri puolilla Israelia on useita beduiinikyliä, joissa vierailijoille kerrotaan beduiinien perinteistä, elintavoista ja kulttuurista. Tarjolla on etnisiä aterioita, musiikkiesityksiä, kameliratsastusta ja mahdollisuus yöpyä beduiiniteltassa. (The Bedouin Culture 2014.)

Israelin druuseista enemmistö (n. 115.000 henkeä) asuu kylissä Karmel-vuorella, Galileassa ja Golanilla. Druusit ovat tunnettuja vieraanvaraisuudesta, anteliaisuudesta ja hyväntahtoisuudesta. Heidän lämmin suhtautumisensa vierailijoihin herättää ihmisissä usein halun tutustua druusien perinteisiin ja historiaan lähemmin. Druusien käsitöihin ja etnisiin ruokiin pääsee tutustumaan useissa kylissä ja halutessaan voi osallistua työpajoihin sekä opetella värikästä kirjontaa tai paperin ohuen druusileivän tekoa. Suurimmissa kylissä kuten Dalyat al Carmelissa on tarjolla myös yöpymismahdollisuus sekä luentoja paikallisista perinteistä, uskonnosta, uskomuksista ja sosiaalisesta hierarkiasta. (Druze Hospitality 2014.)

Pieni vähemmistö on Kaukasukselta 1800-luvulla tulleet tserkessit (n. 4000 henkeä), jotka perustivat Galileaan omat kylänsä, Rihanyan ja Kfar Kaman. Kylissä vaalitaan vanhoja kulttuuriperinteitä ja Kfar Kamaan on perustettu museo, missä on nähtävillä tserkessien perinnetyökaluja, vanhoja asuja, soittimia ja muuta kulttuuriesineistöä.



Kylässä järjestetään tanssi- ja musiikkiesityksiä ja kerrotaan historiasta, perinteistä sekä tämän päivän arjesta. (The Circassians 2014.)

Kristinuskoon ja kristillisiin perinteisiin liittyvää taidetta ja kulttuuria Israelissa on nähtävissä lukuisissa eri uskontokuntien kirkoissa, koulutuskeskuksissa ja pyhiinvaelluskohteissa.

United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO) on nimennyt seuraavat kahdeksan nähtävyyttä Israelissa maailmanperintökohteiksi: Masadan vuorilinnoitus Juudean autiomaassa, Akkon vanha kaupunki, Tel Avivin Valkoinen kaupunki, Raamatulliset Tel-kohteet, Megiddo, Hazor ja Beer Sheba, Suitsukereitti - Negevin aavikkokaupungit, Bahai-uskonnon pyhät paikat Haifassa ja Länsi-Galileassa, Nahal Me'arot/ Wadi el-Mughara esihistorialliset luolat, Maresha ja Bet-Guvrin luolat Juudean tasangoilla. (World Heritage List 2014.)

Vuosituhanja vanhojen perinteiden ja kulttuurihistorian lisäksi moderni Israel tarjoaa runsaasti myös nykytaidetta, luovaa muotoilua ja modernia arkkitehtuuria. Kulttuurimatkakohteena Israel on monipuolinen ja tarjoaa jokaiselle jotakin ympäri vuoden. Kulttuuritarjonta löytyy helposti internetistä.

#### 2.4 Israelin heikkoudet taide- ja kulttuurimatkakohteena

Kulttuurimatkakohteena Israel on kiinnostava, mutta Israelin kulttuurien tuntemattomuus voi aiheuttaa matkailijalle ongelmia varsinkin pyhillä paikoilla tai uskonnollisten ryhmien alueilla. Muun muassa pukeutumiseen on syytä kiinnittää huomiota. Israelin viralliset kielet ovat heprea ja arabia. Englantia puhutaan yleisesti kohtalaisen hyvin, mutta taidenäyttelyissä ja kulttuuritapahtumissa voi törmätä kielimuriin, kaikkea ei käännetä englanniksi. Israelin hintataso on Euroopan luokkaa. Hotellit ovat kohtalaisen kalliita ja varsinkin turistikohteissa tuotteet ja palvelut voivat tuntua hintavilta. Tosin taksit ja julkinen liikenne Israelissa on edullista. Israelin palvelukulttuuri on kehittynyt paljon viime vuosien aikana, mutta paikka paikoin voi törmätä yllättävään välinpitämättömyyteen tai palvelutaidottomuuteen. Matkailun toimijakenttä on hyvin heterogeeninen. Osa toimijoista on ammattilaisia, osan toimintatavoista taas heijastuu harrastelijamaisuus. Tästä johtuu osaltaan matkailupalvelujen epätasainen laatu.

Pienempien vierailukohteiden aukioloajat pitää tarkistaa erikseen etukäteen ja suosittuihin ravintoloihin suurimmissa kaupungeissa täytyy tehdä pöytävaraukset niin ikään etukäteen.

Suurin uhka ja haitta Israelin kulttuurimatkailulle on Lähi-idän kireä poliittinen tilanne, mikä rajoittaa matkustusta alueelle. Israel on joutunut puolustamaan kansalaisiaan koko itsenäisyydensä ajan. Turvallisuuspalvelun vuoksi maa on olosuhteisiin nähden normaalisti varsin turvallinen. Turvatarkastukset lentokentillä sekä tavaratalojen, linja-autoasemien ja muiden julkisten tilojen ovilla hämmentävät joskus turisteja. Matkailun kysyntä on herkkä luonnonkatastrofeille, maailmanpoliittisille tapahtumille, talouskehityksen muutoksille sekä epidemioille, mutta käytäntö on osoittanut, että ala toipuu suhteellisen nopeasti kriiseistä (Tourism Trends and Policies 2010, 52).

## 2.5 Kilpailutilanne taide- ja kulttuurimatka-alalla Israelissa

Israelin hallitus on aktiivisesti panostanut maan brändäykseen vuodesta 2004, mikä on lisännyt Israelin tunnettuutta maailmalla ja luonut Israelista kuvaa mahdollisuuksien maana (Garely 2014). Israelilaiset ovat hyvin kekseliästä ja aikaansaavaa kansaa, jolla yrittäjäyys tuntuu olevan verissä. Abrahamin mukaan osa syy menestyksenkäeseen yritystoiminnan aloittamiseen on puolustusvoimissa opituissa johtajuustaidoissa sekä tietynlaisessa kylmäpäisyydessä. Tärkeimpänä menestystekijänä hän näkee kuitenkin tutkijoiden ja asiantuntijoiden välisen yhteistyön sekä tiedon jakamisen. Kyse on auttamisen asenteesta. Saatuaan itse apua oman yrityksen aloitusvaiheessa, tulee vuorostaan auttaa seuraavaa yrityksen perustajaa. Kilpailijat tulisi nähdä kunnioitettavina kollegoina ja luoda heidän kanssa tukea antava startup-ekosysteemi. (Abrahami 2013.)

Matkailu muodostaa tärkeän osan Israelin kansantaloudesta ja kilpailu matkailualalla on kovaa. Tämä näkyy runsaana ja monipuolisena tapahtumatarjontana eri puolilla maata. Israelin turistikministeriön sivuilla on lukuisia eripituisia matkaohjelmaehdotuksia, joista omatoimimatkaajat voivat valita mieleisensä kohteet. Monet kansainväliset matkanjärjestäjät tarjoavat matkapaketteja, jotka on rakennettu erilaisten teemojen ympärille kuten ekoturismin, arkeologian, kuntoilun, terveyden ja hyvinvoinnin (well-

ness-matkat), viinin- ja kulinarismin, pyhiinvaellusmatkojen, taide- ja festivaalimatkojen sekä vierailuihin eri etnisten ryhmien asuinalueilla. Nuorille ja seikkailunhaluisille on tarjolla suuri kirjo toimintaa riippuliidosta sukellukseen. Tieteen ja tekniikan alan näyttelyihin ja konferensseihin järjestetään niin ikään matkaohjelmia. Matkoja räätälöidään myös asiakkaan toiveiden mukaan ja tarjolla on henkilökohtaisia opaspalveluja yksityisiä matkoja haluaville. Yksittäisiä päivän kestäviä opastettuja retkiä järjestetään eri kohteisiin ympäri maata. Eri matkanjärjestäjien verkkosivuilla julkaistujen tietojen perusteella kahdeksan päivän pakettimatkojen hinnat vaihtelevat 800 eurosta 2300 euroon, riippuen valitun hotellin tasosta sekä matkaohjelman sisällöstä. Hintoihin kuuluu majoitus kahden hengen huoneissa, oppaan palvelut, sisäänpääsymaksut ja kuljetukset Israelissa. Ateriat aamiaista lukuunottamatta eivät yleensä kuulu hintoihin, ellei ole valittu hotellimajoitusta, johon kuuluu illallinen. Hintoihin eivät kuulu lentomatkat Israeliin, vaan kyseessä on niin sanotut maapakettihinnat. Yksittäisten päiväretkien hinnat vaihtelevat 60 eurosta 300 euroon. (Suggested Itineraries 2014; Private & small-group excursions in the land of Israel 2014; Israel 2014.)

Suomessa tuntuu olevan yllättävän vähän ulkomaille suuntautuvaan taide- ja kulttuurimatkailuun erikoistuneita matkanjärjestäjiä. Omatoimimatkailun yhä lisääntyessä perinteisiä valmismatkoja ei kannattane kapealle sektorille räätälöidä. Tuoreen tutkimuksen mukaan uudenväliselle kulttuuriohjelmatarjonnalle, joka tarjoaa mahdollisuuden tutustua matkakohteeseen pintaa syvemältä ja tutustua paikallisiin ihmisiin, on kysyntää omaperäisyyttä ja eksoottisuutta etsivien, massaturismin kyllästyneiden modernien humanistien keskuudessa (Modernit humanistit 2014, 3,7).

### 3 TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYYSIT

Uudenlaisten kulttuuriohjelmasisältöjen kehittämistyössä täytyy ensiksi ymmärtää minkälaista taide- ja kulttuurisisältöä ihmiset haluavat lomamatkalleen sekä toisaalta minkälaiset toiminnat koetaan tärkeinä matkan aikana. Asiakkaan tarpeisiin vastaaminen on keskeinen lähtökohta tuotteistamisessa. (Tonder 2013, 39.) Kehittämistyössä on oleellista käyttää monia erilaisia menetelmiä, joilla saadaan erilaisia näkökulmia, ideoita ja erilaista tietoa työn tueksi (Ojasalo 2009, 40). Käytin tässä tutki-

muksessa menetelminä SWOT-analyysiä, verkkokyselyä, pilottimatkoja, ryhmähaastatteluja sekä havainnointia. Kerron menetelmien soveltuvuudesta ja käytännön toteutuksesta seuraavissa alaluvuissa. Käyttämäni menetelmät tukivat toisiaan perusongelman ratkaisussa.

### 3.1 SWOT-analyysi David Hostellin liiketoiminnasta

Kartoittaakseni ymmärrystäni työn tilaajan liiketoiminnasta, toimintatavoista ja kehittämisen tarpeista aloitin kehittämistyön tekemällä SWOT-analyysin (liite 1) David Hostellin toiminnasta. Halusin tarkastella yrityksen sisäisiä ja ulkoisia tekijöitä, vahvuuksia ja heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia (Anttila 2007, 142). Keskusteltuani työn tilaajan kanssa yrityksen nykyisestä tilanteesta listasin huomioitani analyysin neljään kenttään. Lisäsin analyysiin monia seikkoja markkinoinnin näkökulmasta yleisen Israel-ymmärryksen perusteella, jonka jälkeen pohdin yrittäjän kanssa analyysia yhdessä. Yrittäjän persoonaan liittyviä vahvuuksia ilmeni paljon, mikä näyttää olevan hostellin suurin myyntivaltti tällä hetkellä. Alueen runsas taide- ja kulttuuritarjonta, kaunis ja puhdas luonto sekä historialliset nähtävyydet luokiteltiin vetovoimaksi. Mahdollisuuksia yrityksen palvelujen ja uusien kurssien kehittämiseen ilmeni kohtalaisesti alueen monipuolisen taide- ja kulttuuri- sekä hyvinvointipalvelujen tarjonnan vuoksi. Ympärivuotiset hepreankielen kurssit voisivat tuoda asiakkaita myös matkailusesongin ulkopuolella. Esille tulleet heikkoudet ovat oleellisia yrityksen markkinoinnin kannalta. Ilmeni, että yrittäjä tarvitsee englannin kielen taitoisen markkinoinnin ammattilaisen apua mainonnan ja myynnin ideointiin sekä toteutukseen. Keskeisimmäksi kysymykseksi nousi kuinka lisätä hostellin näkyvyyttä ja tuoda palvelutarjonta potentiaalisten uusien asiakkaiden ulottuville. Hostellin näkyvyyden lisäämiseksi erilaisia mainoskanavia pohtiessani, tutkin majoituspalveluja välittäviä sivustoja työn tilaajan kanssa. Suurimmat ja tehokkaimmat kanavat löytyivät Googlestä nopeasti. Tutkin sivustojen asiakasmääriä sekä näkyvyyttä verkossa. Yrittäjä päätti kokeilla mainontaa suosituimpien kansainvälisten majoituspalvelujen välittäjien sivustoilla niiden maailmanlaajuisen verkkonäkyvyyden ja aktiivisen mainonnan vuoksi. Kokeilu kannatti ja se oli hedelmällinen. Huonevarauksia alkoi tulla hyvin pian tietojen julkaisemisen jälkeen. Asiakasvirta on kasvanut ja tällä hetkellä huonevarauksia tulee eni-

ten Trip Advisorin, Airbnb-, Vacation Home Rentals- ja Hostelbookers -sivustojen mainoksien kautta.

8-kenttäisessä SWOT-analyysissä (liite 2) pohdittiin toimenpiteitä vahvuuksien ja mahdollisuuksien kehittämiseksi menestystekijöiksi sekä keinoja heikkouksien muuttamiseksi vahvuuksiksi (Anttila 2007, 142-143). Keskeisimpiä esille tulleita kehittämiskohteita ovat uudet verkkosivut. Nykyiset sivut eivät ole alkuunkaan ajantasaiset, eivätkä kutsuvat. David Hostellille tulisi suunnitella ja toteuttaa uudet responsiiviset eli käyttäjän laitteeseen sopeutuvat, interaktiiviset ja houkuttelevat kotisivut mahdollisimman pian. Kotisivut ovat yrityksen näkyvin käyntikortti ja viestintäkanava, jolla on suuri mainosarvo imagon, palveluiden saavutettavuuden sekä myynnin kannalta (Tomkins 2014). Verkostoitumisen tarve kiteytyi analyysissä. Esille nousi tarve etsiä mainonnan- ja markkinoinnin tehostamiseksi osaava ja oivaltava yhteistyökumppani. Uudet kotisivut ovat suunnitteilla samoin sopivan yhteistyökumppanin tai työntekijän etsintä hostelliin on vireillä. Jatkuva uudenlaisen ohjelmatarjonnan ideointi ja yhteistyöverkoston laajentaminen Israelissa eri taiteen- ja kulttuurialojen toimijoiden sekä paikallisten palveluntarjoajien kanssa on välttämätöntä ohjelmatarjontapaletin kehittämisessä ja rakentamisessa. Hostellin mainontaan panostaminen eri matka- ja majoituspalveluja välittävillä sivustoilla sekä sivustojen asiakaspalautteisiin reagoiminen on niin ikään oleellisen tärkeää nykyisessä tilanteessa, missä verkkoyhteisöt muovaavat markkinoitustrategioita, kuluttajien mielipiteitä ja ostopäätöksiä (With Online Reviews Critical to Travelers, Marketers Adjust Their Approach 2013). SWOT-analyysi oli hyödyllinen David Hostellin liiketoimintamallin uudistamisen kannalta. 8-kenttäisessä Swot-analyysissä tehtiin toimenpidesuunnitelma hostellin verkostoitumiseen, mainontaan ja markkinointiin liittyen.

### 3.2 Suomalaisten mielenkiinnon kohteet kulttuurimatkoilla Israelissa

Suomalaisten mielenkiinnon selvittämiseksi taide- ja kulttuurimatkoilla Israelissa toteutettiin kvantitatiivisen verkkokyselyn 10.-25.2.2014 välisenä aikana. Tarjosin kyselyyn vastausmahdollisuuden Facebookin sekä Humanistisen ammattikorkeakoulun Twitter-sivuston kautta sosiaalisen median nopeuden ja valtakunnallisuuden vuoksi. Kyselyn tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon vastauksia eri puolilta Suomea, eri-

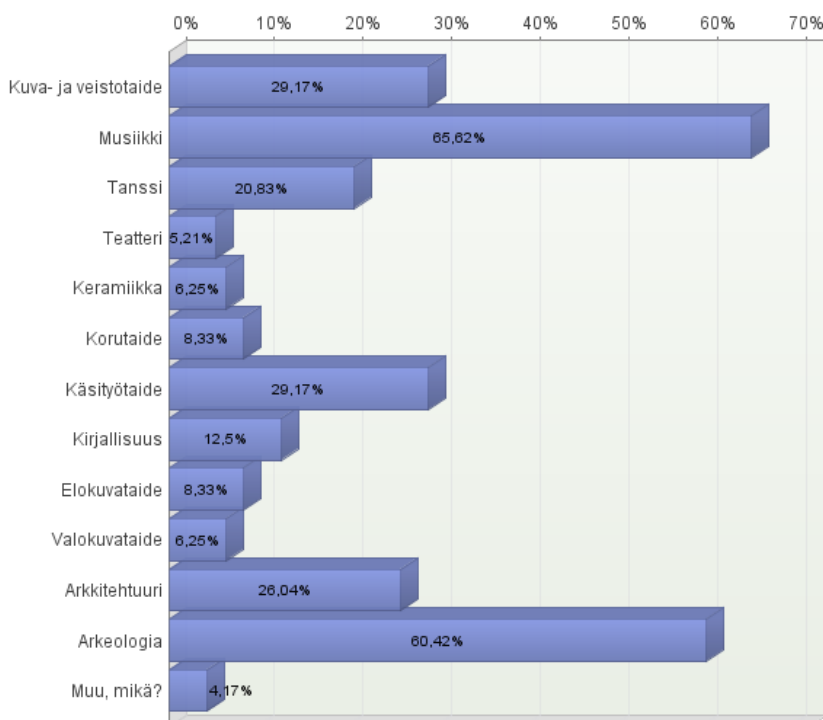
ikäisiltä sekä eri aloja edustavilta ihmisiltä. Erittelin kyselyyn (liite 3) työn tilaajan palveluiden ja matkaohjelmien kehittämisen kannalta keskeisimmät kysymykset liittyen matkustajien kiinnostuksen kohteisiin Israelissa. Kartoitin mitkä taiteenalat, kulttuurit sekä millaiset vierailukohteet Israelissa kiinnostavat suomalaisia eniten ja mitkä vähiten. Selvitin myös minkälaisia sisältöjä kulttuuriohjelmiin kaivataan ja mitkä tekijät koetaan matkoilla tärkeiksi. Lisäksi tiedustelin kiinnostusta heprean kielen opiskeluun matkojen aikana sekä kysyin minkä kokoisissa ryhmissä mieluiten matkustetaan ja mihin vuodenaikaan toteutetuilla matkoilla olisi eniten kysyntää. Selvitin toiveet majoitustason suhteen sekä paljonko ihmiset olisivat valmiita maksamaan kulttuurimatkapaketista. Valitsin kyselymenetelmäksi verkkokyselyn sen nopeuden, vaivattomuuden ja maantieteellisen laajuuden vuoksi (Anttila 2007, 116).

Kyselytutkimuksella on hyviä ja huonoja puolia. Kyselytutkimuksen etu on se, että sen avulla voidaan saada paljon henkilöitä vastaamaan moniin asioihin. Heikkoutena pidetään tuotetun tiedon pinnallisuutta sekä sitä, että ei voida arvioida kuinka vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen, eikä sitä miten hyvin vastaajat tuntevat aiheen. Joskus vastausvaihtoehdot ovat huonoja eivätkä sovi kaikille. (Ojasalo 2009, 108.)

### 3.2.1 Verkkokyselyn tulokset ja analyysi

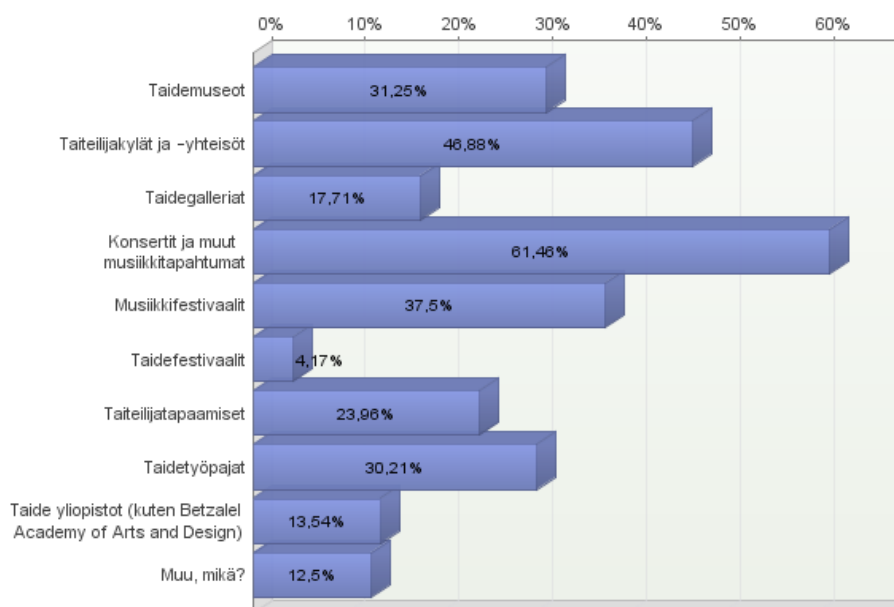
Verkkokysely koostui kahdestatoista kysymyksestä, joista yksitoista oli monivalintakysymystä ja yksi avoin kysymys. Vastaajia oli kaikkiaan 96 henkilöä. Kyselyn kysymysten vastausprosentti oli lähes täydellinen. Kuudennen kysymyksen vastaajamäärä oli poikkeuksellisen pieni, 50/96, mutta kysymyksen ollessa avoin kysymys, johon kukin voi vastata kuinka haluaa, kysymyksen vastausprosentti ei vaikuta tuloksen luotettavuuteen. Kahdeksanteen kysymykseen vastasi 85/96. Kohdassa kysyttiin ”Haluaisitko opiskella hepreaa matkan aikana?” Reilusti yli puolet vastanneista halusi opiskella hepreaa, joten vastausprosentti ei vaikuta tuloksen luotettavuuteen merkittävästi. Myös kysymyksiin 9-12 jätti vastaamatta 1-2 henkilöä, mikä ei sekään vaikuta tuloksen luotettavuuteen tulosten ollessa varsin selkeäjakoiset.

