

14 ettevõtmist, mis kandideerisid Visit Estonia konkursil Turismi Turundustegu 2021

Uus elamusteenuste platvorm KYLAS.ee. Ajujahi konkursi TOP 30 idee hulgas ja oodatud kõneleja sTARtUp Dayl – ei, mitte mõni uus IT-tudengite idufirma, vaid turismirahva ettevõtlikkus! KYLAS.ee platvormile koondati Võru Arenduskeskuse, Lõuna-Eesti turismiklastri, maakonna turismiettevõtjate ja Tartu 2024 koostöös Lõuna-Eesti elamusteenused. Kõik on leitav ühest kohast, nii teenuste tutvustus, nende ostmine ja broneerimine kui ka tagasiside andmine kuni kinkekaardini välja. Ettevõtjatele lisati mentorprogramm teenuse disainist ja hinnastamisest. KYLAS.ee loomine on andnud võimaluse kaasata turismiteenuste arendamisse ja pakkumisse uusi sihtgrupe, kes varem ei olnud turismiga seotud.

True.goods (too good to be true) on ettevõtmine egiidi all COVIDi tõttu restoranist e-poeks. LEE, endise nimega Leib suutis vaatamata pandeemia hoida oma oma ärimudeli keset, milleks on kohalik toit. Maitseelamusi on loodud toorainest, mis on pärinenud väiketootjatelt ja sõpradelt Eesti taludes ja metsades. Et aidata ka restoranide sulgemise ajal ennast ja põllumehi, kes on kümne aasta pikkuse koostöö käigus saanud vaat et pereliikmeteks, otsustati viia parim Eesti tooraine talust kodudesse. Nädalaga jõuti turuni talustkoju.ee, ilma vahelaota toimetati värske toit kulleriga sadadesse kodudesse. Sellele järgnes e-poe laiendus ja rebranding truegoods.ee-ks, kus kohalikule toidule (üle 100 toote) on lisatud mahekaupa ka laiast maailmast. Teadaolevalt on tegu Eesti esimese null-kaoga toitu müüva e-poega: ei tellita kaupa seisma ja annetatakse ka Toidupangale. Samuti rakendatakse pakendiringlust.

Elamusturismi pakuja Bonacci tajus hästi paljude väiksemate hinnatud sihtkohtade põhimuret – hooajalisust. Ka Hiiumaal lõpetab septembri tules enamik söögi- ja majutuskohti. Kuidas hooaega talve pikendada? Sihtrühmaks said sõpruskonnad ja kontorit vahepeal mujal kogeda ihkavad väikesed meeskonnad. Pakuti kogu Hiiumaad hõlmavaid elamusi, alates päevasest bussireisist ümber Hiiumaa kuni lõkkel küpsetatud lõunasöögini. Kevadel jällegi võimaldas hooaega varem alustada toetumine rannakalurite rikkale pärandile. Pakuti kalapüüki märtsi lõpust jaanipäevani: Hiiumaa kalurid rääkisid vahvaid lugusid ja jagasid kogemust ning kalastushuvilisi, mh Peipsi äärest üha saabus. Rikastati ka kohalikku elu – pühapäevaste brunchidega Orjaku mõisapargis.

Veiniteele on ühinenud 19 ehedat veinimaja, mis toovad inimesi linnast välja. Ühisturundus võimaldab väiketootjatel kulusid kokku hoida ning veinihuvilistel Eesti arenevast veinikultuurist paremat ülevaadet saada. Kaalul on ei midagi vähemat kui kvaliteetse põhjamaise tooraine ning põnevate maitsetega Eesti kui veinimaa kuvand. Hästi on käima läinud koostöö kohalike toiduettevõtetega, kultuurisündmustega. Tänu Veiniteele on meil kogu Eestit kattev võrgustik avatud veinimajadest, kus saab suhelda otse pererahvaga ja maitsta piirkonnas kasvanud viljadest valminud jooke.

