



Business Kangasala Oy

Kolmen kunnan matkailun kehittäminen

Kangasala – Kuhmoinen - Pälkäne

Mesi Lähteenkorva
26.11.2025



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Sisällys

1. Tiivistelmä.....	2
2. Taustat ja lähtökohdat.....	3
2.1 Alueellinen lähtötilanne	3
2.2 Projektin toteutus	3
3. Toteutus ja toimintamallit	4
3.1 Projektin sidosryhmät	4
3.2 Toimenpiteet vuonna 2023	4
3.3 Toimenpiteet vuonna 2024	6
3.4 Toimenpiteet vuonna 2025	8
4. Tulokset ja vaikuttavuus	9
4.1 Syntyneet tulokset	9
4.2 Osallistujien saama hyöty	10
5. Viestintä ja näkyvyys	11
6. Verkostot ja yhteistyö	12
7. Opit projektin aikana.....	13
8. Suositukset ja jatkokehitys	14
9. Liitteet	15

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

1. Tiivistelmä

Kangasalan kaupunki sekä Kuhmoisten ja Pälkäneen kunnat toteuttivat yhteisen kehittämisprojektin ajalla 1.1.2023 - 31.12.2025. Projektin tavoitteena oli vahvistaa ja lisätä alueen matkailullista elinvoimaa, syventää kausiasukasyhteistyötä sekä houkutella kansainvälisiä matkailijoita Tampere-Pirkkalan lentokentän kautta. Alueella on lähes 12 000 kausiasuntoa, joiden merkitys paikalliselle elinvoimalle on merkittävä. Projekti käynnistyi keväällä 2023, ja sen kesto oli kaksi vuotta yhden vuoden lisäoptiolla. Projektia johti kokoaikainen projektipäällikkö ja projektin ohjausryhmässä oli edustus jokaisesta kunnasta. Sidosryhmiin kuului kuntien edustajia, matkailuorganisaatioita, yrityksiä ja paikallisia yhdistyksiä. Yhteistyötä tehtiin laajasti alueellisten ja valtakunnallisten toimijoiden kanssa.

Projektin alkuvaiheessa keskityttiin alueeseen tutustumiseen ja lähtötilanteen kartoitukseen. Ensimmäisen vuoden aikana osallistuttiin noin 30 tilaisuuteen ja verkostotapaamiseen. Lisäksi tavattiin alueen yrittäjiä henkilökohtaisesti ja järjestettiin kaksi yhteistä tilaisuutta. Kausiasukkaille suunnattu kysely toteutettiin yhteistyössä kuntien kanssa ja siihen vastasi yhteensä 728 henkilöä. Kysely antoi arvokasta tietoa kausiasukkaiden profilista, asuntojen käytöstä ja matkailupalveluiden hyödyntämisestä. Ensimmäisen vuoden aikana koottiin alueellinen datapankki matkailutoimijoista ja majoituskapasiteetista sekä toteutettiin yhteinen syyslomakampanja.

Vuonna 2024 painopiste siirtyi Lakeland Villages -brändin rakentamiseen, ja sen markkinointiin niin alueellisesti kuin kansainvälisille matkailijoille. Matkailutoimijoille järjestettiin koulutuksia, joissa käsiteltiin digitaalista löydettävyyttä, asiakaspolkuja ja pyörämatkailua. Kausiasukasviestintää toteutettiin uutiskirjeiden muodossa ja kuntakohtaisia postituslistoja kasvatettiin. Kesän markkinoinnissa julkaistiin Lakeland Villages -reitti, joka tarjosi teemoitettuja matkailukokonaisuuksia lapsiperheille, kulttuurista kiinnostuneille ja piilotettuja helmiä etsiville matkailijoille. Brändiä vahvistettiin tuottamalla valokuva- ja videomateriaalia. Projektin loppupuolella toteutettiin tutustumismatka muihin matkailuhankkeisiin.