Kyselyyn vastanneista 78% oli naisia ja 22% miehiä. Suurin osa, 39%, vastanneista oli 56-65 –vuotiaita, yli 66-vuotiaita oli 25%, 45-55-vuotiaita oli 24%, 31-45-vuotiaita oli 12% ja alle 30-vuotiaita 1%. Tutkimus osoitti, että taiteenaloista musiikki-, arkeologia-, käsityö- ja kuvataideala kiinnostivat kyselyyn vastanneita eniten. Arkkitehtuuri ja tanssi herättivät myös kohtalaista kiinnostusta (Kaavio 1).



Kaavio 1. Kiinnostavat taiteenalat.

Vierailukohteista kiinnostusta herättivät eniten konsertit ja muut musiikkitapahtumat, vierailut taiteilijakyliin ja –yhteisöihin, sekä taidemuseot ja taidetyöpajat (Kaavio 2). Kysymyksen avoimeen vastauskenttään mainittiin lisäksi kiinnostuksen kohteiksi muun muassa arkeologia, historia sekä teatteri.



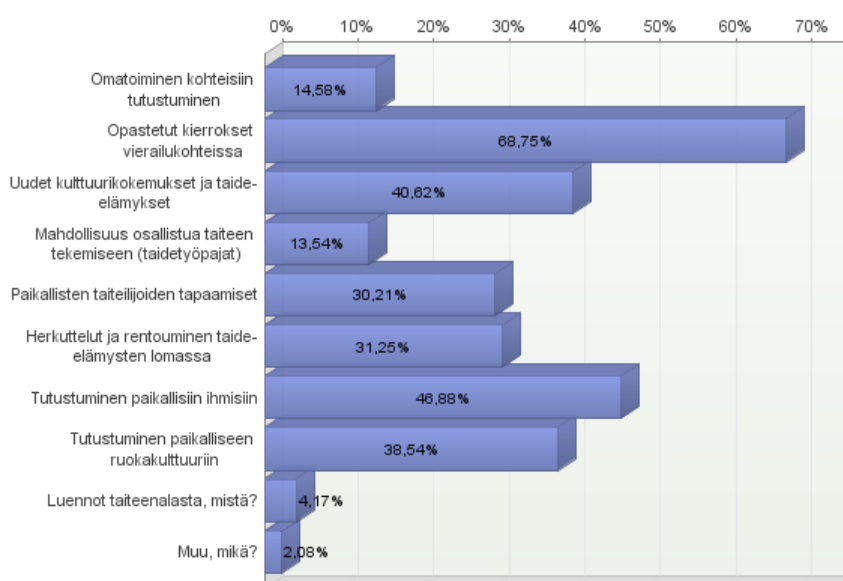
Kaavio 2. Kiinnostavat vierailukohteet.

83% koki juutalaisen kulttuurin kiinnostavimpana Israelin kulttuureista. 11% oli kiinnostunut kristillisestä kulttuurista. 2% oli kiinnostunut kaikista kulttuureista tasavertaisesti. Arabialaisesta kulttuurista ei juurikaan oltu kiinnostuneita.

Avoimeen kysymykseen, ”Minkälaiseen kulttuuriohjelmaan haluaisit osallistua Israelissa?” tuli viisikymmentä vastausta. Vastausten joukossa oli useita samansisältöisiä kiinnostuksen kohteita, jotka ryhmittelin aihepiireittäin matkaohjelman suunnittelun kannalta oleellisesti ja laskin yhteen. Tuloksen perusteella suurin osa haluaa osallistua musiikkitapahtumaan, jossa esitetään paikallista musiikkia, kuten klezmeriä. Moni haluaisi klassisen musiikin konserttiin, balettiin tai oopperaan. Myös taiteilijakylävierailuista, taiteilijatapaamisista sekä taidetyöpajoista oltiin varsin kiinnostuneita. Kuvataidenäyttelyt, arkeologia sekä historia kiinnosti useita. Hengellisestä musiikista ja taiteesta oltiin jonkin verran kiinnostuneita. Juutalaisuus ja juutalaiset juhlat sekä tanssi herättivät hieman kiinnostusta. Kiinnostusta herättivät myös teatteri, kulinaristiset elämykset, käsityötaide, luonto ja patikointi, heprean opiskelu, vapaaehtoistyö, taidehistoria sekä kirjallisuus. Toiveita kulttuuriohjelman suhteen kysyttiin avoimella kysymyksellä sen vuoksi, että toivottiin uutta tietoa, yllättäviäkin ideoita ja toiveita, joista saattaisi olla hyötyä matkaohjelmien räätälöinnissä. Vastaukset olivat kuitenkin miltei samat kuin kysymyksiin 3 ja 4, joten tällä kysymyksellä ei saatu toivottua uutta tietoa.



Opastetut kierrokset vierailukohteissa koettiin tärkeimpänä tekijänä taide- ja kulttuurimatkoilla. Toiseksi tärkeimpänä koettiin tutustuminen paikallisiin ihmisiin. Kolmanneksi tärkein tekijä olivat uudet kulttuurikokemukset ja taide-elämykset sekä tutustuminen paikalliseen ruokakulttuuriin. Paikallisten taiteilijoiden tapaamiset ja herkuttelut sekä rentoutuminen taide-elämysten lomassa koettiin myös varsin tärkeinä. Omatoiminen kohteisiin tutustuminen ja mahdollisuus osallistua taiteen tekemiseen olivat jokseenkin haluttuja (Kaavio 3). Lisäksi toivottiin luentoja maalaustaiteesta, ruokakulttuurista, musiikista ja kuvataiteesta, arkeologiasta, kulttuurihistoriasta sekä uskonnosta.



Kaavio 3. Tärkeät tekijät taide- ja kulttuurimatkoilla.

Verkkokyselyn tuoman tiedon perusteella tein profiilin todennäköisimmästä kulttuurimatkailijasta Israeliin vertailemalla eri kysymysten vastauksia toisiinsa. Todennäköisin kulttuurimatkan ostaja on noin 60-vuotias nainen, joka haluaa matkansa aikana klassisen, klezmer- tai muun paikallisen musiikin konserttiin. Hän on kiinnostunut arkeologista nähtävyyksistä ja -löydöistä sekä kuvataiteesta. Hän haluaa vierailla taiteilijakylissä sekä tutustua taitelijayhteisöihin opastetuilla retkillä. Tutustuminen paikallisiin ihmisiin heidän arkensa keskellä tuo naiselle uusia kulttuurikokemuksia taide-elämysten lisäksi. Hän arvostaa kulinaristia elämyksiä matkoillaan. Juutalainen kulttuuri kiinnostaa häntä erityisesti ja hän haluaa opiskella hepreaa matkan aikana. Mieluiten hän matkustaa pienehkössä 10-15 hengen ryhmässä keväällä ja valitsee ma-

japaikakseen keskitason hotellin tai viihtyisän siistin ja rauhallisen hostellin. Viikon pituisesta matkasta hän on valmis maksamaan 1300 euroa.

Tutkimustuloksia arvioidessani tuli ilmi, että kyselylomakkeen suunnittelu oli epäonnistunut kahdeksannen kysymyksen kohdalla, johon yksitoista ihmistä jätti vastaa-matta. Kohdassa kysyttiin ”Haluaisitko opiskella hepreaa matkan aikana?” Vastausvaihtoehtoina oli ”kyllä/en”. Kolmanneksi vastausvaihtoehdoksi olisi pitänyt lisätä ”en tiedä”. Tällöin kysymyksen vastausprosentti olisi todennäköisesti ollut suurempi. Lisäksi kysymys heprean kielen opiskeluhaluudesta ei suoranaisesti liity kulttuurimatkojen ohjelmien suunnitteluun, vaikkakin tieto kiinnostuksen suuruudesta työn tilaajalle oli hyödyllinen. Mahdolliset kielenopiskelumatkat tulisi toteuttaa erillisinä matkoina ja lisätä ohjelmiin mausteena muuta kulttuurisisältöä.

Kyselytutkimuksen otoskoko jäi suhteellisen pieneksi. Kyselyyn vastasi 96 henkilöä. Ojasalon mukaan valtakunnallisissa tutkimuksissa käytetään vähintään tuhannen vastaajan otoksia, jotta virhemarginaali jäisi muutamaa prosenttiyksikköön (Ojasalo 2010, 111). Ei voi olettaa, että vastaustulokset näin pienen otoksen perusteella vastaavat luotettavasti perusjoukon kiinnostuksen kohteita (Anttila 2007, 146). Lisäksi tämän kyselyn edustavuus jää epävarmuustekijäksi, sillä kyselyyn vastaajista ei ole muuta tietoa kuin ikä ja sukupuoli. Näin ollen kyselytuloksia ei voi yleistää mihinkään.

### 3.3 Pilotoinnilla matkaohjelmat testiin

Pilottimatkat olivat oleellisen tärkeitä kehittämishankkeen onnistumisen kannalta. Laadin työn tilaajan kanssa verkkokyselyn tulosten ja trenditutkimuksista saamani tiedon pohjalta matkaohjelman, jotka testattiin kahden pilottimatkan aikana Israelissa. Pilottimatkojen tarkoituksena oli saada tietoa siitä, mikä ohjelmassa toimii käytännössä ja mikä ei sekä mitkä tekijät vaativat kehitystä. Ensimmäinen matka (liite 4) toteutettiin 17.-25.3.2014. Testasin matkaohjelman toimivuutta käytännössä ja keräsin tietoa siitä, mihin tekijöihin täytyy erityisesti kiinnittää huomiota matkaohjelmien suunnittelussa ja mitkä kohteet ihmiset kokivat antoisina tai turhina. Matkaohjelmaan sisällytettiin verkkokyselyssä ilmenneen kiinnostuksen pohjalta taidegalleriavierailuja, tutustumista paikalliseen käsityötaiteeseen, mosaiikki- ja keramiikkataiteeseen sekä mah-

dollisuuksia tavata taiteilijoita taiteilijakylissä. Matkan aikana oli myös mahdollista tutustua tavalliseen paikalliseen elämään eri vierailukohteissa. Ryhmäkoko haluttiin pitää pienenä matkan kokeellisen luonteen sekä helpon liikuteltavuuden vuoksi. Yhdeksän hengen tila-auto on suurin lentokentältä vuokrattavissa oleva kulkuneuvo, jota saa ajaa tavallisella ajokortilla. Vuokrasin Ben Gurionin lentokentältä tila-auton matkan ajaksi, mikä oli hyvä ratkaisu liikkumisen vaivattomuuden ja edullisuuden kannalta. Matkaa mainostettiin Facebookissa (liite 4) ja ensimmäinen ryhmä täyttyi nopeasti. Ensimmäiselle kahdeksan päivän pituiselle pilottimatalle osallistui yhteensä seitsemän henkilöä, joista miehiä oli kolme ja naisia neljä. Ryhmän keski-ikä oli noin 55 vuotta. Matkakustannukset jäivät varsin kohtuullisiksi edullisten lentojen ja omatoimisen kuljetuksen vuoksi. Maaliskuun pilottimatkan hinta oli 660 euroa ilman aterioita. Normaalisti vastaava matka opastettuna maksaisi noin puolet enemmän lentojen hinnoista riippuen. Toiselle, kymmenen päivän pituiselle pilottimatalle 16.-26.6.2014 (liite 5) osallistui kolme henkilöä, joista kaksi oli miehiä ja yksi nainen. Ryhmän keski-ikä oli 67 vuotta. Matkan hinta ilman aterioita oli 834 euroa. Matkaa mainostettiin Facebookissa (liite 5). Ryhmän pienuus vaikutti heikentävästi matkan tutkinnalliseen arvoon. Ryhmäkoon pienuuden vuoksi matkaohjelmaa ei voitu toteuttaa kaikilta osin, koska ohjelma oli suunniteltu kahdeksalle osallistujalle. Moniin toiminnallisiin kohteisiin olisi tarvittu vähintään kahdeksan hengen ryhmä, jotta vierailut olisi voitu toteuttaa. Matkaohjelman muutokset vaikeuttivat systemaattista tutkimusta, mutta toisaalta havainnoimalla ryhmän jäseniä sain lisää uutta tietoa matkaohjelman suunnitteluun iäkkäille ihmisille. Esimerkiksi kävelymatkat tulee suhteuttaa matkustajien kuntoon. Samoin retkipäivien pituudet. Nämä seikat on huomioitu kehitetyissä matkaohjelmissa (liite 7). Osa retkipäivistä on pitkiä etäisyyksien vuoksi, mutta vierailukohteissa ei ole kovin pitkiä kävelymatkoja, eivätkä ohjelmat ole kovin tiukkaan napitettuja, joten aikaa on riittävästi elämyksien kokemiseen. Toisella pilottimatalla suunnitellusta ohjelmasta jäi kohteita pois ryhmän pienuuden, jäsenten väsymyksen ja preferenssien vuoksi. Ohjelmasta jäi pois vapaaehtoistyö, jonka sijasta vierailimme Tiberiaksen taidegallerioissa. Vierailu Ani'am taiteilijakylässä jäi myös pois ohjelmasta, koska matkalaiset halusivat mieluummin vieraila Pohjois-Golanilla maisemia katsellen. Matkalaiset halusivat viimeisenä päivänä vieraila Akkossa Daliyat al Carmel-druusikylän sijaan. Tämä vahvisti osaltaan ymmärrystäni siitä, että yksittäiset päiväohjelmat saattavat toimia käytännössä paremmin kuin usean päivän ohjelmapaketit. On tärkeää, että matkustajat saavat valita ohjelmapaletista heitä kiinnostavat kohteet.

Toteutin pilottimatkat kokeellisina tutkimuksina, joiden aikana tein kaksi ryhmähaastattelua ja systemaattisesti havainnoin kohderyhmien käytöstä. Ryhmähaastatteluista ja havainnoinneista lähemmin luvuissa 3.4 ja 3.5.

### 3.3.1 Palvelupolku asiakkaan näkökulmasta

Yksi keskeinen pilottimatkojen anti oli tuotettavan matkaohjelman palvelupolun (liite 6) hahmottaminen konkreettisesti käytännössä. Asiakkaan kokemat matkan eri vaiheet on syytä kartoittaa ja suunnitellusti hioa mahdollisimman miellyttäviksi koko palveluketjun osalta (Tonder 2013, 99). Pilottimatkat tarjosivat mahdollisuuden tarkastella palvelupolun eri vaiheita aidoissa palvelutilanteissa. Ensimmäisen pilottimatkan aikana ja sen jälkeen kartoitin palvelupolun kontaktipisteitä eli palvelun kannalta merkityksellisiä asiakkaan ja palvelun tuottajan kohtaamisen tilanteita asiakkaan näkökulmasta. Listasin palvelunvaiheet majoituspalvelun- tai ohjelmatarjonnan mainoksen näkemisestä huoneen luovutukseen. Tämän kartoituksen avulla sain hahmotettua ja konkretisoitua palvelun rakenteen ja pystyin havainnollistamaan polun kulun sekä asiakkaan kohtaamisen tärkeyden eri vaiheissa työn tilaajalle. Palvelupolun havainnollisuuden kautta erikoisesti hostellin verkkosivuston kehittämisen ja uudistamisen tarve nousi entistä enemmän pinnalle. Yleisilmeen välittämän imagon hionta havaittiin myös tärkeäksi. Sivuston informatiivisuuteen sekä majoituksen ja kulttuuriohjelmien varaamisen helppouteen ja nopeuteen päätettiin panostaa. Yhdeksi palvelun tärkeimmistä seikoista osoittautui asiakkaiden henkilökohtainen kohtaaminen ja tiedonjako paikallisista aukioloajoista ja sijainneista. Asiakaspalautteiden systemaattinen seuranta hostellin palveluista ja retkien teknisistä järjestelyistä sekä asiakaspalvelusta päätettiin aloittaa pyytämällä asiakkaita täyttämään asiakastyytyväisyyskyselylomake (liite 8), jossa tiedustellaan asiakkaan kokemuksia palvelun eri vaiheista. Vastausten perusteella palvelun eri vaiheita voidaan jatkojalostaa.

### 3.4 Ryhmähaastattelut pilottimatkoilla

Tein kaksi kvalitatiivista ryhmähaastattelua ensimmäisen pilottimatkan aikana. Ryhmähaastattelu sopii tilanteisiin, jossa aihepiiristä on vähän tietoa tai tieto on luonteel-

taan epämääräistä (Ojasalo 2009, 101). Tarvitsin tiedon siitä, kuinka kiinnostavina eri vierailukohteet koettiin, miten toimivaksi kunkin päivän tekninen järjestely oli koettu ja mitä toiveita tai kehitysehdotuksia matkaohjelmien sisältöön haastatteluun osallistuneilla oli. Tavoitteena oli saada matkalaiset vapautuneesti kertomaan kokemuksistaan, näkemyksistään ja toiveistaan, joita voi käyttää ohjelmien jatkokehittämisessä. Ensimmäisen ryhmähaastattelun tein kolmannen matkapäivän iltana, jolloin edellisten päivien tapahtumat olivat vielä tuoreessa muistissa. Haastattelu kesti noin kaksi tuntia. Toisen kahden tunnin pituisen haastattelun tein autossa matkalla lentokentälle. Ryhmä oli pieni, mutta varsin heterogeeninen, minkä vuoksi erilaisia näkökulmia tuli esille. Ryhmähaastattelujen etuna oli ryhmän jäsenten henkilökohtaiset ja yhteiset kokemukset, joista virisi kiinnostavaa keskustelua ja kehitysideoita tulevien matkojen suhteen (Ojasalo 2009, 100). Äänitin haastattelut, ja litteroin äänitykset sekä pelkistin tiedon aineistoksi analyysiä varten. Pelkistämisen tarkoituksena oli selkeyttää ja tiivistää aineistoa. Ryhmähaastattelujen tukena käytin teemalista, jossa haastattelujen keskeisinä teemoina olivat:

- Vastaanotto
- Tarjonta, monipuolisuus
- Viihtyisyys
- Saavutettavuus
- Miten vierailukohde koettu kohteena?
- Tulkkaukset – Miten kielitaidottomat kokevat kohteen?
- Mikä tarjonnassa tärkeää on non-verbaalisesti?
- Kehitysideat
- Mikä tärkeintä/parasta kohteessa?
- Onko jotain yhdentekevää?

#### 3.4.1 Matkalaisten kommentit ja kehitysehdotukset

Ryhmähaastatteluissa esille tulleet seikat vahvistivat verkkokyselystä saamaani tietoa ihmisten toiveista matkaohjelmien suhteen. Tutkimusaineisto osoittaa, että pilottimatkoilla parhaana koettiin paikallisten ihmisten kohtaaminen yksilötasolla, eikä osana ”kasvotonta turistilaumaa”. Tavallisen elämän näkeminen, sekä ilmapiirin ais-

timinen eri vierailukohteissa koettiin hyvänä. Erikoisesti kohtaamiset paikallisten kanssa ja elämykset esimerkiksi Jerusalemin vanhankaupungin juutalaiskorttelissa, Karmel-vuoren druusikylässä sekä lasten päiväkodin vierailulla Tiberiaksessa koettiin merkityksellisinä. Paikalliseen kulttuuriin, tapoihin ja perinteisiin tutustuminen koettiin kiinnostavana kaikkialla matkojen aikana. Juutalainen kulttuuriperinne herätti kiinnostusta mm. lasten päiväkodissa ja synagogissa. Koettiin, että kaikki galleriat ja taidenäyttelyt yleensä tarjosivat runsaasti elämyksiä ja kiinnostavaa katseltavaa. Yksikään ei tuntunut turhalta. Israelilainen ruokakulttuuri koettiin niin ikään kiinnostavana ja maukkaana. Erityisesti sapattiateria ja lounas druusikylässä saivat runsaasti kiitosta. Kaunis luonto, upeat maisemat ja näköalapaikat arvostettiin korkealle. Musiikkimais-tiaiset tarjosivat uusia elämyksiä ja ne koettiin hyvinä. Perusturistimatkaan verrattuna hyväksi koettiin uudet ja erikoiset elämykset.

Kaiken kaikkiaan matkat koettiin erityislaatuisina ja aidosti kiinnostavina. Yksi ryhmän naisista sanoi olevansa kahdeksannellatoista Israelin matkallaan ja lähes kaikki vierailukohteet olivat hänelle uusia. Ensimmäisessä haastattelutilanteessa 34-vuotias mies kertasi päivän tapahtumia seuraavasti:

Ollaan saatu kokea uusia ja erilaisia asioita ja nähdä mikä kulttuurien sulatus-uuni Israel todellisuudessa on. Ihmettelen vieläkin surrealistista tunnettani tän päivän kokemuksista. Aamupäivällä tutustuttiin juutalaiseen taiteilijakylään ja maisteltiin paikallisia viinejä Golanin viinitilalla eloisan juutalaisnaisen opastuksella. Iltapäivällä Golanin vuorilla ratsastaessa havahduttiin noin kolmen kilometrin päästä Syyrian puolelta kuuluviin laukausten ääniin ja pysähdyttiin hetkeksi katsomaan kun räjähdysten aiheuttama pölypilvi laskeutui. Jatkettiin matkaa ohi kuudenpäivänsodan aikaisen tankin, jotka on jätetty muistomeriksi 47 vuoden takaisista tapahtumista...Parin tunnin kuluttua istuin aivan Jordanian rajalla Hammat Gaderin kylpylässä samassa porealtaassa hunnutetun musliminaisen kanssa arabipoikien viritellessä rukouslauluaan viereisessä altaassa. Tämä vaatii sulattelua...

Matkaohjelma ei kuitenkaan ollut täydellinen. Yleisesti ottaen kiirettömyyttä ja lepoistusta kaivattiin matkan aikana. Huonona asiana koettiin informaation puute. Ohjelmasisällöstä ja päivän kulusta yleensä olisi kaivattu enemmän yksityiskohtaista tietoa edellisiltana, jotta olisi pystytty paremmin orientoitumaan tulevan päivän tapahtumiin. Enemmän tarinointia paikallisesta elämästä ja historiasta kaivattiin niin ikään.