Audru ringrada – ainus Porsche ringrada terves maailmas. Audru ringrada leidis hea väljundi eesmärgile võita enesele, Pärnule ja Eestile tervikuna maailmas tuntust. Viieks aastaks sõlmiti koostööleping, mis nimetas Audru ringraja Porsche ringiks. Tegemine on ainulaadse kokkuleppega maailmas, väga tuntud kaubamärgil pole sellist koostööd ühegi teise ringrajaga. See toob rohkem Porsche Ida- ja Kesk-Euroopa kliendiüritusi Eestisse ning annab ringraja senistele ja tulevastele arendustele väga tugeva kvaliteedimärgi. Eesti ringrada on edukalt näidanud, kuidas saaks väikest Eestit maailma edukaimate ettevõtetega rahvusvaheliselt turundada. Projekti viisid ellu Rada OÜ ja Auto 100 AS.

Mooska suitsusaunatalu Lõuna-Eesti maailma viijana. Mooska suitsusaunatalus saab kõige ehedamal moel kogeda rituaale, mis on kantud UNESCO vaimse kultuuripärandi nimekirja. Omanäoline ja väga personaalsele turundusele toetuv nišitoode on Mooskast tänaseks teinud ühe põhjuse, miks reisida Eestisse. Iga talus käinud inimest ükskõik kust maailmanurgast vaadatakse kui Mooska kultuurisaadikut ning selle toel on saunakülastused kuude kaupa ette broneeritud. Saunakombestikule on lisatud töötoad ja ekskursioonid, pärimuslood, pärimustoidu ehk saunas suitsutatud liha pakkumine e-poes ja kohapeal. Mooska suitsusaun on ettevõtmine, mis on andnud väikesele Lõuna-Eesti nurgale tõeliselt rahvusvahelise mõõtmega. 30% Eesti inimestest on Mooskas korduvkülastajad.

Viljandi kogukonnagiidid. Turismiarenduskeskuse ja sihtkohtade ühine strateegiline lähenemine on, et turism pole kogukonna arvel, vaid kogukonna huvides ja kaasalöömisel aetav asi. Viljandi ja Viljandimaa Arenduskeskus tulid välja kogukonnagiidide algatusega, millega liitunud kohalikest noorim oli gümnasist, vanim 74-aastane filosoofiadoktor. Pärast giidikoolitust sai nende silme läbi unikaalse pildi Viljandist üle 300 linna külalise. Läänud aastal rakendas sama ideed edukalt ka Võru.

100 põhjust Viljandisse armuda. Samuti kogukonda kaasas innovatiivsel moel Viljandi ettevõtja Jaana Hinno projektiga „100 põhjust Viljandisse armuda“. Eesmärgiks oli reklaamida end ettevõtjana, liita kogukonda ja mõjutada Viljandi kuvandit. Nulleelarvega kampaania tulemusel saabus kokku üle 600 vastuse 150 inimeselt, ettevõtja sai tellimusi, tõusis kohalike uhkus elukeskkonna üle. Vaata fotolt, kuidas on oma kodulinna iseloomustanud Marje – ja kõik on öeldud.

„Sakalamaa saladused“ oli Viljandimaal selle aasta suvel ja sügisel toimunud külastusmäng, kus osales 13 ettevõtet ja kogukonnaühendust. Mäng ei kutsunud mitte ainult vaatlema ja tarbima, vaid aktiivselt ise osalema ja uusi oskusi õppima. Kavas olid näiteks Kondase stiilis naivistliku maali tegemise töötuba, ajaloo teemaline mälumäng, tutvumine metsikute taimede kasutamise võimalustega, kalapüük jpm. Kõik tegevused käisid läbi kohalike lugude ja kohalike traditsioonide filtri ehk osalejad said selge pildi, kuidas tehakse asju Viljandimaa moel.