Optiovuonna keskityttiin digitaalisen saavutettavuuden parantamiseen, matkailutuotteiden kehittämiseen ja brändin tunnettuuden kasvattamiseen. Verkkosivut julkaistiin englanniksi ja niille rakennettiin teemakohtaisia kokonaisuuksia. Matkailutoimijoille järjestettiin tuotteistamiskoulutusta ja toteutettiin yrityskäyntejä, joissa vahvistettiin digitaalista näkyvyyttä ja palveluiden kehittämistä. Vuonna 2025 osallistuttiin ensimmäistä kertaa Helsingin messukeskuksen Kevätmessuille. Matkailun kehittämistyö jatkuu vuoden 2025 jälkeen Pirkanmaan liiton rahoittaman hankkeen myötä.

Projektin konkreettisia tuloksia olivat Lakeland Villages -brändin verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat, koulutusmateriaalit, kausiasukaskyselyt ja alueellinen datapankki, jotka tukevat matkailun kehittämistä myös projektin jälkeen. Kausiasukkaiden ja matkailutoimijoiden tarpeiden ymmärrys parani, yhteistyöverkostot vahvistuivat ja alueen matkailun näkyvyys kasvoi. Projektin vaikuttavuus näkyy matkailun tietoisuuden ja osaamisen kasvussa sekä kuntien yhteisen matkailualueen markkinoinnin vahvistumisena. Jatkokehityksessä korostuvat yhteistyön vahvistaminen, brändin pitkäjänteinen ylläpito ja kuntien strateginen rooli matkailun kehittämisessä.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

2. Taustat ja lähtökohdat

2.1 Alueellinen lähtötilanne

Kangasalan, Kuhmoisten ja Pälkäneen välinen yhteistyöprojekti alkoi keväällä 2023. Yhteistyön tavoitteena oli vahvistaa alueen elinvoimaa, lisätä matkailullista vetovoimaa ja löytää uusia avauksia, jotka hyödyttävät niin kausiasukkaita kuin matkailijoitakin.

Koko kolmen kunnan alueella on lähes 12 000 kausiasuntoa, ja niiden merkitys alueen elinvoimalle on olennainen. Kausiasukkaiden viihtyminen sekä matkailun kehittäminen nähtiin tärkeinä kasvun lähteinä jokaisessa kunnassa. Kuntia kiinnostivat erityisesti kausiasuntojen käyttöaste, etätyömahdollisuuksien parantaminen, vuokrausmahdollisuuksien selvittäminen sekä digitaalisten palvelujen kehittäminen.

Tampere-Pirkkalan lentokentän kautta saapuvien kansainvälisten matkailijoiden houkutteleva alueelle ja heidän tarpeisiinsa vastaavien palvelujen kehittäminen olivat osa yhteistä työtä. Yhtenä osa-alueena projektissa olivat luonnon ja vesistöjen matkailun lisäämiseen tähtäävät toimet.

Yhteistyöllä nähtiin potentiaalia moniin uusiin ja yllättäviinkin avauksiin. Jokaisella kunnalla on omat vahvuutensa, ja yhteistyön kautta pystytään oppimaan toisilta. Projektissa kehitettiin matkailua kuitenkin kokonaisuutena. Kuntien suoran rahoituksen ansiosta toiminnassa oli enemmän joustavuutta kuin hankerahoitukseen perustuvissa malleissa, mikä mahdollisti pitkäjänteisemmän suunnittelun ja ketterämmät kokeilut.

Palvelujen tuotteistamisen ja erilaisten aktiviteettien paketoimisen merkitys tunnistettiin tärkeäksi. Näin voidaan luoda myös uusia elinkeinoja ja vahvistaa alueen vetovoimaa. Tampere-Pirkkala lentokentän uudet yhteydet, alueen yhteismarkkinointi sekä digitaalisten palvelujen kehittäminen muodostivat yhdessä raamit alueen kasvua tukevalle projektille.

Liite 1: Projektin aloitus ja ohjausryhmä

2.2 Projektin toteutus

Kaksivuotiselle hankkeelle oli varattu rahoitus kuntien talousarvioihin, johon sisältyi lähtötilanteessa yhden vuoden optio. Jokainen kunta oli hyväksynyt talousarviossaan 25 000 euron vuosittaisen rahoitusosuuden projektin toteuttamiseksi.