Ryhmähaastatteluissa tuli esille varteenotettavia kehitysehdotuksia. Kielitaidottomille toivottiin musiikki- ja teatteriesityksiä, joita voi non-verbaalisesti ymmärtää aistimalla. Kulinarismi kiinnostaa yleisesti useimpia jossain määrin. Matkaohjelmiin ehdotettiin pientä johdatusta israelilaiseen ruokakulttuuriin maistiaisineen. Vierailu druusikylässä koettiin uutena ja erilaisena elämyksenä ja ehdotettiin tapaamista paikallisen perheen kanssa, jotta kulttuuri avautuisi paremmin ymmärrettäväksi. Matkaohjelmiin toivottiin myös valinnanvaraa. Haluttiin, että tarjolle suunniteltaisiin vaihtoehtoja tekemistä varsinkin sapatiksi, joka on juutalaisilla alueilla monin paikoin vapaapäivä ja lähes kaikki kaupat ja ravintolat ovat suljettuja. Ryhmän palautteen perusteella hostelliin koottiin ensimmäisen pilottimatkan jälkeen lista yhteystietoineen myös sapatina tarjolla olevista toiminnallisista palveluista, kuten esimerkiksi polkupyörävuokraamosta, purjehduksista Genesaretilla, Nasaretin kiinnostavista kohteista, patikointireiteistä ja picnic-kohteista sekä kylpylöistä ja uimarannoista Tiberiaksen seudulla. Uusissa kulttuuriohjelmissa on tarjolla myös koko päivän retkiä sapatina. Koska paikallisten ihmisten ja taiteilijoiden kohtaamiset sekä kuva- ja käsityötaide koettiin matkalla varsin merkityksellisinä, tämä otettiin huomioon matkaohjelmakohteita valitessa uusiin ohjelmiin (liite 7). Positiivisen palautteen vuoksi Safed, Rosh Pina, Ein Hod ja Ani'am gallerioineen ja taitelijatapaamisineen sisällytetään uusiin ohjelmiin. Elämyksellisinä koetut päiväkodin kabbalat shabbat –juhla sekä vierailu synagogassa ja druusikylässä pidetään ohjelmistossa niin ikään.

Ryhmähaastattelut onnistuivat kohtalaisen hyvin. Haastatteluissa saatu tieto ihmisten kokemuksista ja odotuksista sekä esille nousseet kehitysehdotukset olivat hyödyllisiä varsinaisten matkaohjelmien suunnittelussa. Uusiin ohjelmiin sisällytettiin esimerkiksi paljon mahdollisuuksia tutustua paikallisten elämään ja keskustella eritaustaisen ihmisten kanssa. Uudet ohjelmat rakennettiin myös aikataulullisesti kiireettömän tuntuisiksi. Haastattelutilanteissa en saanut vastauksia kaikilta. Haastattelutilanteisiin tulisi etsiä paras mahdollinen ajankohta ja panostaa haastateltavien motivoimiseen. Toinen haastattelija olisi saattanut vilkastuttaa keskustelua. Kuten Ojasalo toteaa, kaksi haastattelijaa voi onnistua saamaan haastattelutilanteista monipuolisempia tuloksia kuin yksi (Ojasalo 2009, 101).

### 3.5 Havainnointi pilottimatkoilla

Havainnointi soveltuu hyvin kehittämistehtävään, jonka tarkastelun kohteena on yksilöiden toiminta, kokemukset ja vuorovaikutus toisten ihmisten sekä ympäristön kanssa uusissa ennakoimattomissa tilanteissa. Ihmisten arvostuksista saa tietoa seuraamalla miten he todellisuudessa toimivat. (Ojasalo 2009, 103.) Tarvitsin havainnoimalla saatua tietoa matkalaisten todellisista kokemuksista niin matkanjärjestelyjen kuin vierailukohteiden sisällöllisen annin suhteen. Tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon ja mahdollisimman monipuolista tietoa vierailukohteiden kiinnostavuudesta. Matkojen aikana sain tärkeää tietoa matkaohjelmien toimivuudesta havainnoimalla matkustajien non-verbaalista käyttäytymistä ja ilmapiiriä eri paikoissa vierailujen aikana. Kiinnitin huomiota aiemmin mainittuihin ryhmähaastattelun teemoihin vierailukohteiden suhteen. Havainnointitekniikkana käytin strukturoimatonta, eli joustavaa ja väljää toimintaa (Mt., 105). Pysin pitämään emotionaalisen etäisyyden havainnoitavaan ryhmään, jotta havainnoinnin objektiivisuus ei heikentyisi. Äänitin huomioni sanelukoneeseen ja litteroinnin jälkeen pelkistin havainnot aineistoksi, josta käy ilmi oleelliset tekijät matkaohjelmien sisältöanalyysia varten. Havainnoimalla saatu tieto oli merkittävää matkaohjelmien kehittämistyössä. Käytännön havainnot osoittivat miten erilaiset vierailut ja toiminnot voi organisoida käytännössä toimiviksi kaikille osapuolille, niin matkustajille kuin palveluntarjoajille.

#### 3.5.1 Matkalaisten kokemukset ja tarpeet

Havainnoimalla sain tietoa siitä, miten erilaiset ihmiset kokevat eri asiat matkalla ja toisaalta minkälaisia tarpeita matkan onnistumisen ja miellyttävyyden suhteen matkustajilla on. Pystyin päättämään mitkä vierailukohteet tarjosivat eniten elämyksiä ja mitkä koettiin kiinnostavina tai tavanomaisina. Miesten ja naisten välillä kokemuksissa vierailukohteiden kiinnostavuuden suhteen ei ollut eroja. Safedin taidegalleriat ja erikoinen ilmapiiri koettiin jokseenkin kiehtovana. Samoin Rosh Pina ja Ein Hod taidestudioineen ja taiteilijatapaamisineen herättivät kiinnostusta matkalaisissa. Yleensä kiinnostus basaareissa kiertelyä kohtaan ei ollut suuri. Upeita maisemia ja kiinnostavia rakennuksia ihasteltiin ja kuvattiin. Matkojen aikana käymieni keskustelujen pohjalta voi sanoa, että vierailu Jerusalemissa oli kaikille tärkeintä Israelin matkal-



la. Varsinkin Jerusalemin vanhankaupungin juutalaiskortteli ja Länsimuuri koettiin monintavoin elämyksellisiksi ja merkittäviksi vierailukohteiksi. Hurva-synagogan aukio tarjosi ainutlaatuisen mahdollisuuden kohdata paikallisia, kuulla musiikkiesityksiä ja elää hetki paikallisten ilmapiirissä. Musiikkiesityksiä toivottiin runsaasti matkaohjelmiin. Yleisesti druusikulttuuriin haluttaisiin tutustua lähemmin. Kiinnostus musiikkiesityksiin ja druusikulttuuriin huomioitiin uusien matkaohjelmien (liite 7) räätälöinnissä. Taidetyöpajoista ja muista toiminnoista ollaan yleisesti kiinnostuneita, mutta kun tulee tilaisuus osallistua tekemiseen, moni muuttaa mielensä viime hetkellä. Sitovat ilmoittautumiset ja ennakkomaksu saattavat poistaa tämän ongelman. Vapaaehtoistyö mahdollisuuksia kyseltiin matkojen aikana jonkin verran. Kiinnostavaa vapaaehtoistyötä olisi hyvä kartoittaa Tiberiaksen seudulla.

Eri vierailukohteissa tarvittavaan aikaan sain havainnoimalla niin ikään tarvitsemani tiedon. Taiteilijakaupungeissa ja –kylissä ihmiset tarvitsevat runsaasti aikaa tutustua kohteen tarjontaan omassa tahdissaan. Ryhmien heterogeenisuuden vuoksi toiset olisivat halunneet paljon enemmän aikaa esimerkiksi Safedin taiteilijakaupungissa kun taas toiset halusivat kärsimättöminä jatkaa matkaa. Ohjelmatarjonnan suunnittelun kannalta hyödyllinen havainto oli se, että ihmiset voidaan karkeasti jaotella kahdenlaiseen ryhmään. Toiset haluavat kokea ja nähdä mahdollisimman paljon matkansa aikana ja tiiviskään matkaohjelma ei heitä tunnu rasittavan. Toiset, suurin osa, haluaa leppoista tutustumista paikalliseen elämään ja ihmisiin. He haluavat aistia paikallista ilmapiiriä ja kokea syvällisiä uusia elämyksiä. Varsinkin taiteilijat ja taiteen harrastajat halusivat paljon aikaa inspiraatioiden syntymiselle vierailuilla taiteilijayhteisöissä. Käytännössä riittävä aika kuhunkin kohteeseen on ”lyötävä lukkoon”, jotta hätäiset eivät pilaa muiden vierailua kohteessa. Ihmisten kohtaamiset kaikkialla ja kokemusten jakaminen näytti merkitsevän paljon niin paikallisille kuin turisteillekin. Esimerkiksi vierailu vanhan partisaanin kotona koettiin puolin ja toisin hyvänä kohtaamisena. Mies kertoi tarinansa siitä, kuinka oli sodan aikana pienenä poikana piileskellyt natseja paossa Puolan metsiköissä kolmen vuoden ajan ja kuinka hän sisrensa kanssa ihmeen kaupalla selvisi holokaustista hengissä. Matkalaiset kokivat aidon kohtaamisen arvokkaana.

Kaiken kaikkiaan tutkimustulokset toivat oleellista tietoa kehittämistyön kysymykseen. Ilman kokeilemalla kehittämistä matkaohjelmien räätälöinti olisi perustunut enemmän

olettamuksiin kuin käytännön tietoon. Matkan onnistuminen koostuu monesta pienestä tekijästä ja nuanssista, joihin on vaikea valmistautua etukäteen, ellei ole aikaisempaa ymmärrystä ihmisten käytöksestä erilaisissa tilanteissa. Tuottaja hoitaa sujuvat käytännön järjestelyt ja antoisan ohjelmasisällön, mutta taitava opas on avainasemassa yleisen ilmapiirin luomisessa. Lisäksi sosiaalisilla taidoilla on oleellinen merkitys ryhmädynamiikkaan. Sopivien matkaoppaiden kanssa tulee verkostoitua, sillä matkaohjelmiin tarvitaan hyvät oppaat. Kun matkoja markkinoidaan suomalaisille, kielitaidottomat tarvitsevat tulkkauksen kohteissa, joissa kerrotaan paikan historiasta tai perinteistä. Taiteilijatapaamisiin ja taidetyöpajoihin tarvitaan niin ikään tulkkaus. Pilottimatkoilla toimin itse tulkkina, mutta tulevaisuuden matkat joudutaan ehkä myymään englannin kielisinä, koska suomea taitavaa tulkkia on hyvin haastavaa löytää Tiberiaksessa. Tulkkaaminen on myös kustannuskysymys. Mikäli taitava tulkki löydetään, lisätään hänen palkkansa matkan hintaan.

#### 4 UUDENLAISTEN MATKAOHJELMIEN RÄÄTÄLÖINTI

Kehittämistyön varsinainen tuote oli uusi palvelukonsepti, joka muodostui taide- ja kulttuuriohjelmista. Kehittämishankkeen alussa suunnitelmassa oli räätälöidä noin seitsemän päivän pituisia matkapaketteja, joihin sisältyisivät lennot Suomesta Israeliin. Työn edetessä kiinnitin huomiota Richardsin kulttuurimatkailun trenditutkimuksissa seuraaviin seikkoihin: nykyään matkailijat yhä enenevässä määrin varaavat majoitukset ja lennot internetissä matkanpalveluja välittäviltä sivustoilta ja räätälöivät yksilölliset matkansa itse. Samalla pakettimatkojen kysyntä vähenee. Heikon maailmanlaajuisen taloustilanteen vuoksi halpalentoyhtiöiden suosio kasvaa ja yhä useammat valitsevat edullisimman lentotarjouksen verkosta. Edullisimpien majoitusten sekä toisaalta luksus-luokan majoitusten kysyntä lisääntyy. Myös lyhyet, muutaman päivän pituiset matkat lisääntyvät. Terveystietoisuuden kasvaessa wellness-matkojen kysyntä puhtaille, saastumattomille alueille lisääntyy. Ihmisten halu oppia läheisesti tuntemaan uusia kulttuureja on lisännyt viime vuosina vapaaehtoismatkailua maailmanlaajuisesti. Kielten opiskelumatkat yhdistettyinä paikalliseen kulttuuritoimintaan ovat niin ikään lisääntyneet. (Richards 2011, 3,6,8,16.) Olen työssäni Suomessa havainnut Israelissa järjestettävien heprean kurssien sekä vapaaehtoistyön kysynnän

tasaisen kasvun. Työn tilaaja voisi kehittää tarjontaa tähän kysyntään. Tämän kehittämistyön keskiössä on kuitenkin lyhyiden kulttuurimatkojen räätälöinti. Käytyäni pitkiä keskusteluja työn tilaajan kanssa ohjelmatarjonnan konseptoinnista, tulini siihen tulokseen, että matkaohjelmat on viisainta rakentaa erisisältöisiksi päiväohjelmiksi, joista asiakkaat voivat valita juuri heitä kiinnostavan taide- ja kulttuuritarjonnan niin moneksi päiväksi kuin haluavat. Syynä tähän ovat ihmisten yksilölliset tarpeet ja mieltymykset, joihin katsoin voivani parhaiten vastata joustavalla ohjelmatarjonnalla. Ympärivuotisen ohjelmatarjonnan lisäksi päätin kysynnän vuoksi suunnitella työn tilaajan kanssa teemamatkaohjelmia juutalaisten juhlien aikaan. Keskityin kehittämään matkaohjelmat Galilean ja Golanin alueelle, missä on kohtalaisesti monimuotoista paikallista taide- ja kulttuuritarjontaa. Kaunis ja puhdas luonto sekä Galilean alueen tunnetusti terveysvaikutteiset mineraalikelvyt tarjoavat mahdollisuuden kokonaisvaltaiseen rentoutumiseen kulttuurielämysten lomassa.

#### 4.1 Modulaarinen ohjelmatarjonta – vapaus valita

Asiakaslähtöisen ohjelmajärjestelmän tuotteistamisen suuri haaste on se, että toiveita tahtoo olla yhtä monta kuin on kuluttajia. Toisaalta toiveiden moninaisuutta ei välttämättä tarvitse lakaista maton alle, vaikka kaikkiin odotuksiin ei pystykään tarjoamaan vastausta. Yksi vartenotettava vaihtoehto joustavan ja monipuolisen sekä myös kustannustehokkaan ohjelmajärjestelmän tuottamiseen on palvelun jakaminen osiin, moduuleihin. Moduuleista voi massaräätelöidä erilaisia ohjelmakokonaisuuksia, tai asiakkaat voivat poimia moduuleista yksittäisiä, juuri heitä kiinnostavia ohjelmia. (Tonder 2013, 106-107.) Järjestelmä on kätevä, koska moduuleihin on helppo tehdä parannuksia, ilman että muutokset vaikuttavat muihin ohjelmakokonaisuuksiin. Kustannustehokkaan ja lähes riskittömän moduulirakenteesta tekee tässä kontekstissa se, että mitään investointeja ei tarvita. Ohjelmat ostetaan etnisistä kylistä, kibbutseilta, taideyhteisöiltä ja muilta luovien alojen toimijoilta. Varaukset tehdään etukäteen, mutta vain toteutuneista kävijämääristä maksetaan. Toisaalta moduuleina ostetut ohjelmat ovat myös asiakkaille edullisia, sillä he voivat poimia tarjonnasta päivän retkiä tai yksittäisiä opastettuja vierailuja valitsemaansa kohteeseen. Esimerkiksi viikon pituinen ohjelmajärjestelmä tulisi kalliimmaksi. Riskin muodostaa eri toimijoiden palvelujen laadun vaihtelut. Suurin osa ohjelmamoduuleista on rakennettu niin, että ne tarjoavat

musiikki- ja makuelämyksiä, tanssia, kuva- ja käsityötaidetta sekä mahdollisuuden kohdata paikallisia heidän arkielämänsä keskellä. Milloin mahdollista, myös osallistua tanssiin ja lauluun heidän kanssaan ja näin jakaa yhteisiä elämyksiä yli kulttuurirajojen.

Hinnoittelin ohjelmapaketit kustannusperusteisesti. Käytin myyntihinnan pääperusteena tuotantokustannuksia minimi osallistujamäärän mukaan laskettuna ja lisäsin hintaan yrittäjän katetavoitteen. (Tonder 2013, 89.) Yrittäjän kannalta näin hinnoittelun palvelun kannattavuus on välittömästi nähtävissä ja tuotantokustannusten muuttuessa on hinnoittelu nopeasti korjattavissa. Kuten Tonder toteaa, pitäisi hinnottelu mieltää osaksi yrityksen tuotekehitys- ja markkinointistrategiaa. Matkailupalvelut ovat useimmiten aineettomia ja niiden arvon esittely saattaa olla haastavaa. Oikeastaan myytävä tuote on asiakkaalle jäävä kokemus, että hänen tarpeensa on tyydytetty. (Mt., 88.) Hinnoittelussa on syytä muistaa, että asiakkaiden mielissä kallis hinta ja laatu liittyvät väkisin yhteen (Apunen, Parantainen 2011, 164). Räättälöityjen matkaohjelmien hinnat verrattuna muiden matkanjärjestäjien keskimääräisiin hintoihin Israelissa ovat kilpailukykyisiä. Kuljetuskustannukset nostavat hintaa eniten. Itsevuokratulla autolla ajettut self-drive-retket tulevat edullisimmiksi.

#### 4.2 Kehitettävien ohjelmasisältöjen valinta

Uuden kulttuuriohjelmatarjonnan myötä David Hostellin liikeideaan on tullut uusi näkökulma. Asiakkaille tarjotaan mahdollisuus oppia ymmärtämään paremmin sitä, kuinka toisistaan hyvin erilaisen identiteetin omaavat ryhmät, juutalaiset, arabit, druusit, tserkessit ja kristityt, elävät rintarinnan suhteellisen pienellä alueella Galileassa ja toimivat yhteistyössä keskenään huolimatta alueen toisinaan varsin kireästä poliittisesta tilanteesta. Taiteen ja kulttuurin kautta käydään aitoa dialogia eri ryhmien välillä. (D. Habler, henkilökohtainen tiedonanto 1.8.2014.) David Hostel tarjoaa mahdollisuuden tutustua Israelin eri etnisten ryhmien arkeen ja yhteiseloon taiteen ja kulttuurisen vuoropuhelun kautta. Tarjolla on mahdollisuuksia uudenlaisen ymmärryksen löytämiseen Israelin haastavaa arkea kohtaan.

Tavoitteena oli suunnitella mahdollisimman aidot, monikulttuuriset ja monipuoliset matkaohjelmat, joihin sisältyy vierailuja taiteilijayhteisöihin, etnisiin kyliin sekä osallistumista taidetyöpajoihin ja juutalaisiin juhliin. Punaisena lankana ohjelmien kehittämisessä oli vierailukohteiden omaperäisyys ja mahdollisuus uudenlaisiin kokemuksiin ja elämyksiin paikallisen taiteen ja kulttuurin sekä tavallisten ihmisten kohtaamisen kautta. Matkaohjelmat tarjoavat mahdollisuuden nähdä israelilaista monikulttuurisuutta ja elämää ikään kuin sisältäpäin. Valitsin ohjelmatarjontaan pilottimatkoilla testattujen vierailukohteiden lisäksi uusia kiinnostavia etnisiä kyliä. Työn tilaaja kommentoi valintoja ja lisäsi kohteisiin esimerkiksi taiteilijatapaamisia. Kohteiden ympärivuotinen saavutettavuus oli tärkeä kriteeri valinnoissa. Ohjelmasisällöt soveltuvat lähes kaikenikäisille normaalikuntoisille matkaajille. Liikuntarajoitteisille kaikki retket eivät sellaisinaan sovellu, mutta tilauksesta voidaan räätälöidä erikoisohjelmia erityistarpeet huomioiden.

Taiteilijakaupunkikohteeksi valikoitui Safed, joka sijaitsee puolen tunnin ajomatkan päässä Tiberiaksesta. Kaupunki kukoisti 1500-luvulla, jolloin monet juutalaiset oppineet mystikot pakenivat Safediin Espanjan inkvisitiota. Safedista tuli juutalaisen maailman hengellinen keskus, missä kabbala, juutalainen mystiikka, kehittyi huippuunsa. Nykyään kaupunki tunnetaan kiehtovana taiteilijakaupunkina, jonka vanhankaupungin sydämessä kapeilla kujilla on lukuisat taiteenalat edustettuina vierä vieressä sijaitsevilla taiteilijastudioissa ja gallerioissa. Alueella on lisäksi museoita ja keskiaikaisia synagogia. Safedissa järjestetään vuosittain lukuisia värikkäitä festivaaleja ja erilaisia kulttuuritapahtumia. (Safed 2014.) Safed valittiin vierailukohteeksi sen monipuolisen taidetarjonnan ja lukuisten kulttuuritapahtumien sekä ainutlaatuisen ilmapiirin vuoksi. Safed taiteilijakaupunkina on käsite itsessään ja siellä voi vierailla ympäri vuoden.

Taitelijakylä vierailukohteeksi valittiin Rosh Pina, Ani'am sekä Ein Hod. Vuonna 1878 perustettu Rosh Pina on yksi ensimmäisistä paluumuuttajien asutuksista Galileassa (Rosh Pina 2014). Nykyään kaupungin vanhassa osassa on kiinnostavia taidegallerioita ja kahviloita. Kylä valikoitui vierailukohteeksi sen uniikkien gallerioiden vuoksi. Paikan arvoa vierailukohteena lisää mahdollisuus keskustella paikallisten taitelijoiden kanssa heidän studioissaan. Rosh Pinassa sijaitsee myös kiinnostava Woodsong-musiikkistudio, missä voi kuulla taiteilijan tarinan soitinten taustoista ja valmistuksesta, sekä rauhoittavan ja elämyksellisen konsertin afrikkalaisittain sisustetussa salissa.