ERMi näitus kahasse Tretjakovi galeriiga. Tartus jäi Eesti Rahva Muuseumi muinasjutunäitus „Elas kord...“ jalgu viiruse esimesele lainele. Kui sügisel taas näitust elustati, ei piirdutud kordamisega, vaid võeti ette tõeliselt äge koostööprojekt Moskva Tretjakovi galeriiga. Hiigelkaru Mihhail Mihhailovitš muutus näituse maskotiks ja hiigelsuurelt kuldkalalt sai soovida (näiteks sooviti, et Eesti oleks hoitud ja kaitstud ning muidugi veel kord ERMi tulla 😊). Tulemuseks 60 000 külalist, 10 muinasjututeemalist lastelaagrit, üle 6000 giidituuril osalenud inimest, sadu kaastöid temaatilisel luulekonkursil, rikkalik kajastus meedias ja sotsiaalmeedias.

Kultuur ühele. Samuti rikkalikku kajastust pälvis Tartu Mänguasjamuuseumi sotsiaalkampaania sel kevadel „Muuseum ühele. Teater ühele. Kultuur ühele“. Leidliku temaatilise fotomaterjaliga kajastas kultuurirahvas üksi lavastatud ja mängitud mängu, küsides, kas muuseum külastajateta on üldse muuseum ja teater publikuta üldse teater. Ühtaegu naljakad ja valusad fotod meenutavad vaimukalt üksi maailmas olevat Palle lugu loomerahva pilgu läbi. Kampaania, mis kajastas pandeemiaga kaasnenud kultuuri tühistamist, oli tehtud nulleelarvega ja kõnetas väga erinevate valdkondade inimesi.

Saaremaa viikingiaasta. Saaremaalt leitud muinaslaeva vrakk kirjutas ümber üleilmselt tuntud viikingiajaloo, tõstes selle tarmuka ja sõjaka rahva ajastu poolsada aastat varasemaks. Saaremaa muuseumis on praegu viikinginäitus, mis rändab tuleval aastal Skandinaaviasse. Aga saarlased ei piirdunud mitte ainult näitusega, vaid kuulutasid terve aasta 2021 viikingiaastaks! Visit Saaremaa eesmärgiks oli kasvatada siseturistidest ja lätlastest-leedulastest külastajate arvu suvel. Kampaanias „Puhka nagu viiking“ saatsid „viikingid“ tööinimestele selfisid Saaremaa vaatamisväärsuste juurest, loodi GPS-seiklusmäng „Viikingite jälgedes“, peeti viikingilaata ja -turgu ja tehakse aasta lõpuni muudki viikingite vaimus.

„Plaan P – plaan, mis ei vea kunagi alt“ on Visit Pärnu sellesuvine kampaania, mis osutas reisimise valupunktidele: jätkuvalt oli reisida raske ja ebakindel. Seda enam tasus rõhutada, et suvine puhkus Pärnus ei lõpe takistustes, vaid sellele võib alati kindel olla! Ka Eestis elavatele venekeelsetele inimestele suunatud kampaania õnnestus suurepäraselt ning tõi Pärnusse puhkama rohkem siseturiste kui kunagi varem turismiajaloo.

Elva Miljon. Elvas otsustati nii kohaliku rahva kui külalistega ühiselt koguda miljon sportlikku kilomeetrit. Elva valla spordijuhi Madis Šumanovi ideest innustudes pani terve kogukond raske koroona-aasta jooksul rohkem rõhku spordile. Distsantsõppe perioodil kujundati sellega noorte liikumisharjumust, kutsuti tutvuma Elva matkaradade ja looduskaunite kohtadega. Ettevõtmise käigus on toimunud hulk põnevaid liikumisüritusi, näiteks rattareede, lidumislaupäev, kilomeetrite kogumine suvisel uisuväljakul. Elva Miljonisse sai kilomeetreid koguda ka mõttelisel Elva alal Tartu Autovabaduse Puiesteel. Kokkuvõttes – tänu Elva rahva ettevõtlikkusele sai tütust tervislikust kohustusest hasartne ettevõtmine.