Hanketta koordinoi kokoaikainen projektipäällikkö, jonka pääasiallinen työpiste sijaitsi Business Kangasalan tiloissa. Työskentely tapahtui myös muissa kunnissa, mikä tuki projektin alueellista jalkautumista ja yhteistyön tiivistymistä. Business Kangasala toimi projektin hallinnollisena toteuttajana.

Hankkeelle nimettiin ohjausryhmä, jossa oli edustus jokaisesta mukana olevasta kunnasta. Ohjausryhmä vastasi toiminnan ohjauksesta ja päätöksenteosta sekä linjasi projektin painopisteitä eri

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

toteutusvaiheissa. Ohjausryhmän työskentelytahti vaihteli projektin kolmen vuoden aikana sen eri vaiheiden ja toimenpiteiden mukaisesti. Projektipäällikkö raportoi toteutuneista toimenpiteistä, suunnitelmista, taloudenseurannasta ja yleisistä asioista ohjausryhmälle säännöllisesti.

Ohjausryhmän kokouksissa käsiteltiin projektin etenemiseen liittyviä teemoja. Niiden asialistat ja muistiot toimivat keskeisinä työvälineinä, päätöksenteon tukena ja yhteisen tiedonkulun välineinä. Sisäinen viestintä oli projektin aikana toteutettu kokouksissa, puhelimitse, sähköpostitse sekä yhteisellä Teams-kanavalla. Ulkoisena yleisenä viestinnän välineenä käytettiin matkailutoimijoille sähköpostilla lähetettyä uutiskirjettä ja Facebook-ryhmää sekä toimenpidekohtaisia mediatiedotteita.

3. Toteutus ja toimintamallit

3.1 Projektin sidosryhmät

Projektin keskeisimmät sidosryhmät muodostuivat mukana olevien kuntien edustajista, alueellisista matkailuorganisaatioista sekä matkailualan yrityksistä ja paikallisista yhteisöistä. Kuhmoisissa yhteistyötä tehtiin elinkeinokoordinaattorin kanssa, Pälkäneellä elinvoimajohtajan ja Kangasalla kehitysyhtiössä toimivan matkailuasiantuntijan kanssa. Lisäksi tehtiin yhteistyötä kuntakohtaisesti kulttuuri- ja tapahtumavastaavien, markkinointi- ja viestintävastaavien, liikunta- ja ulkoiluapaikoista vastaavien sekä kunnanjohtajien kanssa.

Keskeinen kumppani on ollut Visit Tampere, joka toimii Pirkanmaan alueellisena matkailun asiantuntijaorganisaationa. Yhteistyötä on tehty myös muiden Pirkanmaan lähikuntien, yrittäjäyhdistysten, paikallisten yhdistysten ja aktiivisten kylätoimijoiden kanssa. Lisäksi projektin aikana on oltu yhteydessä muihin hankkeisiin, jotka liittyvät suoraan tai välillisesti matkailun ja elinvoiman kehittämiseen.

Matkailualan yrityskehittäminen on monimuotoinen ja laaja. Mukana oli sekä päätoimisia että sivutoimisia yrittäjiä, ympärivuotisesti toimivia yrityksiä ja sesonkiluonteista toimintaa harjoittavia toimijoita. Yritykset olivat joko kiinteästi paikallaan toimivia tai liikkuvampia palveluntarjoajia, kuten ohjelmapalvelu- ja tapahtuma-alan yrittäjiä. Mukana oli sekä yksinyrittäjiä että useampia henkilöitä työllistäviä yrityksiä. Yritykset olivat hyvin eri vaiheissa liiketoiminnan kasvun ja ammattimaisuuden kehityksessä.