Kylän omaleimainen ilmapiiri koettiin pilottimatkoilla varsin kiinnostavana. Kylässä voi vieraila vuoden ympäri. Ani'am on pieni uudisasutus Golanin kukkuloilla, jonka asukkaat koostuvat eri alojen taiteilijoista. Kylässä on nähtävänä käsityö-, kuva- ja korutaidetta sekä tekstiilitöitä. Myös erilaisiin taidetyöpajoihin on mahdollisuus osallistua. (Ani'am 2014.) Kylä valittiin vierailukohteeksi monipuolisen ja ympärivuotisen taidetarjonnan, taiteilijatapaamisten sekä taidetyöpajojen vuoksi. Ein Hod on Israelin suurin taiteilijakylä, missä asuu nykyään sataviisikymmentä eri alojen taiteilijaa perheineen. Kylässä järjestetään erilaisia taidetapahtumia ja konsertteja sekä luentoja eri taiteen aloilta. Taidetyöpajoja esimerkiksi savenvalannasta kankaanpainantaan ja tiffanytöistä kuvanveistoon on tarjolla. (The beginning 2014.) Ein Hod valikoitui vierailukohteeksi sen taidetarjonnan laajuuden ja monipuolisuuden vuoksi. Museoissa on nähtävillä taidetta 50-luvulta tähän päivään ja teokset edustavat hyvin taiteen eri tyyliä. Kylä on vierailijoille avoinna ympäri vuoden.

Druusikulttuuriin pääsee tutustumaan vierailulla Daliyat al Carmel-kylässä, missä tutustutaan druusien historiaan, uskomuksiin ja nykypäivään. Kylä valittiin tutustumiskohteeksi sen monipuolisuuden ja avointen ihmisten vuoksi. Kylässä voi aistia tavallista druusien arkea ja ilmapiiriä aidoimmillaan, ympärivuoden.

Tserkessien Kfar Kama-kylässä voi tutustua kansan historiaan ja kuulla kuinka he saapuivat 1800-luvun lopulla Kaukasuksen vuorilta Israeliin ja kuulla tarinoita kansanperinteistä. Kylässä esitetään perinteistä musiikkia ja tanssitaan vauhdikkaita kansantansseja. Tserkessien perinnekäsitöitä on niin ikään nähtävillä. (D. Habler, henkilökohtainen tiedonanto 31.5.2014.) Kylä valittiin ympärivuotiseksi vierailukohteeksi hyvän historian ja persoonallisen perinteiden esittelyn vuoksi.

Beduiinien historiasta, perinteistä ja tämän päivän elämästä kuullaan beduiiniteltan suojassa Shibli-kylässä. Kylä tuli valituksi vierailukohteeksi sen vuoksi, että siellä kuulee aavikon tarinoita beduiinien vieraanvaraisessa ilmapiirissä ja lisäksi saa nähdä kuinka heimo todellisuudessa tänä päivänä on valinnut asunnoikseen kauniit huviilat. (D. Habler, henkilökohtainen tiedonanto 31.5.2014.)

Arabikulttuuriin pääsee tutustumaan monipuolisesti Nasaretissa, missä asuu Israelin suurin arabiyhteisö. Vanhan kaupungin kujilla voi nähdä aitoa arabien arkea ja jutella

paikallisten kanssa. Vierailu arabikodissa vanhan kaupungin sydämessä tarjoaa kiinnostavan mahdollisuuden aistia elämää tämän päivän Israelissa. Paikalliseen debkantsiin ja arabimusiikkiin sekä arabikeittön makuelämyksiin pääsee tutustumaan illanistujaisissa paikallisten kanssa. (D. Habler, henkilökohtainen tiedonanto 31.5.2014.) Nasaret oli luonnollisin valinta arabikulttuuriin tutustumiseen kaupungin kulttuuritarjonnan laajuuden vuoksi.

Juutalaisista juhlista ohjelmatarjontaan valittiin sapatit-, purim-, sukkot- sekä hanukka-juhlat. Purim-, sukkot- ja hanukka-juhlat valittiin niiden iloisen luonteen ja huippusesongin ulkopuolisen ajankohdan vuoksi. Juhlat ovat luonteeltaan sellaisia, että niiden aikana on luontevaa tutustua paikallisiin. Tarkoituksena on tarjota hostellin asiakkaille mahdollisuus tutustua aitoon tapaan viettää kyseisiä juhlia paikallisten kanssa. Sapatit on juutalaisista juhlista suurin ja se alkaa joka perjantai auringon laskiessa ja jatkuu lauantai-iltaan (Shabbat 2014). Sapatin merkitykseen ja sisältöön tarjotaan mahdollisuus tutustua lasten päiväkodin Kabbalat Shabbat-juhlasta alkaen. Sapatiterian valmistuksen perinteitä opettaa paikallinen emäntä. Synagoga-vierailu avaa mahdollisuuden nähdä ja kokea sapatin ydintä ikään kuin sisältäpäin. Purim-juhla osuu yleensä maaliskuulle (Purim 2014). Juhlaohjelmaan sisällytetään toimintaa päiväkodissa, missä autetaan lapsia valmistamaan naamiaisasut ja pukeutumaan niihin. Karnevaalimainen juhla vietetään yhdessä paikallisten kanssa ja tutustutaan paikalliseen elämään iloisessa juhlahumussa. Sukkot- eli lehtimajajuhlaa vietetään lokakuussa. Seitsemänpäiväinen juhla alkaa lehtimajan rakentamisella ja majan koristelulla (Sukkot 2014). Majassa aterioidaan ja seurustellaan ystävien kanssa. Koska juhlan ensimmäinen päivä on varsinainen juhlapäivä, saa kahden päivän aikana käsityksen siitä, mistä juhlassa on kysymys. Vapaaehtoistyönä voi auttaa paikallisia lehtimajojen rakentamisessa, jolloin samalla pääsee tutustumaan lähemmin paikalliseen elämään. Hanukka on neljäs ohjelmaan valittu juhla. Hanukkaa juhlietaan joulukuussa (Chanukkah 2014). Koska hanukka-juhlaan liittyy oleellisesti öljyihme, ohjelmaan sisällytettiin vierailu druusien oliivitarhaan, jossa kerrotaan oliiviöljyn puristuksen perinteistä ja nähdään miten oliiveista puristetaan öljyä tänä päivänä. Ohjelmaan sisältyy päivä Safedin taiteilijakaupungissa, missä järjestetään illalla erityinen hanukkakynttiläparaati kynttilöin valaistuilla kapeilla galleriakujilla sekä konsertteja ja muita juhlaan liittyviä tapahtumia.

Wellness-matkojen kysynnän jatkuvan lisääntymisen vuoksi räätälöin hostellin asiakkaille kaksi holistista, kokonaisvaltaista hyvinvointipäivää. Ohjelmiin sisältyy esimerkiksi aamujooga, luomuaamiainen, rentoutumista, meditointia ja virkistymistä osana luontoa. Ratsastusretki Golanin kukkuloilla, purjehdus Genesaretin järvellä sekä vierailu terveyskylpylään tarjoavat mahdollisuuden leppoistukseen ja rentoutumiseen.

Tarjolla on myös Galilean alueella pitkin vuotta järjestettäviä taide- ja kulttuuritapahtumia sekä festivaaleja, joita voi yhdistää hostellin tarjoamiin kulttuuriohjelmiin. Tapahtumiin järjestetään tarvittaessa kuljetus hostellin asiakkaille. Tavoitteena on tarjota mahdollisuus osallistua paikallisiin juhliin. Paikallisten kohtaaminen tavallisiina ihmisinä eikä vain turistien palvelijoina tuo vierailijalle uutta syvyyttä kulttuurielämyksiin.

Omatoimimatkailun lisääntyessä ihmiset usein joko vuokraavat auton kohdemaassa tai ekologisuutta ajatellen kulkevat junilla tai linja-autoilla. Tel Avivin lentokentältä Tiberiakseen on hyvät kulkuyhteydet Haifan kautta julkisillakin kulkuvälineillä, mutta kuljetuspalvelua kaipaaville asiakkaille järjestetään lentokenttäkuljetukset tilauksesta. Vierailukohteiden syrjäisen sijainnin vuoksi ohjelman retket joudutaan ajamaan autolla. Luonnon ja ylimääräisten kulujen säästämiseksi lähemmäs sijaitsevat vierailukohteet on yhdistetty samalle retkelle ajokilometrien minimoimiseksi.

#### 4.3 Verkostojen rakentaminen

Oleellinen osa kehittämistyötä oli yhteistyöverkoston rakentaminen eri taiteilijayhteisöjen, luovien alojen toimijoiden, kibbutsien ja muiden paikallisten toimijoiden kanssa Israelissa. Aluksi kartoitin työn tilaajan kanssa yhdessä minkä tyyppistä kulttuuritoimintaa, taidenäyttelyitä, taidetyöpajoja, musiikki- ja tanssiesityksiä eri kylissä on tarjolla. Etsimme mahdollisuuksia tutustua eri taiteenalojen ja kulttuurien edustajiin. David Hablerin paikallisen kulttuurikentän tuntemus oli avainasemassa useiden kohteiden löytämisessä ja yhteistyön aloittamisessa. Kuten kulttuurin matkailullisen tuoteistamisen toimintaohjelmassa on todettu, kulttuurimatkailuklusteri pitää sisällään monia toimijoita. Yhteistyön on perustuttava luottamukseen ja kumppanuuteen, jotta uusia ideoita voidaan yhdessä kehittää. Kulttuurimatkailun kehittämiseen löytyy usein yhteistyötahoja useilta eri aloilta. (Matkailu ja kulttuurin syke 2013, 16-17.) Näin myös



tässä kehittämistyössä yhteistyötahoja löytyi varsinaisten kulttuuritoimijoiden lisäksi niin hyvinvointipalvelu ja liikunta- kuin kotitalous- ja kasvatusaloilta. Varsinaisten kulttuuriohjelmien lisäksi tarjolla on esimerkiksi kylpylä- ja hierontapalveluja, joogatunteja ja muuta liikunnallista toimintaa. Näiden toivotaan osaltaan täydentävän taide- ja kulttuuriohjelmien houkuttelevuutta.

Yhteistyökumppanit ovat motivoituneita yhteistyöhön, mikä tuo heille uusia asiakkaita, lisätuloja ja tunnettuutta. Osa opastuksista ja terveysvaikutteisista hoidoista sekä liikunnallisista ohjauksista toteutetaan oppilastöinä. Työn tilaaja työskentelee Kinnet Collegessa elokuva- ja TV-tuotannon opettajana ja voi tarjota oppilaitoksen matkailualan sekä vaihtoehtolääketieteen viimeisen vuoden opiskelijoille työharjoittelua hostellin palvelujen parissa. Oppilaat ovat motivoituneita ja heillä on alalta uusinta tietoa. Toisaalta se saavat työstä arvokasta työkokemusta sekä tuloja. Matkustajilla on halutessaan mahdollisuus oppia tuntemaan tämän päivän opiskelijaelämää Israelissa oppilaiden kautta. Työn tilaajan oppilaiden kanssa suunniteltiin myös illanistujaisia tanssi- ja musiikkiohjelmiseen kulttuurimatkailijoille. Yhteistyötä vahvistetaan taidekylien työpajojen taiteilijoiden, sekä eri etnisten kylien edustajien kanssa niin ikään. Riittävän tiivis yhteydenpito eri toimijoihin on välttämätöntä sillä toimivat, luotamukselle perustuvat verkostot ovat perusedellytys matkojen onnistumiselle.

#### 4.4 Markkinointi keskitettiin verkkoon

Nykyinen osallistumisen aikakausi on tehnyt kuluttajista tiedon tuottajia, joille uuden ajan teknologia tarjoaa kanavat laajaan ajatusten, tietojen ja yleisen mielipiteen levittämiseen. (Kotler, Kartajaya, Setiawan 2011, 15, 26.) Pienen hostellin aktiivisuus sosiaalisessa mediassa ja keskeisimpien globaalien majoituspalveluja välittävien yritysten sivustoilla on välttämätöntä nykyään. David Hostellin tulot koostuvat pääosin majoituspalvelusta. Koska majoitustarjontaa on Galilean alueella paljon ja kilpailu kovaa, oli ilahduttavaa huomata että Trip Advisor-, Lonely Planet-, Hostelbookers-, Hostelworld-, Airbnb- ja Vacation home rentals-sivustot osoittautuvat parhaiksi kanaviksi kohdentaa markkinointi edullisesti sinne, mistä potentiaaliset asiakkaat tietoa etsivät. Yrittäjän mukaan huonevarausten määrä lisääntyi touko-kesäkuussa noin 50% edel-

lisvuoden samaan aikaan verrattuna. Varauksia tuli eripuolilta maailmaa. (D. Habler, henkilökohtainen tiedonanto 1.8.2014.)

Emarketerin mukaan matkaa suunniteltaessa muiden arvioinneilla kohteen tasosta on suuri merkitys kuluttajien ostopäätöksessä. Matkoista noin puolet varataan verkossa ja matkan suunnitteluvaiheessa muiden kuluttajien suosituksia luetaan ahkerasti. Asiakaspalautteiden määrä majoituspalveluja välittävillä sivustoilla on lisääntynyt räjähdysmäisesti viimeisen vuoden aikana samoin palautteiden vaikutusarvo on moninkertaistunut. Trip Advisor–sivustolle annettiin yli sata miljoonaa palautetta maaliskuussa 2013, mikä on puolet enemmän edellisvuoden vastaavaan lukuun verrattuna. Sama trendi on nähtävissä myös muiden suurimpien matkanvälittäjien sivustoilla. Matkabarometri tutkimuksen mukaan 41% majoituspalvelujen välittäjien sivustoille palautteen antajista oli jakanut suosituksia myös sosiaalisessa mediassa. Majoituspalvelujen markkinointi on tämän kehityksen myötä osittain siirtynyt kuluttajien käsiin. Palautteiden sisällön luonne ja varsinkin negatiiviset palautteet vaativat yrittäjältä aktiivisuutta palautteisiin vastaamisessa. Matkustajat arvostavat yrittäjän palautteisiin vastaamista yhtä paljon kuin muiden antamaa palautteita. (With Online Reviews Critical to Travelers, Marketers Adjust Their Approach 2013.) Palautteeseen vastaaminen on proaktiivista ja positiivista palvelua, jolla negatiivinenkin palaute voidaan kääntää positiiviseksi. Trip Advisorin tutkimuksen mukaan yli puolet vastanneista ilmoitti todennäköisemmin varaavansa majoituksen hotellista, jonka johto oli vastannut asiakaspalautteisiin kuin muualta, missä johto ei reagoinut palautteisiin (How to Respond to Traveler Reviews on TripAdvisor 2014). David Hostel pyrkii jatkossa panostamaan yhteistyöhön perustuvaan markkinointiin asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Sosiaalinen media on asiakkaiden markkinoinnissa avainasemassa, lisäksi se on edullinen ja puolueeton (Mt., 17). Palvelutarjonnan ollessa aineetonta, ostaja ei voi varmaksi tietää palvelun laatua ennalta. Tämän vuoksi asiakaspalautteiden ja muun sosiaalisessa mediassa käydyn keskustelun arvo korostuu entisestään majoitus- ja kulttuurimatkaohjelmien markkinoinnin osalta. David Hostellin palvelun laatua arvostetaan aikalailla esimerkiksi Trip Advisor–sivuston asiakaspalautteiden perusteella. Erikoisesti omistajan persoonallisuutta ja palveluhenkisyttä kiitetään palautteissa lähes poikkeuksetta. Heinäkuussa David Hostelissa majailnut amerikkalainen nainen kommentoi kokemustaan:

Vierailin Tiberiaksesta heinäkuussa ja majoitin David Hostelissa. Paikka on siisti ja rauhallinen, sijaitsee lähellä nähtävyyksiä. Huoneet ovat viihtyisät ja puhtaat, niissä on TV ja jääkaappi. Yhteisissä tiloissa on keittiö. Supermarket on 5 minuutin kävelymatkan päässä. Ystävällinen ja avulias omistaja kohtaa jokaisen asiakkaan henkilökohtaisesti. Suosittelen suuresti! (David Hostel 2014)

David Hostellin kohderyhmä kulttuurimatkamainonnassa ovat globaalit kulttuurimatkailijat, seikkailijat, jotka haluavat nähdä ja kokea aitoa ja alkuperäistä paikallista taidetta ja kulttuuria sekä tutustua Israelilaiseen arkeen ja juhlaan massaturismia välttäen. David Hostellin markkinointitavoitteissa (Kuva1) on keskitytty taktisiin eli toiminnallisiin tavoitteisiin sekä yrityksen imagon kehittämiseen taide- ja kulttuuripainotteisempaan suuntaan.



Kuva 1: David Hostellin markkinointitavoitteet vuodelle 2015.

Kehittämistyön tuloksena syntynyt kulttuuriohjelmatarjonta tulee syksyllä 2014 myyntiin David Hostellin verkko- ja Facebook –sivujen kautta. Hostellin majoitustarjontaa mainostavilta kansainvälisiltä matkailusivuilta on linkit hostellin kotisivuille. Hostelli panostaa pelkästään verkkomarkkinointiin, mikä kokemuksen perusteella on tuottavampaa ja huomattavasti edullisempaa kuin esimerkiksi lehtimainokset. Työn tilaajan mukaan eniten uusia asiakkaita on tullut vuosien varella Sublet.com –sivuston kautta sekä vanhojen asiakkaiden suositusten perusteella. Markkinoinnin painopiste on siirtyy jatkossa valtaosin kansainvälisten asiakkaiden tavoittamiseen. (D.Habler, henkilökohtainen tiedonanto 20.7.2014.) Hostelli tulee panostamaan kansainvälisten asiakkaidensa osallistamiseen hostellin palvelujen kehittämisessä. Yksi askel kohti osallistavaa yhteisöllisyyttä on yrityksen uudistettaville kotisivuille tuleva asiakasblogi, johon vierailijat voivat kirjoittaa matkakertomuksia vierailustaan ja kokemuksistaan, sekä kommunikoida keskenään (Kotler ym. 2011, 46).

Markkinoinnin taloudellinen tavoite on lisätä hostellin käyttöastetta 20% ympäri vuoden. Erikoisesti keskitalven sesongin, marras-helmikuun, myyntiin halutaan piristystä. Uusien kulttuuriohjelmien toivotaan tuovan uusia asiakkaita myös talvella. Talvikuu-kausien aikana hostellin puutarhassa tarjotaan asiakkaille bonuksena esimerkiksi grillijuhlia israelilaisille ominaiseen rentoon tyyliin makuelämyksistä tai viihteestä tinkimättä. Uusi kulttuuriohjelmatarjonta on kilpailuvaltti David Hostellille. Muut seudun matkailualan toimijat eivät juurikaan tarjoa kulttuuriohjelmaa asiakkailleen, lukuunottamatta tasokkaiden hotellien musiikkitarjontaa.

Matkaohjelmien myynti kapealla sektorilla on haastavaa, mutta se voi olla myös tuottavaa. Gordonin mukaan kapealla sektorilla (niche marketing) markkinoinnissa on syytä keskittyä erityisesti kolmeen seikkaan. Lähtökohtana on asiakkaiden yksilöllisten tarpeiden kartoittaminen ja niihin vastaaminen erityisillä heille räätälöidyillä uusilla ja monipuolisilla tuotteilla ja palveluilla. Yhtäläillä on oleellista ymmärtää kohderyhmän arvoja ja osata puhua kohderyhmän kieltä, jotta pystyy keskustelemaan ryhmän kanssa ymmärtävänä jäsenenä eikä vieraana ja ulkopuolisena. Samalla sektorilla toimivien kilpailijoiden mainontaan, myyntivaltteihin, hinnoitteluun, verkkosivustoihin ja muuhun palveluun kannattaa tutustua. Huolellisella testimarkkinoinnilla voidaan selvittää markkinoiden vastaanottavuus tuotetta tai palvelua kohtaan. (Gordon 2002.) Uusien asiakkaiden tavoittamiseksi yrittäjä esimerkiksi keskustelelee majoituspalvelu-

jen välittäjien sivustoilla taide- ja kulttuuriryhmissä ja kertoo uudesta ohjelmatarjonnasta. Näin tieto menee luontevasti suoraan kohderyhmälle. Suomalaisia asiakkaita tavoittaakseen David Hostel lähettää mainoksia taide- ja kulttuurimatkatarjonnasta potentiaaliselle asiakkaille, joihin kuuluvat esimerkiksi ne viisikymmentäviisi, jotka verkkokyselyssä sanoivat haluavansa tietoa uusista taide- ja kulttuurimatkaohjelmista Israelissa. Nämä vastaajat osallistuivat jo mielipiteillään matkaohjelmien kehittämiseen ja heidät on tarkoitus kutsua tutustumaan kulttuurikohteisiin sekä aktivoida kertomaan matkatarjonnasta omille verkostoilleen. Ohjelmatarjonnasta on tarkoitus lähettää myös mainoksia taideoppilaitoksiin ja erilaisiin taide- ja kulttuuriyhdistyksiin sekä Israel-ystävyyssjärjestöihin eri puolella Suomea. Tavoitteena on löytää uusia yhteistyökumppaneita, jotka voivat kerätä turistiryhmiä teemamatkoille ja markkinoida ohjelmatarjontaa omille verkostoilleen.

## 5 KEHITYSEHDOTUKSET

Näen tämän ohjelmapaletin hyvänä alkuna uusien, paikallisten ja elämänmakuisten ohjelmien sekä vierailukohteiden tarjonnalle. Kaiken kaikkiaan uusien, vetovoimaisien ja erkoisten kulttuurituotteiden jatkuva kehittäminen ja markkinointi internetissä eri verkostoissa lisäisi David Hostellin kilpailukykyä, tunnettuutta ja antaisi kuvan aktiivisesta kulttuuriohjelmien tarjoajasta. Tämän toteutuminen edellyttää luovaa ideointia ja uusien yhteistyötahojen etsintää. Ojasalon mukaan jatkuva tulevaisuuden kehitysnäkymien arvioiminen ja uusien mahdollisuuksien tutkiminen sekä nopea muutosten omaksumismiskyky on haastavaa, mutta vaikuttaa suuresti yrityksen menestykseen (Ojasalo 2009, 13). Asiakkaiden värväys yhteistyökumppaneiksi yhteisölliseen toiminnan kehittämiseen mahdollistaa ajanhermolla pysymisen ja uusien innovatiivisten ideoiden tuottamisen.

Jos nykyistä kulttuurimatkailutarjontaa Israelissa tarkastelee innovatiivisesta näkökulmasta, huomaa, että vanhan toistoa on tarjolla runsaasti. Eri yritysten toimintoja kannattaisi tarkastella ja miettiä miltä osin niitä voisi yhteentörmäyttää ja luoda rajapinnoille uudenlaista toimintaa. Luova matkailu, joka perustuu tuottajien ja kuluttajien yhteistyölle, tarjoaa uudenlaisia näkymiä ja mahdollisuuksia kulttuurimatkailun uudis-

tamiseen. OECD:n tuoreen tutkimuksen mukaan luova matkailu tukee innovatiivisuutta ja elävöittää matkailutuotteita rikkomalla perinteisen kulttuurimatkailun malleja. Viime aikoina kuluttajia on alettu interaktiivisesti osallistamaan luovien kokemusten käyttäjälähtöisen sisällön luomiseen asiakkaiden tarpeiden esiintuomisella ja tiedon jakamisella eri verkostoissa. (Tourism and the Creative Economy 2014, 8,16.) Kulttuuriohjelmien osittainen järjestäminen yhteistyössä Tiberiaksen kunnan ja yksityisten luovien alojen toimijoiden kanssa lisäisi resursseja luovan matkailun kehitysalustaksi. Esimerkiksi vapaaehtoismatkailun puitteissa voisi kunnan tasolla järjestää perinteisen avustustyön lisäksi myös taidepainotteista toimintaa yhteiskunnan eri sektoreilla.

### 5.1 Ohjelmatarjonnan laajentaminen

Trenditutkimusten perusteella erilaisille työpajoille ja pidempiaikaiselle toiminnalle paikallisten parissa olisi kysyntää. Erilaisten taidekurssien mahdollisuuksia yhteistyössä paikallisten taiteilijoiden kanssa olisi hyvä kartoittaa. Hostellin ohjelmatarjontaan voisi luontevasti lisätä eritasoisia heprean kielen kursseja ja yhdistää kursseihin vapaaehtoistyötä halukkaille. Vapaaehtoistyö tarjoaisi mahdollisuuden käytännön kielitaidon harjoitteluun sekä syvempään paikalliseen kulttuuriin tutustumiseen. Vapaaehtoistyötä voisi tarjota myös pidemmäksi, jopa kolmen kuukauden ajaksi, jonka Israelissa saa vierailuviiisumilla oleskella. Työ voisi esimerkiksi sisältää ympäristönhoitoa, vanhusten ja vähäosaisten asuntojen kunnostusta, ruoka- ja vaatejakelua tarvitseville, avustusta kehitysvammaisten työpajoissa, englannin kielen opetusta tai toimintaa taiteen keinoin. Pidempiaikainen oleskelu maassa tarjoaisi slow traveler -tyyppiselle kulttuurimatkailijalle mahdollisuuden luoda suhteita paikallisiin ja oppia syvemmin ymmärtämään isrelilaista yhteiskuntaa. Juutalaisten ja arabien yhteiset taide- ja kulttuuritapahtumat tarjoavat kulttuurimatkaajille mahdollisuuden kurkistaa pintaa syvemmälle ja saada uutta ymmärrystä alueen asukkaiden sielunmaisemiin. Yhteistyön kehittäminen yliopistojen kanssa erilaisten tieteen- ja taiteenalojen luentojen ja seminaarien sekä taidenäyttelyiden ja mahdollisten työpajojen osalta toisi uusia näkökulmia ja syvyyttä kulttuuriohjelmiin.

## 5.2 Markkinoinnin ja myynnin tehostaminen

Markkinoinnin pääasiallinen tavoite on mahdollistaa yrityksen kasvu. Sen haasteena pienissä ja keskisuurissa yrityksissä on parhaiden keinojen löytäminen niin, että markkinoinnin panostukset ovat oikeassa suhteessa saatuihin hyötyihin. David Hostellin resurssit ja aika ovat kohtalaisen rajalliset. Näin ollen täsmämarkkinointiin panostaminen on oleellisen tärkeää. Markkinoinnin tehostamiseen, oikeiden työkalujen valintaan ja sosiaalisen median verkostojen rakentamiseen tarvitaan lisää osaamista. David Hostellin tulisi panostaa uuden teknologian hyödyntämiseen asiakkaiden osallistamisessa luovaan toiminnan kehittämiseen. Luova teknologian käyttö lisää käyttöliittymän tehokkuutta ja arvoa sekä palvelutarjonnan houkuttelevuutta. Cvent-sivustolta löytyvät konkreettiset ohjeet keskeisimpien sosiaalisen median kanavien käyttöön. Facebook-, Twitter- ja LinkedIn-sivustoilla kannattaa verkostoitua taide- ja kulttuurimatkailusta kiinnostuneiden sekä alalla toimivien ammattilaisten kanssa. Facebook-tapahtumasivulle kannattaa koota mainos kulttuuriohjelmatarjonnasta sekä muista paikallisista kulttuuritapahtumista sekä festivaaleista ja jakaa tieto kohderyhmille. Linkit Twitterin live-tweetteihin kannattaa lisätä eri sivustoille. Laadukkaiden videoklippien tuottaminen YouTubeen toisi hostellille lisää arvokasta näkyvyyttä. Videot vierailukohteista ja mahdolliset asiakkaiden haastattelut kokemuksistaan suositeltuineen olisivat niin ikään hyvää mainosmateriaalia. Eri sivustot tulee linkittää keskenään ja linkittää ne myös yrityksen kotisivuille, josta asiakkaat voivat helposti jakaa tietoa omille verkostoilleen. Sivustoilla käytävään keskusteluun tulisi osallistua aktiivisesti ja vastata kysymyksiin mahdollisimman nopeasti. (Event Marketing 2.0 2014, 5-11.) Instagram-, Google+, ja Pinterest-sivustojen kautta tavoittaa todennäköisesti enemmän nuoria. Matkabloggaajiin kannattaisi ottaa yhteyttä ja kutsua heitä tutustumaan hostellin palveluihin ja tarjontaan ja kirjoittamaan kokemuksistaan blogeihin.

Apunen ja Parantainen puhuvat haloilmiöstä, joka tarkoittaa sitä, että markkinoinnin yleisvaikutelma peittää palvelujen ja tuotteiden todelliset ominaisuudet alleen. Kieli-virheet ovat tehokkaita asiakkaiden karkottajia, sillä ne saavat yrittäjän vaikuttamaan tyhmältä. (Apunen, Parantainen 2011, 11, 13.) Kirjoitetussa tekstissä efekti korostuu. David Hostellin tulee kiinnittää tähän erityistä huomiota englanninkielisessä viestinnässä. Myös yrityksen uusien kotisivujen suunnittelussa ja toteutuksessa tulee panostaa halutun yleisvaikutelman luomiseen. Selkeät, responsiiviset, kutsuvat, uskot-

tavat, luotettavuutta viestivät ja osallistavat kotisivut ovat a ja o yrityksen viestinnässä (Karukka & Inkilä 2013). Yhteisöllisiä yleisökilpailuja on kauan käytetty verkkosivuilla esimerkiksi tuotekehitykseen liittyvien uusien ideoiden kalastamisessa. Mielestäni niitä kannattaa kokeilla hostellin palvelutarjonnan kehittämisessä. Näin asiakkaista voi tulla yhteistyökumppaneita, joiden ajatuksista saattaa pulpahtaa arvokkaita ideoita tuotteistettavaksi osaksi palvelutarjontaa tai muuta toimintaa. Niin ikään asiakkaita voi pyytää kirjoittamaan asiakasblogiin kokemuksiaan ohjelmatarjonnasta. Parhaassa tapauksessa sivustolle voi kehittyä David Hostel–yhteisö, joka kommunikoi sivustolla keskenään ja jakaa tietoa ohjelmatarjonnasta myös muille verkostoilleen. Tämän kehittäminen vaatisi huomattavaa aktiivisuutta yrittäjältä tai hänen tulevalta yhteistyökumppaniltaan.

Ihmiset rakastavat tarinoita. Markkinoinnissa kannattaa käyttää voimakkaita tunteita herättäviä tarinoita ja välttää jaarituksia sekä loppuun kuluneita kliseitä. Selkeä, uskottava, helppotajuinen, konkreettinen ja havainnollinen tarina myy. Omituinen vetää puoleensa. (Apunen, Parantainen 2011, 170.) Myynnin tehostamiseksi uusille kotisivuille tulee laatia selkeät ohjelmamainokset yksiselitteisine hintoineen, kerrottava mitä ohjelmaan sisältyy ja mitä ei, sekä tehtävä asiakkaalle tuotteen valinta helpoksi (Parantainen 2013, 77, 86). Majoituksen ja ohjelmapalvelujen varaus sekä maksaminen tulee olla äärimäisen helppoa ja nopeaa. Asiakkaat tulisi motivoida antamaan kokemuksistaan palautetta eri sivustoilla. Ohjelmapalvelujen kehittämisen kannalta säännölliset asiakaskyselyt ovat tärkeitä. Mikäli asiakkaat eivät ole tyytyväisiä ohjelmatarjonnan laatuun tai sisältöön, on asia tutkittava ja tarvittaessa korjattava heti.

## 6 YHTEENVETO

Opinnäytetyöprosessi oli antoisa ja mielenkiintoinen, vaikkakin työläs. Alkuvuodesta 2014 aloin tarkemmin tutustua kehittämistyön menetelmiin, työn tilaajan yritystoimintaan sekä Galilean taide- ja kulttuuritarjontaan. Tein verkkokyselyn pian tutkimusaiheen vahvistuttua. Työ eteni alussa nopeasti erilaisia kulttuurikohteita etsiessä ja niitä kontaktoidessa. Pilottimatkojen räätälöinti antoi arvokasta käytännön kokemusta ja näkemystä lukuisiin eri tekijöihin, kuten ohjelman monipuolisuuteen ja aikataulutuk-



seen, jotka tulee huomioida matkaohjelmaa kootessa. Ensimmäinen pilottimatka Israeliin tehtiin jo maaliskuun lopulla. Käytännöllisen kehittämistyön kannalta oli hyvä päästä testaamaan järjestelyjen toimivuutta ja tutustumaan taiteilijayhteisöjen tarjontaan ja toimintaan projektin alkuvaiheessa.

Kehittämishankkeen kohderyhmä tarkentui ensimmäisen pilottimatkan aikana, kun mietin työn tilaajan kanssa ohjelmatarjonnan markkinointia. Tulimme siihen tulokseen, että markkinointi tulee ensisijaisesti suunnata aitoja ja elämyksellisiä kulttuurimatkoja etsiville maailmanlaajuisesti ja sitten etsiä kanavia, joiden kautta voidaan kohdennetusti tavoittaa suomalaisia kulttuurimatkailijoita. Suurin turistivirta Israeliin tulee USA:sta, Venäjältä ja Keski-Euroopasta, joten oleellista oli löytää valtavirran eniten käyttämät kanavat majoituspalvelun ja tulevien kulttuuriohjelmien markkinointiin.

Matkaohjelmien testaaminen käytännössä osoittautui haastavaksi vain kahden pilottimatkan aikana. Tietoa vierailukohteista sain hankittua kohtalaisesti, mutta olisin tarvinnut vielä reilun viikon lisäaikaa Israelissa, jotta olisin ehtinyt vierailemaan kaikissa kohteissa ja paremmin perehtymään käytäntöihin yhteistyötahojen kanssa. Toisaalta työn tilaaja paikallisena voi varmistaa käytännön toimivuuden eri kohteissa.

Tutkimuksen aikana sain sekä kirjallisuudesta että tekemieni tutkimusten kautta uutta tietoa kulttuurimatkailun luonteesta ja sen merkityksestä matkailijoille. Kulttuurimatkailulla on toisille syvä kokonaisvaltainen ”itsensä löytämisen” ja uuden oppimisen merkitys ja toisia kiinnostaa perinteisempi turistimatkailun kaltainen nähtävyyksien katselu. Ymmärsin, että kulttuurimatkailun ytimessä on useimmiten kuitenkin kyse kohdemaan ja paikan ”pulssin” tunnustelusta, aidoista tavallisten ihmisten kohtaamisista ja uusien henkisten ulottuvuuksien sekä mielen tyyneyden löytämisestä tai kokemisesta. Oletan matkojen aikana havainnoimani perusteella, että näiden ainesten ympärille sopivin maustein rakennettu matkaohjelma on myytävissä.

Yksi kiinnostava kysymys, johon törmäsin Israelissa useaan kertaan työn aikana oli se, että järjestämmekö taide- ja kulttuurimatkoja Suomeen. Suomen kulttuurielämä tuntuu herättäneen kiinnostusta israelilaisten keskuudessa. Olisikin kiintoisaa kehittää ulkomaalaisille suunnattuja kulttuuriohjelmapaketteja Suomessa sekä suomalai-

sen kulttuurimatkatarrjonnan markkinointia Israelissa. Maiden välille voisi luoda uusia foorumeita kulttuurien väliselle keskustelulle ja yhteistyölle. Kulttuurimatkailu tarjoaa paljon monimuotoisia uusia yhteistyömahdollisuuksia kulttuuriialla toimijoille. Kulttuurimäärärahalta on tuettu kulttuurialojen ja matkailuelinkeinon välistä uudenlaista kumppanuutta, mikä on kannustanut kulttuuritoimijoita ja kuntia osallistumaan kulttuurimatkailun kehittämiseen. Kuten Opetus- ja kulttuuriministeriön toimintaohjelmasta käy ilmi, kulttuurimatkailun jatkuva kasvu on luonut tilauksen uudenlaiselle kulttuurimatkatarrjonalle Suomessa (Matkailu ja kulttuurin syke 2013, 23). Kulttuurituottajien ammattitaidolle, osaamiselle ja innovatiivisuudelle on kysyntää kulttuurimatkailun ja lisääntyvän luovan matkailun uudenlaisten käytänteiden räätälöinnissä ja kehittämisessä sekä kansainvälisten yhteistyöverkostojen rakentamisessa Suomen kulttuurivientiä varten.

### 6.1 Kehittämistyön onnistumisen arviointi

Itselleni tämä kehittämissyö oli kiinnostava valitun aihealueen ja kansainvälisyyden vuoksi. Opin hankkeen aikana paljon tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmistä sekä niiden hyödynnettävyydestä kulttuuriohjelmien tuotteistamisessa. Hankkeen aikana nousi uusia oivalluksia ja ideoita kansainvälisen kulttuurimatkailun ja ohjelmatarrjonnan kehittämisen suhteen. Kaiken kaikkiaan ymmärrykseni ja kokemukseni realististen ja käytännössä toimivien kulttuurimatkaohjelmien tuottamisesta ulkomailla monikulttuurisessa kansainvälisessä ympäristössä lisääntyi kehittämistyön aikana kohtalaisen paljon. Ammatillisesti opin uutta pienen yrityksen liiketoimintaidean laajennuksesta, kulttuuriohjelmatarjonnan tuotteistamisesta ja palvelun konseptoinnista sekä uusien markkinointikanavien luonteesta. Kiinnostavaa oli myös nähdä yrittäjän näkökulmasta sosiaalisen median mukanaan tuoman yhteisöllisyyden aikaansaama muutos markkinoinnissa ja se mitä muutos yrittäjältä edellyttää. Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa ja verkkosivustojen ylläpito vaatii muun työn ohella aikalailla resursseja ja paljon aikaa. Työn tilaaja, David Habler, kommentoi kehittämisprosessia ja sen tulosta seuraavasti:

Ennen yhteistyömme alkua yritykseni liiketoiminta ei ollut kovin päämäärätietoista. Toiminta oli urautunut rutiineihin. Autoit näkemään oleellisia kehittämisen

kohteita liikeyrityksessäni, sekä uudenlaisen palvelutarjonnan potentiaalini kansainvälisillä markkinoilla. Opin uutta asiakaslähtöisestä markkinoinnista ja hotellin näkyvyyden lisäämisestä. Kiitos että tulit auttamaan yhä jatkuvan prosessin alkuun. Liiketoimintaani tuli uudenlaista systemaattisuutta ja suunnitelmallisuutta. Kiitos räätälöidyistä kulttuuriohjelmista. Ne ovat monipuolisia ja niitä jalostetaan tarvittaessa tulevaisuudessa asiakaspalautteiden mukaan. (D. Habler, henkilökohtainen tiedonanto 3.9.2014.)

Suomalaisten kiinnostuksen kohteista Israelin taide- ja kulttuurimatkoilla ei ole aiempia tutkimustuloksia. Tutkimustyön tietopohjana käytin OECD:n, Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuurimatkailua käsitteleviä selvityksiä sekä kansainvälisiä kulttuurimatkailu- ja trenditutkimuksia. Tietopohja tuki hyvin tutkimusaineistosta saatuja tuloksia käytännönläheisen lähestymistavan puitteissa ongelman ratkaisussa. Anttilan mukaan tutkimus on validi, kun tutkimusote, käytetyt menetelmät ja saadut tutkimustulokset vastaavat parhaalla mahdollisella tavalla tutkittavaa ilmiötä ja kehittämishankkeen tavoitteita. (Anttila 2007, 146). Valitun lähestymistavan ja menetelmien osalta tutkimus täyttää validiuden kriteerit, sillä tutkimusote vastasi kysymyksenasettelua ja toi tarvittavan tiedon ongelmanratkaisuun.

Jälkeenpäin mietittynä toisen pilottimatkan markkinointiin olisi pitänyt panostaa enemmän ja yrittää saada ryhmäkokoa suuremmaksi, jolloin olisin voinut testata esimerkiksi taidetyöpajojen toimivuutta käytännössä. Pilottimatkoille olisi voinut myös käsin poimia koeasiakkaat. Olisi ollut kiinnostavaa havainnoida esimerkiksi opiskelijoiden kokemuksia ja elämyksiä matkoilla. Kaikki kulttuuriohjelmaan sisältyvät vierailut ja toiminta olisi itseasiassa ollut syytä testata kolmannella pilottimatalla, mutta siihen ei tämän kehittämistyön puitteissa ollut resursseja eikä aikaa. Työn tilaaja ei nähnyt testaamattomuutta kovin suurena riskinä. Hän osallistuu itse ensimmäisten ryhmien mukana vierailuihin uusiin kohteisiin ja varmistaa ohjelmien toimivuuden. Kehittämistyön tuloksena syntyneet kulttuuriohjelmat ovat arvokkaita työn tilaajalle. David Hostellin liiketoimintaidea laajentui kehittämistyön aikana perusmajoituspalveluja tarjoavasta yrityksestä, monipuolisia taide- ja kulttuuri- sekä terveysvaikutteisia hyvinvointimatkoja järjestäväksi toimijaksi. Markkinoinnin kehittämisen myötä matkailijavirta on lisääntynyt selvästi. Puoli vuotta kestänyt tiivis tutkimus- ja kehittämissyhteistyö toimii kimmokkeena uusien toimintaideoiden syntymiselle. Työn tilaaja omien sanojensa mukaan kokee seisovansa ”kiinnostavan uuden alun ja muutoksen kynnyksellä”. Nähtäväksi jää, kuinka asiakkaat tulevat tarttumaan kulttuuriohjelmatarjontaan ja mi-

ten he kokevat vierailut eri kohteissa. Tehty kehittämistyö ei ollut vain hyödyllinen projekti työn tilaajan liiketoimintamallin laajenuksessa vaan tienavaus uusille poluille monikulttuuriseen Israeliin.

*"Uskaliaat ideat ovat kuin eteenpäin liikutetut shakkinappulat. Ne saatetaan syödä, mutta ne voivat aloittaa voittoisan pelin."* — Goethe

## LÄHTEET

- Abrahami, Avishai 2013. The Secret to Israel's Startup Success. Entrepreneur. Viitattu 5.7.2014. <http://www.entrepreneur.com/article/228159>
- Ani'am 2014. Viitattu 8.7.2014. <http://www.koa.co.il/>
- Anttila, Pirkko 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö. Hamina: AKATIIMI Oy.
- Apunen, Antti & Parantainen, Jari 2011. Guru-markkinointi. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Blum, Brian 2011. Israel's Top Ten music festivals. Israel21c. Viitattu 1.7.2014. <http://www.israel21c.org/culture/israels-top-ten-music-festivals/>
- Chanukkah 2014. Judaism 101. Viitattu 2.8.2014. <http://www.jewfaq.org/holiday7.htm>
- Csapó, János 2012. The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. Viitattu 7.6.2014. <http://cdn.intechopen.com/pdfs-wm/35715.pdf>
- Culture 2013. The Israel Ministry of Foreign Affairs. Viitattu 3.6.2014. <http://mfa.gov.il/MFA/AboutIsrael/Culture/Pages/CULTURE.aspx>
- Dance in Israel 2014. The Israeli Ministry of Tourism. Viitattu 8.7.2014. [http://goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Pages/Dance%20in%20Israel.aspx](http://goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Pages/Dance%20in%20Israel.aspx)
- David Hostel 2014. Trip Advisor. Viitattu 22.8.2014. [http://www.tripadvisor.co.nz/Hotel\\_Review-g297765-d6577206-Reviews-David\\_Hostel-Tiberias\\_Galilee\\_Northern\\_District.html](http://www.tripadvisor.co.nz/Hotel_Review-g297765-d6577206-Reviews-David_Hostel-Tiberias_Galilee_Northern_District.html)
- Druze Hospitality 2014. The Ministry of Tourism. Viitattu 5.6.2014. [http://www.goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Druze/Pages/Druze%20hospitality.aspx](http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Druze/Pages/Druze%20hospitality.aspx)
- Event Marketing 2.0 2014. How to Boost Attendance Through Social Media. Cvent. Viitattu 1.8.2014. <http://www.cvent.com/en/pdf/social-media-event-marketing-ebook.pdf>
- Food & wine in Israel 2014. The Israel Ministry of Tourism. Viitattu 12.7.2014. [http://goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Pages/Food%20and%20wine.aspx](http://goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Pages/Food%20and%20wine.aspx)
- Garely, Elinor 2014. Brand Israel: Not by PR alone. eTN Global Travel Industry News 2014. Viitattu 2.7.2014. <http://www.eturbonews.com/46500/brand-israel-not-pr-alone>
- Gelbman, Alon 2007. Tourism in Industry in the post-industrial city. Viitattu 4.5.2014. [http://www.academia.edu/816147/Tourism\\_in\\_Industry\\_Functions\\_and\\_Tourist\\_Land\\_Uses\\_in\\_Industrial\\_Space\\_in\\_Israel](http://www.academia.edu/816147/Tourism_in_Industry_Functions_and_Tourist_Land_Uses_in_Industrial_Space_in_Israel)
- Gordon, Kim T 2002. 3 Rules for Niche Marketing. Entrepreneur –lehti. Viitattu 28.7.2014. <http://www.entrepreneur.com/article/49608>
- Harviainen, Tapani & Illman, Karl-Johan 1998. Juutalainen kulttuuri. Helsinki: Otava.

- Hietanen, Olli 2010. Matkailun ja elämystuotannon tulevaisuus. Loppuraportti matkailun ja elämystuotannon toimialan visiitit ja ennakointi -ohjelmasta 2008 – 2010. OSKE- Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma, Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Viitattu 15.7.2014.  
[http://87.108.50.97/relis/REL\\_LIB.NSF/0/C02E3A04BDE731F1C22577FC003DA4A9/\\$FILE/ATTHM2YO.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/C02E3A04BDE731F1C22577FC003DA4A9/$FILE/ATTHM2YO.pdf)
- How to Respond to Traveler Reviews on TripAdvisor 2014. Trip Advisor for business. Viitattu 9.7.2014. <http://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/n717/how-respond-traveler-reviews-tripadvisor>
- ICOMOS 2014. Viitattu 1.5.2014. <http://www.icomos-ictc.org>
- Israel in figures 2013. Central Bureau of Statistics. Viitattu 15.5.2014.  
[http://www.cbs.gov.il/www/publications/isr\\_in\\_n13e.pdf](http://www.cbs.gov.il/www/publications/isr_in_n13e.pdf)
- Israel 2014. ETC, Elite Tour Club. Viitattu 5.6.2014.  
[http://www.elitetourclub.com/israel-tours/suggested\\_itinerary.htm](http://www.elitetourclub.com/israel-tours/suggested_itinerary.htm)
- Israeli Opera 2014. The Israeli Opera. Viitattu 16.7.2014. <http://www.israel-opera.co.il/Eng/?CategoryID=220&ArticleID=144>
- Jerusalem and Tel Aviv Voted Best 2014. The Israel Ministry of Tourism. Viitattu 2.6.2014.  
[http://www.thinkisrael.com/Tourism\\_Euk/Tourist%20Information/Press%20Releases/Pages/Jerusalem%20and%20Tel%20Aviv%20Voted%20Best.aspx](http://www.thinkisrael.com/Tourism_Euk/Tourist%20Information/Press%20Releases/Pages/Jerusalem%20and%20Tel%20Aviv%20Voted%20Best.aspx)
- Jerusalem one of "top 10 destinations on the rise" 2014. The Israel Ministry of Foreign Affairs. Viitattu 2.6.2014.  
<http://mfa.gov.il/mfa/israelexperience/culture/pages/jerusalem-one-of-top-10-destinations-on-the-rise-2-jul-2014.aspx>
- Karantzavelou, Vicky 2013. Travel Daily News. Wellness Tourism Worldwide announces Top 10 Wellness Travel Trends for 2014. Viitattu 7.7.2014.  
[http://www.traveldailynews.com/news/article/57427?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+TraveldailynewsLatestNews+%28TravelDailyNews.com+Latest+News%29](http://www.traveldailynews.com/news/article/57427?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+TraveldailynewsLatestNews+%28TravelDailyNews.com+Latest+News%29)
- Karukka, Minna & Inkilä Tommi 2013. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut ISSN 1798-2022. Viitattu 7.7.2014.  
<http://www.oamk.fi/epooki/2013/responsiivinen-verkkosivujen-suunnittelu/>
- Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan 2011. Markkinointi 3.0. Käännös Mia Heiskanen, Helsinki: Talentum Media Oy.
- Matkailu ja kulttuurin syke 2013. Kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen - toimintaohjelman 2009–2013 loppuraportti. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu- ja 2013:6. Viitattu 20.7.2014.  
<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2013/liitteet/OKM6.pdf?lang=fi>
- Matkailun trendejä maailmalta 2014. Matkailun edistämiskeskus. Viitattu 5.7.2014.  
<http://www.mek.fi/tutkimukset-ja-tilastot/trendit/>
- Modernit humaistit 2014. Matkailun edistämiskeskus. Viitattu 10.8.2014.  
[http://www.e-julkaisu.fi/mek/visit\\_finland-modernit\\_humanistit/](http://www.e-julkaisu.fi/mek/visit_finland-modernit_humanistit/)

- Muslim community 2014. The Israel Ministry of Tourism. Viitattu 3.6.2014.  
[http://www.goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Pages/Muslim%20Community.aspx](http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Pages/Muslim%20Community.aspx)
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Parantainen, Jari 2013. Tuotepäällikön pelastuspakkaus. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Population of Israel 2014. The Israel Ministry of Tourism. Viitattu 5.6.2014.  
[http://www.goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Pages/Population.aspx](http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Pages/Population.aspx)
- Press, Viva Sarah 2013, 13 must-see museums in Israel. Israel21c. Viitattu 3.6.2014.  
<http://www.israel21c.org/culture/13-must-see-museums-in-israel/>
- Private & small-group excursions in the land of Israel 2014. Guided Tours Israel. Viitattu 5.6.2014. <http://www.guidedtoursisrael.com/>
- Purim 2014. Judaism 101. Viitattu 2.8.2014. <http://www.jewfaq.org/holiday9.htm>
- Research and Innovation Research and Innovation performance in Israel 2013. Country profile. European Commission. Viitattu 1.8.2014.  
[http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2012/countries/israel\\_2013.pdf](http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/state-of-the-union/2012/countries/israel_2013.pdf)
- Richards, Greg 2011. Tourism trends: Tourism culture and cultural routes. Viitattu 1.7.2014.  
[https://www.academia.edu/1473475/Tourism\\_trends\\_Tourism\\_culture\\_and\\_cultural\\_routes](https://www.academia.edu/1473475/Tourism_trends_Tourism_culture_and_cultural_routes)
- Richards, Greg 2003. What is Cultural Tourism. Viitattu 1.7.2014.  
[https://www.academia.edu/1869136/What\\_is\\_Cultural\\_Tourism](https://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism)
- Rosh Pina 2014. The Israeli Ministry of Tourism. Viitattu 8.7.2014.  
[http://www.goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Pages/Rosh-pina.aspx](http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Pages/Rosh-pina.aspx)
- Safed 2014. The Israel Ministry of Tourism. Viitattu 8.7.2014.  
[http://www.goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Pages/Safed.aspx](http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Discover%20Israel/Cities/Pages/Safed.aspx)
- Shabbat 2014. Judaism 101. Viitattu 2.8.2014. <http://www.jewfaq.org/shabbat.htm>
- Suggested Itineraries 2014. The Israel Ministry of Tourism. Viitattu 5.6.2014.  
[http://goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Itineraries/Pages/suggested%20itineraries.aspx](http://goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Itineraries/Pages/suggested%20itineraries.aspx)
- Sukkot 2014. Judaism 101. Viitattu 2.8.2014. <http://www.jewfaq.org/holiday5.htm>
- Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006. Viitattu 6.6.2014.  
[http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm\\_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/\\$file/jul21elo\\_2006\\_netti.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf)
- The Bedouin Culture 2014. The Israeli Ministry of Tourism. Viitattu 3.6.2014.  
[http://www.goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Bedouin/Pages/The%20Bedouin%20Culture.aspx](http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Bedouin/Pages/The%20Bedouin%20Culture.aspx)

- The beginning 2014. Ein Hod Artists´village. Viitattu 9.7.2014. <http://en.ein-hod.org/about-ein-hod/the-beginning/>
- The Circassians 2014. The Israel Ministry of Tourism. Viitattu 5.6.2014. [http://www.goisrael.com/Tourism\\_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Pages/The%20Circassians.aspx](http://www.goisrael.com/Tourism_Eng/Tourist%20Information/Ethnic%20Groups/Pages/The%20Circassians.aspx)
- The Impact of Culture on Tourism 2009. OECD. Viitattu 5.6.2014. [http://fasos.maastrichtuniversity.nl/profiles/Evans/OECD\\_Tourism\\_Culture.pdf](http://fasos.maastrichtuniversity.nl/profiles/Evans/OECD_Tourism_Culture.pdf)
- The Slow Movement: Making a Connection 2014. Slow Movement. Viitattu 2.7.2014. <http://www.slowmovement.com/>
- Tomkins, Benjamin 2014. The Importance of a good website. All business. Viitattu 22.7.2014. <http://www.allbusiness.com/marketing-advertising/product-positioning/3878710-1.html>
- Tonder, Mika 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi. Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Helsinki:Restamark Oy.
- Tourism and Intangible Cultural Heritage 2012. UNWTO. Viitattu 7.6.2014. [https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/121130\\_intangilbe\\_cultural\\_heritage\\_excerpt.pdf](https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/121130_intangilbe_cultural_heritage_excerpt.pdf)
- Tourism and the Creative Economy 2014. OECD Studies on Tourism. Viitattu 10.8.2014. [http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/industry-and-services/tourism-and-the-creative-economy\\_9789264207875-en#page1](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/industry-and-services/tourism-and-the-creative-economy_9789264207875-en#page1)
- Tourism Trends and Policies 2010. OECD 2010. Viitattu 1.7.2014. [http://sete.gr/\\_fileuploads/entries/Online%20library/GR/OECD%20TourismTrends&Policies2010\\_pdf.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/OECD%20TourismTrends&Policies2010_pdf.pdf)
- Travel 2014. Ynetnews.com. Viitattu 7.7.2014. <http://www.ynetnews.com/articles/0,7340,L-4475168,00.html>
- Travelers Choice-Destinations on the Rise 2013. Trip Advisor. Viitattu 22.8.2014. <http://www.tripadvisor.fi/TravelersChoice-DestinationsontheRise>
- With Online Reviews Critical to Travelers, Marketers Adjust Their Approach 2013. Managing negative reviews becomes even more important. eMarketer. Viitattu 9.7.2014. <http://www.emarketer.com/Article/With-Online-Reviews-Critical-Travelers-Marketers-Adjust-Their-Approach/1010013#gUmzAddkks6CbHsO.01>
- World Heritage List 2014. Israel. UNESCO. Viitattu 6.6.2014. [http://whc.unesco.org/en/list/?search=israel&searchSites=&search\\_by\\_country=&region=&search\\_yearinscribed=&themes=&criteria\\_restriction=&type=&media=&order=country&description=](http://whc.unesco.org/en/list/?search=israel&searchSites=&search_by_country=&region=&search_yearinscribed=&themes=&criteria_restriction=&type=&media=&order=country&description=)
- Yhteiskunta, kulttuuri ja media 2014. Maatiedosto Israel Suomen suurlähetystö, Tel Aviv. Viitattu 30.7.2014. <http://www.finland.org.il/public/default.aspx?nodeid=44196&contentlan=1&culture=fi-FI>



## LIITTEET

## Liite 1. SWOT-analyysi/David Hostel

<b>Vahvuudet</b>	<b>Heikkoudet</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiakaspalvelu, vieraanvaraisuus, kokemus (Habler)</li> <li>• Henkilökohtainen palvelu, kotoisa ilmapiiri (Habler)</li> <li>• Seurustelu/kuuntelutaito, ihmistuntemus (Habler)</li> <li>• Joustavuus, miellyttävyys, kärsivällisyys (Habler)</li> <li>• Luotettavuus, turvallisuus (Habler)</li> <li>• Tiedon jakaminen, opastus, taito opettaa (Habler)</li> <li>• Palveluun tyytyväiset asiakkaat</li> <li>• Monipuolinen ja runsas taide- ja kulttuuritarjonta lähialueella</li> <li>• Monikulttuurisuus</li> <li>• Monipuolinen, terveellinen ja herkullinen ruokakulttuuri</li> <li>• Alueella runsaasti kylpylä- ja hyvinvointipalveluja</li> <li>• Kaunis, puhdas luonto, miellyttävä ilmasto</li> <li>• Aktiviteetteja liikunnallisille tarjolla lähistöllä. Vesiurheilua, ratsastusta, pyöräilyä, vaellusta ja monia extreme lajeja on tarjolla.</li> <li>• Israelissa nuorekas, rento ja värikäs elämänmeininki</li> <li>• Ihmisiin saa helposti kontaktin, puheliasta väkeä</li> <li>• Israel panostaa yleisesti paljon matkailun-edistämiseen ja mainontaan</li> <li>• Israelilaiset halukkaita yhteistyöhön, verkostojen rakentaminen kohtalaisen helppoa</li> <li>• Vakituiset vuokralaiset sesongin ulkopuolella</li> <li>• Vakaa talous</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Johtamis- ja myyntitaidon puute (Habler)</li> <li>• Heikko englannin kielen taito (kirjoitettu)</li> <li>• Aamiaistarjoilun puuttuminen hostellissa</li> <li>• Heikko mainonta, näkyvyys ja tunnettuus</li> <li>• Kulttuuritarjonnasta tiedon hankkiminen työlästä</li> <li>• Israelin korkea hintataso</li> <li>• Kiire, lisätyövoiman tarve hostellissa</li> <li>• Vakituiset vuokralaiset sesongin aikana</li> </ul>
<b>Mahdollisuudet</b>	<b>Uhat</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideointiapua markkinointiin ja mainontaan osaavilta, sekä apua käytännön toteutukseen</li> <li>• Uudet asiakkaat</li> <li>• Uudet kulttuuriohjelmalvelut</li> <li>• Heparan kielikurssit, vapaaehtoistyöt</li> <li>• "Mindfulness" tyyppinen matkatarjonta. Meditaatioon soveltuvia upeita kohteita lähistöllä, ilmapiiri useassa taideyhteisössä meditatiivinen, rentoutumiseen soveltuvia kylpyläpalveluja, kaunista luontoa, patikkapolkuja</li> <li>• Turistien tutustuttaminen paikalliseen elämäntapaan ja kulttuuriin</li> <li>• Verkkosivuston päivitys ajantasalle, kutsuvaksi</li> <li>• Asiakaspalautteiden hyödyntäminen markkinoinnissa</li> <li>• Uniikki henkilökohtainen palvelu (Habler + oppaat)</li> <li>• Henkilökohtainen opastus (Habler+ammattioppaat)</li> <li>• Uusien autenttisten vierailukohteiden jatkuva etsintä</li> <li>• Yhteistyöverkoston laajentaminen. Hyvien oppaiden löytyminen, kuljetuspalvelujen koordinointi</li> <li>• Tilauksesta räätälöidyt vierailut/ohjelmat</li> <li>• Matkailupalveluja kehitetään Israelissa kaiken aikaa</li> <li>• Israelilaiset ovat luovia ja innovatiivisia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kireä turvallisuustilanne, terrorin uhka</li> <li>• Kilpailutilanne majoitusosalalla</li> <li>• Potentiaaliset asiakkaat eivät löydä palveluja ja menevät muualle</li> <li>• Yleinen Israel-vastaisuus maailmalla</li> </ul>

## Liite 2. 8-kenttäinen SWOT-analyysi/David Hostel

<div style="text-align: center;">Sisäiset</div> <div style="text-align: center;">Ulkoiset</div>	Vahvuudet	Heikkoudet
<b>Mahdollisuudet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uudet ohjelmapalvelut Otetaan yhteyttä paikallisiin ja kartoitetaan mahdollisuuksia rakentaa yhteisiä ohjelmapaketteja</li> <li>• Uusien verkkosivujen suunnittelu ja toteutus mahdollisimman pian</li> <li>• Etsitään mainos- ja markkinointialan osaavaa yhteistyökumppania</li> <li>• Hostellin saamiin asiakaspalautteisiin huomiota ja reagointia eri matkailusivustoilla</li> <li>• Etsitään yhteistyöverkoston hyvät oppaat, joustava kuljetuspalvelu</li> <li>• Järjestetään hostellin asiakkaille Spa-päiviä, hyvinvointipalveluja, meditaatio-sessioita ja henkisyttä kaipaaville mahdollisuus tutustua paikalliseen tarjontaan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etsitään ideointi apua markkinointiin ja mainontaan osaavilta, sekä apua käytännön toteutukseen</li> <li>• Palkataan lisätyövoimaa hostelliin valmistamaan kunnon israelilainen aamiainen, josta voi tulla hyvin toteutettuna myös uusi kilpailuvaltti.</li> <li>• Etsitään vapaaehtoinen työntekijä hostelliin (vapaaehtoispaikkoja Israelissa kysellään kohtalaisesti)</li> <li>• Uudistetaan kotisivut, interaktiivisuutta sivuille</li> <li>• Yleinen Israel-vastaisuus saattaa olla median toisinaan puolueellisen ja virheellisen tiedotuksen aiheuttamaa. Tuodaan yleisöpalstoilla, ja sosiaalisessa mediassa esille oma näkemys maasta matkakohteena.</li> <li>• Annetaan budjettimatkavinkkejä hostellista edullista matkustustapaa Israelissa haluaville</li> </ul>
<b>Uhkat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terrorismim uhkasta huolimatta Israelin on suhteellisen turvallinen maa kansalaisten turvallisuuteen panostetun työn vuoksi. Tästä tieto potentiaalisille asiakkaille verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa.</li> <li>• Käytetään laadukasta henkilökohtaista palvelua luotettavuutta ja turvallisuutta sekä rentoa ja rauhallista ilmapiiriä että tekeillä olevaa ohjelmatarjontaa kilpailuvaltina.</li> <li>• Esitään bloggaajia ja muita sosiaalisen median aktivisteja ja pyydetään heitä tutustumaan paikkaan ja sen ilmapiiriin sekä ohjelmatarjontaan ja pyydetään heitä viestittämään kokemuksistaan.</li> <li>• Panostetaan mainontaan globaaleilla, tunnetuilla majoitusta välittävillä sivustoilla. (TripAdvisor, Hostelbookers, Airbnb, ym.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideointiapua markkinointiin ja mainontaan osaavilta, sekä apua käytännön toteutukseen</li> <li>• Palkataan lisätyövoimaa hostelliin valmistamaan kunnon israelilainen aamiainen, josta tulisi hyvin toteutettuna myös uusi kilpailuvaltti.</li> <li>• Kotisivujen uudistus, interaktiivisuutta sivuille</li> <li>• Yleinen Israel-vastaisuus saattaa olla median toisinaan puolueellisen ja virheellisen tiedotuksen aiheuttamaa. Yleisöpalstoilla, ja sosiaalisessa mediassa voi tuoda esille oman näkemyksensä maasta matkakohteena.</li> <li>• Budjettimatkavinkkejä hostellista edullista matkustustapaa Israelissa haluaville</li> </ul>

## Liite 3. Verkkokyselylomake

### Taide- ja kulttuurimatkoja Israeliin

Tutkimme suomalaisten kiinnostuksen kohteita Israelin taide- ja kulttuuritarjonnassa. Osallistumalla kyselyymme voit vaikuttaa tulevaisuuden taide- ja kulttuurimatkojen ohjelmasisältöön.

Mistä olet kiinnostunut taide- ja kulttuurimatkoilla? Millaista sisältöä haluaisit taidematkalle?

Vastaathan oheiseen kyselyymme, se vie aikaa vain noin 3 minuuttia.

Kiitos!

#### 1. Sukupuoli

- Mies
- Nainen

#### 2. Minkä ikäinen olet?

- 10-30
- 31-45
- 46-55
- 56-65
- 66-

#### 3. Mitkä taiteenalat kiinnostaisivat sinua Israelissa eniten?

Valitse kolme kiinnostavinta

- Kuva- ja veistotaide
- Musiikki
- Tanssi
- Teatteri
- Keramiikka
- Korutaide
- Käsityötaide
- Kirjallisuus
- Elokuvataide
- Valokuvataide
- Arkkitehtuuri
- Arkeologia
- Muu, mikä?

**4. Mitkä seuraavista vierailukohteista Israelissa kiinnostaisivat sinua eniten?**

Valitse kolme kiinnostavinta

- Taidemuseot
- Taiteilijakylät ja –yhteisöt
- Taidegalleriat
- Konsertit ja muut musiikkitapahtumat
- Musiikkifestivaalit
- Taidefestivaalit
- Taiteilijatapaamiset
- Taidetyöpajat
- Taide yliopistot (kuten Betzalel Academy of Arts and Design)
- Muu, mikä?

**5. Mikä seuraavista kulttuureista kiinnostaisi sinua eniten Israelissa?**

Valitse kiinnostavin

- Juutalainen kulttuuri
- Kristillinen kulttuuri
- Arabialainen kulttuuri
- Druusi kulttuuri
- Muu, mikä?

**6. Minkälaiseen kulttuuriohjelmaan haluaisit osallistua Israelissa?****7. Mitkä tekijät ovat sinulle tärkeitä taide- ja kulttuurimatkoilla?**

Valitse kolme tärkeintä

- Omatoiminen kohteisiin tutustuminen
- Opastetut kierrokset vierailukohteissa
- Uudet kulttuurikokemukset ja taide-elämykset
- Mahdollisuus osallistua taiteen tekemiseen (taidetyöpajat)
- Paikallisten taiteilijoiden tapaamiset
- Herkuttelut ja rentouminen taide-elämysten lomassa
- Tutustuminen paikallisiin ihmisiin
- Tutustuminen paikalliseen ruokakulttuuriin
- Luennot taiteenalasta, mistä?
- Muu, mikä?

**8. Haluaisitko opiskella hepreaa matkan aikana?**

- Kyllä
- En

**9. Minkä kokoisessa ryhmässä haluaisit matkustaa?**

- Omassa ryhmässä räätälöidyllä matkalla omien ystäväni kanssa
- 10-15 hengen ryhmässä
- 15-25 hengen ryhmässä

**10. Mihin vuoden aikaan mieluiten matkustat?**

- Keväällä
- Kesällä
- Syksyllä
- Talvella

**11. Minkä tasoisen majoituksen mieluiten valitsisit?**

Valitse mieluisin vaihtoehto. (Myös hostellihuoneissa on oma kylpyhuone)

- Suositun hostellin keskellä kaupungin sykettä
- Viihtyisän ja siistin hostellin rauhallisella sijainnilla
- Keskitason hotellin, (2-3 tähden luokitus)
- Luxus-tason hotellin, (4-5 tähden luokitus)

**12. Paljonko olisit valmis maksamaan 7 vrk:n taide- ja kulttuurimatkapaketista Israelissa?**

(Sis. lennot, kuljetukset Israelissa, majoitus 2h huoneissa aamiaisella, sisään-pääsymaksut vierailukohteisiin, paikallisen oppaan palvelut.)

- 850 – 1000 euroa
- 1000 – 1300 euroa
- 1300 – 1600 euroa
- 1600 – 2500 euroa

**13. Kiitos, haluan vastaanottaa sähköpostilla tietoa taide- ja kulttuurimatkoista Israelissa.**

Tiedot käsitellään luottamuksellisesti. Niitä ei luovuteta kolmansien osapuolien käyttöön.

Etunimi

Sukunimi

Sähköposti

#### Liite 4. Ensimmäinen pilottimatka 17.-25.3.2014

##### **Matkan mainos Facebookissa:**

Taidetta Israelin keväässä

Järjestämme taidematkan Israeliin 17.-25.3.2014. Tutustumme Jaffan, Galilean ja Haifan seudun taideantiin. Vierailemme myös Jerusalemissa.

Lennot ostetaan itse Finnairilta.

Meno 17.3. klo 20.05 AY0797

Paluu 25.3. klo 06.00 AY0798

Majoitukset:

Jaffa: Beit Immanuel. (2 yötä)

Tiberias: David Hostel (5 yötä)

Matkan kokonaishinta ilman aterioita noin 650 euroa.

Vielä on muutama paikka vapaana. Ota yhteyttä jos haluat mukaan!

Matkaesitteen saat: veemvee(at)hotmail.com.

##### **Matkaohjelma:**

Taidetta Israelin keväässä 17.-25.3.2014

Tel Aviv – Jerusalem – Galilea –Haifa

Finnairin suorat lennot:

17.3. AY0797 Helsinki – Tel Aviv 20.05 – 00.30 (18.3.)

25.3. AY0798 Tel Aviv – Helsinki 01.20 – 06.00

**Ma 17.3.** Lento Hki-Tel Aviv klo 20.05 – 00.30

**Ti 18.3.** Saapuminen Tel Aviviin ja majoittuminen Jaffaan Beit Immanuel hostelliin n. klo 01.30. Aamupalan jälkeen vierailemme vanhan Jaffan galleriakujilla. Kävelemme rantabulevardia Tel Avivin Nachalat Binyamin taidebasaariin, näemme Nahum Gutmanin seinämosaiikit sekä Tel Avivin valokuvanäyttelyn 1900-luvun alusta Shalom Towerissa. Tutustumme Neve Tzedekin viehättävään kaupungin osaan.

**Ke 19.3.** Aamupalan jälkeen ajamme ylös Jerusalemiin. Kuljemme Vanhankaupungin kujilla. Näemme Cardon, Hurva-synagogan, käymme Kotelilla ja palaamme Siioninvuoren kautta kautta Jaffa-portille. Kurkistamme Mamillan kävelykadun taidenäyttelyä, jatkamme Ben Yehudalle, missä mahdollisuus ostoksiin. Käymme aistimassa jerusalemlaista arkea Mahane Yehudan vihannestorilla ja palaamme Mea Shearimin kortteleiden kautta takaisin Mamillanille. Ajamme yöksi Tiberiakseen.

**To 20.3.** Vierailemme Katzrinissa Golan Height´s Winery–viinitilalla. Jatkamme Ani´am-taiteilijakylään, missä näemme taiteilijoiden studioita ja gallerioita. Ilta-päivällä ajamme Golanin kukkuloille ja teemme ratsastusretken Merom Golan kibbutseilla. Kibbutseilla on nähtävänä kiinnostavaa veistotaidetta. Illalla rentoudumme Hamat Gaderin kylpylän mineraalialtaiden lämmössä Galilean tähtitaivaan alla.

**Pe 21.3.** Vierailemme katsomassa päiväkodin lasten Kabbalat Shabbat sapatin vastaanottoa. Illalla mahdollisuus synagoga-vierailuun. Vietämme sapattiaterian Davidin kanssa. Hän kertoo sapatin perinteistä ja sen merkityksestä juutalaisille.

**La 22.3.** Mahdollisuus vierailuun Nasaretissa, pyöräilyyn Kinneretin rannoilla tai Picnic-retkeen huikella näköalapaikalla Arbelin vuoren laella. Illalla mahdollisuus heprealaisiin tansseihin Tiberiaksen keskustassa paikallisen opettajan johdolla.

**Su 23.3.** Käymme tutustumassa Rosh Pina-taiteilijakylän gallerioihin ja kylän historiaan. Ajamme ylös kiehtovaan Safedin taiteilijakaupunkiin. Maistamme kuuluisia Safedin juustoja ja tutustumme Kosher-kynttilöiden tekoon. Näemme lukuisia taidegallerioita, museoita ja tapaamme taiteilijoita. Aikaa on varattu myös omiin löytöretkiin Safedin keskustan taidekujilla. Vierailemme Woodsong-studiossa ja kuulemme pienen konsertin päivän päätteeksi.

**Ma 24.3.** Aamulla suuntaamme kohti Haifaa. Pysähdymme matkalla Nasaretissa Jisreelin laakson näköalapaikalla. Jatkamme matkaa kohti Karmel-vuorella sijaitsevaa Daliat al Carmel-druusikylää. Saamme kurkistaa salaperäisen druusiyhteisön elämää ja maistella druusikeittiön tuotteita. Kylän basaarialueella mahdollisuus ostoksiin. Iltapäivällä vierailemme Ein Hod-taiteilijakylässä. Kylän 22 taidegalleriaa ja 14 taidetyöpajaa tarjoavat runsaasti inspiraatioita iltpäiväämme. Suuntaamme illansuussa Välimeren rantaa Netanyan kautta kohti Tel Avivia ja lentokentälle saavumme n. klo 21 paluulennon lähtöselvitykseen.

Lennot: (n. 300 €) ostetaan itse Finnairilta

Majoitus:

Jaffa, Beit Immanuel

Majoitus 2-h huoneissa aamiaisella

Tiberias, David Hostelli

Majoitus 2-h huoneissa aamukahvilla

Matkan hinta ilman lentoja: 366 €

Hintaan sisältyvät:

- \* Kuljetukset Israelissa
- \* Majoitus 2-h huoneissa
- \* Matkaohjelman retket ja sisäänpääsymaksut

Hintaan eivät sisälly:

- \* Lennot
- \* Matkavakuutus
- \* Mahdolliset muut maksulliset tutustumiskohteet
- \* Ateriat

Liite 5. Toinen pilottimatka 16.-26.6.2014

### **Matkan mainos Facebookissa:**

Taidematka Israeliin 16.-26.6.2014

Tutustumme Jaffan, Galilean ja Haifan seudun taidehelmiin. Vierailemme myös Jerusalemissa ja näemme Lights in Jerusalem festivaalin.

(<http://www.lights-in-jerusalem.com/>)

Lennot ostetaan itse Finnairilta

Meno 16.6. klo 20.05 AY0797

Paluu 26.6. klo 06.00 AY0798

Majoitukset:

Jaffa: Beit Immanuel. (2 yötä)

Tiberias: David Hostel (7 yötä)

Matkan kokonaishinta ilman aterioita noin 840 euroa.

Vielä on muutama paikka vapaana. Ota yhteyttä jos haluat mukaan!

Matkaesitteet saat: [veemvee\(at\)hotmail.com](mailto:veemvee(at)hotmail.com).

### **Matkaohjelma:**

Taidematka Israeliin 16.-26.6.2014

Tel Aviv – Jerusalem – Galilea

Finnairin suorat lennot:

16.6. AY0797 Helsinki – Tel Aviv 20.05 – 00.30 (17.6.)

26.6. AY0798 Tel Aviv – Helsinki 01.20 – 06.00

**Ma 16.6.** Lento Hki-Tel Aviv klo 20.05 – 00.30

**Ti 17.6.** Saapuminen Tel Aviviin ja majoittuminen Jaffaan Beit Immanuel hostelliin n. klo 01.30. Aamupalan jälkeen vierailemme Vanhassa Jaffassa. Näemme taidegallerioita sekä Ilana Goorin kotimuseon. Jaffasta suuntaamme Nachalat Binyamin taidebazaariin, näemme Nachum Gutmanin seinämosaiikit Shalom Towerissa ja tutustumme Neve Tzedekin viehättävään kaupunginosaan.

**Ke 18.6.** Aamupalan jälkeen ajamme ylös Jerusalemiin. Käymme Mahane Yehuda hedelmätorilla ja kurkistamme Mea Shearimin elämää. Kävelemme Ben Yehudan kautta Mamillan kävelykadulle, missä näemme kiinnostavan veistosnäyttelyn. Jatkamme Vanhaan kaupunkiin. Näemme Cardon, Hurva-synagogan, käymme Kotelilla. Illan hämärtyessä Lights in Jerusalem festivaali Vanhassa kaupungissa. Illallisen jälkeen ajamme yöksi Tiberiakseen.

**To 19.6.** Aamupäivällä vapaaehtoistyötä kehitysvammaisten lasten päiväkodissa. Näemme kuinka gourmet-kokki loihtii etnisiä herkkuja lounaaksi. Iltapäivällä ruoan pakkausta ja jakelua tarvitseville.

**Pe 20.6.** Vierailemme kurkistamassa päiväkodin lasten Kabbalat shabbat sapatin vastaanottoa. Käymme synagogassa ja vietämme yhteisen perinteisen sapatin.

**La 21.6.** Vapaa päivä. Mahdollisuus esim. pyöräilyyn Kinneretin rannoilla, purjehdukseen Kinneretillä tai rannalla leikkelyyn.



**Su 22.6.** Käymme aistimassa Rosh Pina-taiteilijakylän tunnelmaa ja tutustumme kiehtovaan Safedin taiteilijakaupunkiin. Näemme lukuisia taidegallerioita, museoita ja keskiaikaisia synagogia.

**Ma 23.6.** Aamupäivällä ajamme pohjoiseen Golanille. Melomme keidasmaisella Jordan-joella, Kfar Blum kibbutseilla. Iltapäivällä ratsastusretki Merom Golan kibbutseilla. Kibbutseilla nähtävänä veistotaidetta.

**Ti 24.6.** Vierailemme Ani Am-taiteilijakylässä, jossa taiteilemme savesta granaattiomenat. Piipahdamme Katzrinissa, missä koemme moniaistillisen elokuvaesityksen Golanin historiasta. Iltapäivällä suuntaamme Hamat Gaderin kylpylään ja rentoudumme illalla kylpylän 40 asteisten parantavien, rentouttavien ja nuorentavien mineraalilaitaiden lämmössä Galilean tähtitaivaan alla.

**Ke 25.6.** Aamiaisen jälkeen ajamme Nasaretin kautta Karmel-vuoren Daliat al Carmel-druusikylään, maistamme perinteisiä druusiherkkuja ja vierailemme druusikodissa. Kuljemme basaareissa, joissa mahdollisuus ostoksiin. Iltapäivällä vierailemme Ein Hod-taiteilijakylässä. Illansuussa ajamme Välimeren rantaa Netanyan kautta Tel Aviviin. Siirrymme lentokentälle yhdeksän maissa. Paluu-lento Helsinkiin klo 01.20 (26.6.)

Lennot: (n. 340 €) ostetaan itse Finnairilta

Majoitus:

16-18.6. Jaffa, Beit Immanuel

Majoitus 2-h huoneissa aamiaisella

18.-25.6. Tiberias, David Hostel

Majoitus 2-h huoneissa aamiaisella

Matkan hinta ilman lentoja: 540 euroa

Hintaan sisältyvät:

- \* Kuljetukset Israelissa
- \* Majoitus 2-h huoneissa aamiaisella
- \* Matkaohjelman retket ja sisäänpääsymaksut

Hintaan eivät sisälly:

- \* Lennot
- \* Matkavakuutus
- \* Mahdolliset muut maksulliset tutustumiskohteet
- \* Ateriat

## Liite 6. Palvelupolku

### Palvelupolku asiakkaan näkökulmasta

1. **Asiakas näkee hostellin ja ohjelmatarjonnan mainoksen**
  - onko mainos houkutteleva/kiinnostava?
  - millaisen imagon se välittää palvelun tarjoajasta ja palvelusta?
  - löytyykö yhteystiedot hostelliin helposti?
  
2. **Asiakas käy hostellin verkkosivuilla**
  - onko hostellin verkkosivusto kutsuva, helposti navigoitava, selkeä, ajantasainen, responsiivinen, riittävän informatiivinen?
  - onko ohjelmatarjonta esitelty riittävän selkeästi ja paikkansapitävästi?
  
3. **Asiakas soittaa/ lähettää sähköpostia hostelliin**
  - kuinka nopeasti yhteydenottoon vastataan? Ja miten?
  - onko vastaus ystävällinen, ammattimainen, lämminhenkinen, kutsuva, informatiivinen?
  
4. **Asiakas päättää varata huoneen ja kulttuuriohjelmaa sekä muita palveluja**
  - kuinka vaivatonta varaaminen on? Verkossa, puhelimesta, sähköpostitse?
  - kuinka pian varausvahvistus tulee?
  - kuinka vaivatonta on varauksen maksaminen?
  - saako asiakas saapumisohjeet hostelliin?
  
5. **Asiakas saapuu hostelliin**
  - millainen vastaanotto on?
  - mikä on yleisvaikutelma siisteydestä, viihtyisyydestä, turvallisuudesta?
  - saako tietoa hostellin käytännöistä, tiloista, peruspalveluista?
  - kerrotaanko missä on tietoa alueen peruspalveluiden sijainnista, aukioloajoista etc.?
  - saako tarkemman päiväohjelman (esitteinä tms.) valitsemistaan retkistä, tietoa vierailukohteesta ja oppaasta?
  - onko iltaohjelmaa tarjolla?
  
6. **Retkipäivä**
  - miten aamiainen on asetettu tarjolle?
  - miten kuljetus vierailukohteeseen on järjestetty?
  - miten opas kohtaa asiakkaat?
  - millainen ilmapiiri on matkaan lähdettäessä/ matkan aikana?
  - kertooko opas mitä on odotettavissa päivän aikana?
  - millainen vastaanotto vierailu kohteessa on?
  - kuinka antoisa/kiinnostava/uusia elämyksiä tarjoava vierailukohteen tarjonta/ohjelma on?
  - kuinka mahdollisen työpajan opetus onnistui, millainen ilmapiiri oli?
  - miten ateriatarjoilu tapahtui?

- miten paluumatka hostellille sujui, millainen ilmapiiri oli?
- onko iltaohjelmaa tarjolla? Miten järjestetty?

#### 7. Viimeinen päivä hostellissa

- huoneen luovutus
- toimiiko mahdollinen matkatavarasäilytys, jos haluaa viettää vielä päivän seudulla?
- kokeeko olevansa tervetullut uudelleen? Miten kohdataan lähtiessä?

## Liite 7. Tuotteistettu palvelu – kulttuuriohjelmat

Kulttuuriohjelmat on kirjoitettu tarjonnan suomalaista markkinointia varten.

### **Safed & Rosh Pina – Taidetta ja mystiikkaa Galilean vuorilla**

Ajamme aamupäivällä Safediin, Galilean kiehtovaan kuvankauniiseen taiteilija-kaupunkiin, jonka kaduilla voi aistia lämminhenkisen mystisen ilmapiirin. Paikallinen opas kertoo kaupungin historian lukuisine legendoineen 1500-luvulta tämän päivän taitelijoiden elämään. Kuulemme kuinka Safedista kehittyi juutalaisen mystiikan, kabbalitsmin, keskus. Vierailemme keskiaikaisessa synagogassa. Vanhan kaupungin kapeilla kujilla näemme lukuisia gallerioita ja taiteilijoita työskentelemässä studioissaan. Safedin taidetarjonta kattaa lukuisat taiteenalat maalauksista valokuvaukseen, veistotaiteesta keramiikkatöihin, korutaiteesta taidelasiluomuksiin. Taidemuseoissa on nähtävänä alueen taiteilijoiden yhteisnäyttelyjä. Galleriakujien välisillä aukioilla voi pysähtyä kuuntelemaan paikallisten muusikoiden jammailua vaikka kylmän juoman tai kahvikupin ääressä. Päiväohjelmaan on varattu aikaa omille tutkimusretkille inspiroivassa, henkisyttä huokuvassa taidemaailmassa. Omakustanteinen lounas nautitaan galleriakierroksen lomassa.

Iltapäivällä jatkamme matkaa Kanaa-vuoren rinteellä sijaitsevaan Rosh Pina-taiteilijakylään. Kuulemme vuonna 1878 perustetun moshavin, maatalousosuuskunnan, historiaa ajalta, jolloin alueella kuokittiin malariasoitia ja perustettiin Galilean ensimmäinen hepreankielinen koulu. Vierailemme taitelijoiden studioissa, missä on tilaisuus keskustella taitelijoiden kanssa. Näemme mm. maalauksia sekä lasi- ja korutaidetta. Taidekahviloissa voi pysähtyä maistamaan vaikka käsin tehtyä suklaata ja aistimaan kaupungin erikoisen seesteistä ilmapiiriä. Lopuksi vierailemme Peter Isacowitzin Woodsong studiossa. Saamme kuulla didgeridoon, harppujen, kalimbojen ja muiden instrumenttien alkuperästä ja taiteilijan luovuudesta soitinten valmistuksessa. Kuulemme rentouttavan konsertin päivän päätteeksi.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Retken kesto: n. 10 tuntia

Hinta: 65€/hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Kuljetus ilmastoidussa tilataksissa
- \* Oppaan palvelut
- \* Konsertti Woodsong studiossa

(Self-drive:Opastettu retki itse ajettuna; 40 €/hlö)

## **Daliyat el Carmel & Ein Hod – Kurkistus druusien maailmaan ja taiteilijakylän luovuuteen**

Suuntaamme aamuvarkaisella kohti Karmel-vuorta ja sen rinteellä sijaitsevaa Daliyat el Carmel-druusikylää. Kuulemme druusien historiasta ja uskomuksista. Vieraillemme druusikodissa ja kuulemme kylän perinteistä sekä nykypäivästä. Saamme aistia druuseille omaleimaista ystävällisyyttä, lämminsydämistä hyväntahtoisuutta sekä maistaa vieraanvaraisuutta herkullisen etnisen lounaan muodossa druusiperheen puutarhassa. Kuljemme kylän värikkäillä markkinoilla, missä on tarjolla lähes kaikkea mahdollista käsityöistä soittimiin, vaatteista itämaisiin ruokiin.

Iltapäivällä ajamme alas vuorenrintettä Ein Hod-taiteilijakylään. Viehättävässä kylässä asuu 150 taiteilijaa, joiden töitä on nähtävillä lukuisissa taidegallerioissa, museoissa ja yksityisissä studioissa. Taidetarjonta on laaja ja sisältää mm. veistoksia, maalauksia, keramiikkatöitä, tiffanytöitä, valokuvataidetta, silkkipainoksia, uniikkeja asuja, restauroituja antiikki huonekaluja, korutaidetta, judaicaa ja monenlaista käsityötaidetta. Kuulemme kylän historian ja tapaamme taiteilijoita opastetulla esittelykierroksella.

Kylässä on mahdollisuus osallistua erilaisiin omakustanteisiin taidetyöpajoihin. Tarjolla on esimerkiksi savenvalantaa, kankaanpainantaa, valokuvausta, israelilaisen valokuvataiteen historian esittelyä tai taideterapiaa. Työpajojen kesto vaihtelee tunnista neljään tuntiin ja niihin pitää ilmoittautua etukäteen. Lisätietoa työpajoista saa David Hostellista.

Paluumatkalla pysähdymme omakustanteiselle illalliselle arabiravintolassa Karmel-vuoren laella.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Retken kesto: n.12 tuntia

Hinta: 85€/hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Kuljetus ilmastoidussa tilataksissa
- \* Oppaan palvelut
- \* Autenttinen druusilounas

(Self-drive: Opastettu retki itse ajettuna; 60 €/hlö)

## **Katzrin & Ani´am - Golanin historiaa & viinejä ja keramiikkataiteilua**

Ajamme aamupäivällä Katzriniin. Näemme ja koemme moniaistillisen elokuvaesityksen Golanin luonnosta ja alueen elämästä. Näemme myös audiovisuaalisen esityksen Golanin alueen geologiasta, asutuksista ja historiasta. Vieraillemme Golan Heights Winery-viinitilalla ja kuulemme alueen viljelmistä sekä maistamme paikallisia viinejä.

Jatkamme matkaa Ani´am-taiteilijakylään. Golanin kukkuloilla sijaitsevan pienen uudisasutuksen asukkaat koostuvat eri alojen taiteilijoista. Kylässä on nähtävänä viehättäviä keraamisia koriste-esineitä, käsityötaidetta, veistoksia, sisustus-

ja korutaidetta sekä paljon muuta. Omakustanteinen lounas kylän ravintolassa. Hannan keramiikkapajassa sotkemme sormemme saveen ja muotoilemme granaattiomenat, jotka poltetaan, lasitetaan ja koristellaan. (Teokset jäävät kuivumaan keramiikkapajaan ja ne toimitetaan hyvinpakattuina kotiosoitteeseen noin kolmen viikon kuluttua.)

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Retken kesto: n. 8 tuntia

Hinta: 110€/hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Kuljetus ilmastoidussa tilataksissa
- \* Oppaan palvelut
- \* Elokuvaesitys Golanin luonnosta ja alueen historian esitys
- \* Viininmaistelu Golan Heights Winery viinitilalla
- \* Keramiikkatyö pajassa sekä taideteoksen toimitus kotiosoitteeseen

(Self-drive: Opastettu retki itse ajettuna; 87€/hlö)

### **Kfar Kama & Shibli – Tserkessien ja beduiinien perinteitä ja tätä päivää**

Aamupäivällä vierailemme tserkessien Kfar Kama-kylässä ja tutustumme 1800-luvun loppupuolella Kaukasukselta saapuneen kiinnostavan kansan historiaan ja perinteisiin. Kylän museossa näemme mm. vanhoja aseita, koruja ja värikkäitä, taitavasti kirjottuja perinneasuja. Kuulemme tarinoita kansan vaiheista ja näemme vauhdikkaan kansantanssiesityksen. Tserkessien perinneruokia maistamme kylän ravintolassa omakustanteisella lounaalla.

Jatkamme matkaa läheiseen beduiinikylään. Aidossa vuohenkarvateltassa kuulemme aavikon heimojen historiaa ja tarinoita menneiltä ajoilta. Nautimme arabikahvit ja baklava leivosten kera. Kuulemme myös, kuinka kylän asukkaiden kamelit vaihtuivat neliveto citymaastureihin ja autiomaateltat kauniisiin huviloihin.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Retken kesto: n. 6 tuntia

Hinta: 49€/hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Kuljetus ilmastoidussa tilataksissa
- \* Oppaan palvelut
- \* Tarjoilu beduiiniteltassa

(Self-drive: Opastettu retki itse ajettuna; 38€/hlö)

## Zippori ja Nasaret – hulpeita mosaiikkeja & värikästä arabikulttuuria

Aamupäivällä vierailemme Zipporin kansallispuistossa, missä näemme arkeologisia kaivauksia Hasmonealaiskaudelta 100-luvulta eKr, Bysantin aikaisia hyvin säilyneitä mosaiikkeja sekä mm. amphiteatterin rauniot myöhäisemmältä Roomanvallan ajalta, n. 100-luvulta.

Jatkamme iltapäivällä matkaa Nasaretin vanhan kaupungin kapeille kujille, missä kuulemme kaupungin historiaa ja näemme ihastuttavia Lähi-idän arkkitehtuurille tyypillisiä 1850-luvulla Ottomaanivallan aikana rakennettuja taloja upeine maa-lauksineen. Vierailemme arabikodissa ja saamme kuulla kiinnostavia tarinota su-vun vaiheista sekä elämästä tämän päivän Israelissa. Kuljemme värikkäässä ja vilkkaassa basaarissa, missä voi aistia aitoa Lähi-idän tunnelmaa tuoksuvien mausteiden keskellä. Basaarissa on tarjolla paikallisia ruokia, käsitöitä, koruja, kankaita, vaatteita ja paljon muuta. Loistava tilaisuus harjoitella tinkimistaitoa. Tapaamme arabiopiskelijoita paikallisten suosimassa ravintolassa illallisen mer-keissä. Kuulemme perinteistä arabimusiikkia ja halukkaat voivat opetella tanssi-maan debkaa. Illan aikana mahdollisuus tutustua paikallisiin ja saada uutta ym-märrystä elämästä Nasaretissa.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Retken kesto: n. 12 tuntia

Hinta: 95€/hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Kuljetus ilmastoidussa tilataksissa
- \* Oppaan palvelut
- \* Sisäänpääsymaksu kansallispuistoon
- \* Arabi-illallinen

(Self-drive: Opastettu retki itse ajettuna; 70€/hlö)

## Juutalaiset juhlat

**Sapatti** “Tule ystäväni, toivottakamme tervetulleeksi sapatti...”

- \* Kuulemme mitä sapatti juutalaisille merkitsee, mistä se juontaa juurensa ja mitä perinteitä juhlan viettoon liittyy.
- \* Vierailemme lasten päiväkodissa Kabbalat Shabbat –sapatin vastaanotossa. Kuulemme sapattilauluja ja näemme kuinka juhlan perinteitä opetetaan pienille lapsille.
- \* Valmistamme sapattiaterian paikallisen emännän opastuksella
- \* Vierailemme synagogassa sapatin jumalanpalveluksessa
- \* Vietämme autenttisen sapattiaterian lauluineen ja perinteineen israelilaisen isännöimänä

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Ohjelman kesto: koko päivä

Hinta: 38€/hlö

### **Aito Purim-juhla Tiberiaksen sydämässä (maaliskuussa)**

#### 1. Päivä

- \* Kuulemme juhlan historiasta ja perinteistä
- \* Opettelemme valmistamaan juhlaan kuuluvia makeita leivonnaisia, Hamanin korvia
- \* Valmistaudumme juhlan viettoon hankkimalla omakustanteiset naamiaisasut
- \* Autamme päiväkodin lapsia tai kerholaisia pukeutumaan naamiaisasuihin
- \* Osallistumme Purim-tervehdysten, herkkukorien, jakeluun naapurustossa
- \* Maistelemme Golanin viinejä puutarhassa
- \* Koemme miten Purim-juhlaa vietetään synagogassa
- \* Tapaamme paikallisia juhlatunnelmissa

#### 2. Päivä

- \* Osallistumme laulavaan ja tanssivaan Purim-paraatiin
- \* Illalla grillijuhla puutarhassa

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Hinta: 147€/ hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Majoitus 2h huoneissa aamiaisella (2 yötä)
- \* Kaksipäiväinen Purim-juhlaohjelma

### **Lehtimajajuhla israelilaisittain (lokakuussa)**

#### 1. Päivä

- \* Kuulemme juhlan historiasta ja perinteistä
- \* Rakenamme lehtimajoja paikallisten kanssa ja autamme majojen koristelussa
- \* Opimme tekemään Lulavin ja kuulemme sen perinteistä
- \* Tapaamme paikallisia, vierailemme lehtimajoissa

#### 2.päivä

Ajamme aamupäivällä yhteen Israelin suurimmista teatteritaiteen festivaaleista (Israeli Fringe Theater Festival) Akkoon. Teatteriesityksiä, katuesiintymisiä, konsertteja, tanssia, taidetapahtumia ja –näyttelyitä on nähtävänä pitkin vanhan kaupungin katuja ja toreja sekä satamassa. Festivaali kokoaa noin 300 israelilaista ja ulkomaista taiteilijaa useista eri kulttuuritaustoista. Nähtävänä on sekä heprealaisia- ja arabituotantoja että yhteistuotantoja. Festivaalin päätavoitteena on mahdollistaa uudenlaista, vaihtoehtoista taiteellista ilmaisua. Festivaali rohkaisee rajojen rikkomiseen ja uudenlaisten teatterikonseptien etsintään sekä omaperäiseen ohjaukseen, tilan käyttöön sekä esiintyjien ja yleisön suhteiden elävöittämiseen.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Hinta: 149€/hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Majoitus 2h huoneissa aamiaisella (2 yötä)
- \* Kaksipäiväinen juhlaohjelma

(Self drive: Opastettu retki itse ajettuna + majoitus 102€/hlö)



## Hanukan taikaa Juudan maalla (joulukuussa)

### 1. Päivä

- \* Kuulemme hanukka-juhlan taustasta ja perinteistä
- \* Vierailemme Saba Havivin oliiviviljelmillä. Kuulemme ikivanhasta oliiviöljyn puristustavasta sekä tämän päivän tuotannosta. Wahil kertoo oliiviöljyn erilaisista käyttötavoista ja terveysvaikutuksista. Näemme myös tahinin (seesaminsie-mentahnan) valmistuksen ja maistamme vieraanvaraisen druusiperheen ”isoisä Havivin” tuotteita. Tutustumme myös oliiviöljysaippuan valmistukseen.
- \* Valmistamme sufgania-hanukkamunkkeja paikallisen emännän kanssa
- \* Sytytämme hanukkakynttilät ja opettelemme hanukkalauluja

### 2. Päivä

- \* Ajamme aamupäivällä Safediin. Näemme taidegallerioita ja vierailemme taiteellisessa kynttiläpuodissa. Omakustanteinen lounas galleriakierroksen lomassa.
- \* Osallistumme Safedin hanukkaparaatiin joka kulkee pitkin vanhan kaupungin kynttilöin valaistuja kujia. Kuulemme perinteisiä legendoja Safedin ihmeistä ja iloisia hanukkalauluja.
- \* Aistimme paikallista hanukan viettoa klezmer-jameissa. Omakustanteinen illallinen.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Hinta: 174€ /hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Majoitus 2h huoneissa aamiaisella (2 yötä)
- \* Hanukka-ohjelma

(Self drive: Opastetut retket itse ajettuna + majoitus 112€/hlö)

## Wellness days – Kokonaisvaltaista hyvinvointia

### Meditointia Arbel-vuorella & auringonlaskun purjehdus Genesaretilla

Aamu-Pilates. Venyttelemme kehon energiat virtaamaan uuteen päivään. Aamupilates nostaa aineenvaihdunnan uudelle tasolle, vähentää stressiä ja lisää hyvänolon tunnetta.

Luomuaamiainen.

Meditointimatka Arbel-vuoren laelle, mistä aukeaa silmiä hivelevä maisema Genesaretin järvelle, Hermonin vuorelle ja Golanin kukkuloille. Puhtaassa luonnossa keho, sielu ja mieli lepää ja virkistyy. Kuulemme tarinan vuoren historialta ja näemme harvinaisia kasveja, jotka kasvavat kivien lomassa. Nautimme picnicin luonnon helmassa. Aikaa on varattu vaelteluun, mietiskelyyn ja rentoutumiseen.

Iltapäivällä palaamme takasin hostelliin Tiberiakseen. Iltapäiväksi on mahdollisuus tilata omakustannushintaan erilaisia hieronta- tai luontaishoitajan aromatai yrttiterapia hoitoja etukäteen.

Purjehdimme Genesaretin järvellä auringonlaskun aikaan. Nautimme israelilaisen illallisen paikallisten suosikkiravintolassa.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä  
Hinta: 130€/hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Majoitus 2h huoneissa aamiaisella
- \* Ohjattu aamu-pilates
- \* Oppaan palvelut
- \* Meditaatiomatka Arbel-vuorelle
- \* Purjehdus Genesaretilla
- \* Illallinen ravintolassa

### **Elämyksellinen ratsastusretki Golanin kukkuloilla & leppoistusta mineraalilylpylässä**

Aamujooga

Luomuaamiainen

Ajamme aamupäivällä Golanin kukkuloilla sijaitsevalle Merom Golan kibbutseille. Tutustumme kibbutsin hedelmäviljelmiin ja näemme paikallisten taiteilijoiden töitä kibbutsin galleriassa. Nautimme rentouttavasta ratsastusretkestä seudun seesteisen kauniissa maisemissa Ben Tal-vuoren ympäri. Omakustanteinen lounas kibbutsin ravintolassa.

Ilmapäivällä ajamme Genesaretin järven eteläpään Hammat Gaderin mineraalilylpylään. Rentoudumme lämpimissä terveysvaikutteisissa kylvyissä, jotka kiihdyttävät aineenvaihduntaa ja solujen uudistumista sekä vähentävät nivel- ja lihaskipuja. Vesihierontapisteissä ja porealtaissa kehon jännitykset vapautuvat samalla kun mineraalit poistavat lihasten rasitusta. Lisäksi tarjolla on erilaisia kylpylähoitoja ja hierontaa.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä  
Hinta 159€ / hlö

Hintaan sisältyy:

- \* Majoitus 2h huoneissa aamiaisella
- \* Aamujooga
- \* Matkat ilmastoidussa tilataksissa
- \* Oppaan palvelut
- \* Ratsastusretki Golanilla
- \* Kylpylän sisäänpääsymaksu

(Self drive: Opastettu retki itse ajettuna + majoitus 130€/hlö)

### **Ekokylä Kiil**

Noin viidenkymmenen talouden ekokylä levittäytyy vuoren laelle, mistä aukeaa huikea näköala Välimerelle. Asukkaat viljelevät orgaaniset vihanneksensa ja hedelmänsä sekä hoitavat kanalansa itse. Kylä toimii aurikoenergialla. Kylän asumukset ovat hyvin erilaisia. Osa asuu hurtassa, osa tiipiissä. Nautimme ter-  
vetuliaskahvit kahvilateltassa ennen gallerioiden ja studioiden maalauksiin, veis-  
toksiin, keramiikka- ja lasitöihin tutustumista. Tutustumme myös Galilean flo-  
raan ja faunaan kylän ihasuttavassa kasvitieteellisessä puutarhassa. Kylässä on tarjolla myös ekologiaan ja hyvinvointiin liittyviä työpajoja, kuten itse-  
tuntemus-, jooga-, Tai Chi-, Kung Fu-, energia-, healing-, meditaatio-, improvi-  
saatioteatteri-, tanssi- ja musiikkityöskentelyä. Työpajoista tulee sopia etukä-  
teen.

Minimi osallistujamäärä: 8 henkeä

Retken kesto: n. 6-8 tuntia (riippuen mahdollisesta työpajoihin osallistumisesta)  
Hinta 49€ /hlö

(Self-drive: Opastettu retki itse ajettuna; 25 €/hlö)

### **Öinen kalastusretki Galilean kalastajien matkassa**

Koe ainutlaatuinen kalareissu Genesaretin järven kalastajien seurassa. Kalas-  
tusalus lähtee järvelle illan pimetessä. Näe kuinka verkot heitetään veteen, kuu-  
le uskomattomia kalajuttuja. Auta saaliin nostamisessa alukseen ja verkkojen  
selvittelyssä. Rantaan palattua valmistetaan yöpalaa nuotion äärellä kalaa pais-  
taen.

Minimi osallistujamäärä: 6 henkeä

Retken kesto: n. 4-5 tuntia  
Hinta: 28€/hlö

### **Festivaaleja Galilean alueella vuoden varrella:**

Tammikuu:

#### **Laaksojen Maut Festivaali**

Uniikki kulinaristinen juhla täynnä makuelämyksiä. Festivaalin aikana Galilean  
ravintolat tarjoavat erikoisia menuita ja gourmet-annoksia yllätyshinnoin. Tapah-  
tuman aikana järjestetään erilaisia ruokatapahtumia, kuten kilpailuja, avointen  
ovien päiviä keittiöihin, joissa tarjoillaan paikallisia ruokia, kokkien työpajoja,  
luentoja ja paljon muuta.

Huhtikuu:

#### **Ein Gev Festivaali**

Kaikkien israelilaisten musiikkifestivaalien isoisä, Ein Gev Festivaali, tarjoaa  
pääsiäisen aikaan nostalgiaa maan pioneerien päiviltä yli 66 vuoden takaa.  
Esiintyjä on yli 70, mukana lukuisia kuoroja. Tapahtumassa esiintyy myös  
amatöörikuoroja.

Toukokuu:

### **Jacob´s Ladder Festivaali**

Jacob´s Ladder festivaali on järjestetty vuodesta 1978. Tapahtumasta on kehittynyt kodikas folk-musiikkijuhla, jossa esiintyy lahjakkuuksia ympäri maailman. Festivaali järjestetään kaksi kertaa vuodessa Nof Ginosarin kibbutseilla, Genesaretin järven rannalla. Ihmisiä saapuu tapahtumaan ympäri maata ja useimmat heistä tulevat paikalle teltailemaan ja nauttimaan lähes yhtäjaksoisesta bluegrass-, folk-, country-, blues- ja irlantilaisesta musiikista sekä aamun pikkutunneille jatkuvista jameista kolmen vuorokauden ajan rennessa ilmapiirissä.

### **Yaarot Menashe Festivaali**

Toukokuinen musiikkifestivaali Menashen alueella Pohjois-Israelissa metsän keskellä kokoaa maan nimekkäimpiä reggae-, indie-, rock-, ja folk-muusikoita sekä tanssitaiteilijoita kolmipäiväiseen tapahtumaan. Mukana on yli 80 esiintyjää usealla eri lavalla sekä lisäksi musiikkityöpajoja, spontaaneja jameja ja eri taiteiden alojen esityksiä sekä aktiviteetteja lapsille.

### **"Ensi hedelmät" Viinin ja juustojen maistiasfestivaali**

Touko-kesäkuun vaihteessa maistellaan ensi hedelmiä. Viinin ja gourmet-ruoan ystävät nauttivat tämän juhlan laadukkaista antimista. Tarjolla on maistiaisia eri viinitiloilta, juuston- ja suklaan valmistajilta, oliiviöljyjen tuottajilta, ja monilta muilta. Festivaalissa yhdistyvät kulinaristiset kokemukset ja alan asiantuntijoiden luennot viinin- ja juustojen valmistuksesta sekä videoesitykset gastronomian maailmasta.

### **Israel Indigo Festivaali**

Indigo Festivaali lupaa unohtumattoman kokemuksen kolmipäiväisen musiikin, tanssin, ystävyiden ja yhteyden juhlan keskellä. Leirintäalueen kolmella lavalla ulkomaiset vierailevat bändit soittavat psykedelistä ja etnistä musiikkia. Alueella on myös toimintaa lapsille, työpajoja ja yllätyksiä.

Kesäkuu:

### **Healing Music Festivaali**

Parantavan musiikin festivaali Duga beachillä, Kinneretin rannalla, tarjoaa kolmen vuorokauden ajan musiikkiesityksiä kahdella lavalla ja jameja yleisön keskellä. Mukana on useita israelilaisia indie-muusikoita sekä ulkomaisia vierailevia tähtiä. Kiinnostava musiikin ja äänen juhla on harmoninen henkinen musiikkimatka, joka tarjoaa monia polkuja sielun ja yhteyden etsimiseen.

Heinäkuu:

### **Karmiel Dance Festivaali**

Vuotuinen Karmielin kansainvälinen tanssifestivaali tarjoaa 80 tanssinäytöstä 5000 tanssijan esittämänä. Esiintyjät ovat maailman huippuja Israelista, Venäjältä, Argentiinasta, Chilestä, Armeniasta ja muualta. Festivaalin aikana kaikki tanssin harrastajat lapsista aikuisiin voivat osallistua tanssikursseille, avoimiin tanssisessioihin, tanssikilpailuihin, paraateihin ja tanssimaratoneihin. Tarjolla on salsabileitä, zumba-maratoneja, hip hoppia, break-

dancea, jazztanssia ja koreografiakilpailuja sekä pyörätuolitanssia, laulukilpailuja ja paljon muuta, kellon ympäri.

Elokuu:

### **Klezmer Festivaali Safedissa**

Kansainvälinen Klezmer Festivaali on maailman suurin juutalaisen musiikin festivaali, joka vetää vuosittain kymmeniä tuhansia paikallisia sekä turisteja juutalaisen kulttuurielämän suurimpaan tapahtumaan. Esiintymässä on lukuisia Israelin parhaita klezmer-artistejä yhdessä kansainvälisten taiteilijoiden kanssa. Esiintymislavat on sijoitettu Safedin vanhan kaupungin historiallisille kujille, mikä osaltaan luo tapahtumaan erikoislaatuisen ilmapiirin. Klezmer jamit jatkuvat aamun pikkutunneille asti.

Festivaalissa esiintyy myös Israelin musiikkitaivaan kirkkaimpia tähtiä. Lasten lavalla esitetään taikanäytöksiä ja kerrotaan tarinoita, esitellään harvinaisia instrumentteja ja lapset saavat kokeilla eri soittimia.

### **Viinitarhojen Festivaali**

Vuotuisen "rakkauden päivät" festivaalin (israelilainen versio ystävänpäivästä) aikana Galilean viinitilat, ravintolat, maatilat ja kahvilat järjestävät teematapahtumia, markkinoita ja tarjoavat maistiaisia. Tarjolla on romanttisia kuutamokonsertteja, kuutamokierroksia viinitiloilla, musiikkiesityksiä luonnossa, perhetapahtumia ja muita erilaisia juhlia.

Lokakuu:

### **She'an Nights Festival**

Festivaali tarjoaa moniaistillisen kolmiulotteisen audiovisuaalisen kokemuksen, joka on kuin aikamatka tuhansien vuosien taakse roomalaisen amfiteatterin keskellä. Kansallispuiston kadut täyttyvät taide-esityksistä. Tarjolla katutaiteilijoiden esityksiä, konsertteja, paikallisia bändejä, juutalaista- ja arabikansanmusiikkia. Iltapäivisin festivaalialueella voi katsella jonglöörejä, käsityötaidetta, osallistua taidetyöpajoihin, maistella paikallisia herkkuja. Tarjolla on ohjelmaa myös lapsille.

### **Reenesssi Festivaali**

Muinaisessa ristiretkeläisten aikaisessa Yechiam-linnassa järjestettävä vuotuisen renessanssifestivaali lehtimajajuhlan aikaan tarjoaa useita renessanssiajan konsertteja paikallisten ja vierailevien muusikoiden esittäminä. Tapahtumassa esitetään myös musikaaleja ja tarjolla lukuisia työpajoja, joissa voi kokeilla muinaisia kädentaitotekniikoita. Tarjolla on myös katutaiteilijoiden esityksiä, opastettuja linnakierroksia, tarinoita menneiltä ajoilta ja paljon muuta.

Marraskuu:

### **Oliivien pomintaa Eilabunin kylässä**

Marraskuun alussa voi osallistua oliivien sadonkorjuuseen yhdessä paikallisten beduiinien kanssa. Kylässä tutustutaan paikallisten hunajantuotantoon, yrttitinktuuroiden valmistukseen sekä perinteiseen ruoanlaittoon.

## Liite 8. Asiakastyytyväisyyskysely

**David Hostellin asiakastyytyväisyyskysely**

Kiitos kun valitsit David Hostellin palvelut. Haluaisimme kuulla kokemuksistasi, jotta pystymme kehittämään tuotteitamme ja palvelujamme entistä paremmiksi. Pyydämme sinua käyttämään aikaasi muutaman minuutin ja vastaamaan lomakkeessa esitettyihin kysymyksiin.

Kiitämme etukäteen arvokkaasta palautteestasi!

**Sukupuoli**

- Mies  
 Nainen

**Ikä**

- alle 30     31-50     51-60     61-70     yli 71

**Asiointi verkossa**

	Erinomainen	Hyvä	Kohtalainen	Huono	En osaa sanoa
Palvelutarjonnan löytyminen verkossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelutarjonnan esittely verkossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelutarjonnan varaamisen helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteydenpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Asiakaspalvelu hostellissa**

	Erinomainen	Hyvä	Kohtalainen	Huono	En osaa sanoa
Henkilöstön ystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstön asiantuntemus/ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstön palveluhalukkuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelun laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Hostellin yleiset tekijät**

	Erinomainen	Hyvä	Kohtalainen	Huono	En osaa sanoa
Viihtyisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun sujuvuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan palveluasenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Kulttuuriohjelmalvelut**

	Erinomainen	Hyvä	Kohtalainen	Huono	En osaa sanoa
Oppaan ystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppaan asiantuntemus/ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppaan palveluhalukkuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vastaanotto vierailukohteessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuriohjelman kiinnostavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuriohjelman toimivuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilmapiiri vierailujen aikana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Mihin kulttuuriohjelmaan osallistuit?**

- Safed & Rosh Pina
- Daliyat el Carmel & Ein Hod
- Katzrin & Ani'am
- Kfar Kama & Shibli
- Zippori ja Nasaret
- Sapatti
- Purim-juhla
- Lehtimajajuhla
- Hanukka-juhla
- Wellness-päivä Tiberiaksessa
- Wellness-päivä Golanilla
- Ekokylä Klil
- Kalastusretki Genesaretilla

**Miten arvioisit palvelujen hinta-laatusuhdetta?**

- Erinomainen    Hyvä    Kohtalainen    Huono    En osaa sanoa
- 

**Miten palvelut vastasivat odotuksiasi?**

- Erinomaisesti    Hyvin    Kohtalaisesti    Huonosti    En osaa sanoa
- 

**Mikä oli parasta?****Mitä parantaisit toiminnassamme?****Suosittelisitko David Hostellin palveluja ystävilleesi?**

- Kyllä     En     En osaa sanoa

*Kiitos palautteestasi!*    