3.2 Toimenpiteet vuonna 2023

Projekti käynnistyi maaliskuussa 2023. Alkuvaiheessa painopiste oli kuntiin ja alueeseen tutustumisessa sekä lähtötilanteen kartoituksessa. Ensimmäisen vuoden aikana alueellista matkailuyhteistyötä alettiin rakentaa erityisesti Visit Tampereen, Visit Finlandin sekä muiden alueellisten hankkeiden ja yhteistyöprojektien kanssa. Vuoden aikana erilaisiin tilaisuuksiin ja

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

verkostotapaamisiin osallistuttiin yhteensä noin 30 kertaa. Projektin alkuvaiheessa toimintaa ja tulevia suunnitelmia esiteltiin myös laajasti kuntien sidosryhmille, kuten yrittäjä- ja kyläyhdistyksille, elinvoimalautakunnille sekä kunnanhallitusten yhteistilaisuudessa.

Vuoden 2023 aikana alettiin rakentaa kolmen kunnan yhteistä matkailutoimijayhteisöä. Työ käynnistettiin henkilökohtaisilla tapaamisilla alueen yrittäjien ja muiden toimijoiden kanssa. Kangasalla toteutettiin yhteensä 14 tapaamista, joista kaksi oli yhteiskäyntejä elinkeinoyhtiön edustajan kanssa. Pälkäneellä tapaamisia järjestettiin 18, joista 16 oli yhteiskäyntejä kunnan edustajan kanssa, ja Kuhmoisissa toteutui 13 tapaamista, joista neljä oli yhteiskäyntejä kunnan edustajan kanssa.

Matkailutoimijoille järjestettiin vuoden aikana kaksi yhteistä tilaisuutta. Ensimmäisessä tilaisuudessa käsiteltiin matkailun tilastoja, kausiasukaskyselyn tuloksia sekä keskusteltiin monimuotoisen matkailuyrittäjyyden tulevaisuudesta. Tilaisuuteen osallistui yhteensä 39 henkilöä. Toinen tilaisuus järjestettiin verkossa, ja sen teemana oli tekoälyn hyödyntäminen matkailualalla. Ulkopuolisen kouluttajan vetämässä tekoälyworkshopissa keskityttiin tekoälyn hyödyntämiseen some-markkinoinnissa ja siihen osallistui 29 henkilöä.

Vuoden 2023 aikana toteutettiin ensimmäinen kausiasukaille suunnattu kysely, joka laadittiin yhteistyössä kaikkien kuntien kanssa. Kyselyllä haluttiin kartoittaa kausiasukkaiden profiilia, kausiasuntojen käyttöä, matkailupalveluiden käyttöä sekä kokemuksia kunnista kausiasukkaan näkökulmasta. Kyselyn markkinointi toteutettiin monikanavaisesti paikallislehtien kesän erikoisnumeroissa, näkyvyytenä keskeisillä ilmoituspaikoilla, kuntien verkkosivuilla sekä Visit Kangasalan ja Visit Pälkäneen sosiaalisen median kanavissa kohdennetun maksetun mainonnan avulla. Vastausten houkuttimena toimi arvonta, jossa palkintoina oli pääsylippuja paikallisiin tapahtumiin ja elämyksiin. Kyselyyn vastasi yhteensä 728 henkilöä. Saatuja vastauksia analysoitiin sekä kokonaisuutena että kuntakohtaisesti. Tulokset vastasivat monilta osin ennakko-odotuksia: kausiasuntojen korkea käyttöaste korreloi vastaajien ikärakenteen kanssa ja suurin osa vastaajista oli kausiasunnon omistajia. Henkilöauto oli yleisin liikkumismuoto ja kausiasunto nähtiin ennen kaikkea rentoutumisen paikkana, johon ei haluttu tuoda työasioita. Vastaajat käyttivät aktiivisesti alueen palveluja, mutta heidän näkemyksensä matkailupalveluista oli hyvin laaja-alainen. Sähköiset viestintäkanavat nähtiin merkityksellisinä tiedonkulun välineinä perinteisen printtimedian rinnalla, mutta kuntien verkkosivujen ja Visit-sivustojen rooli tiedonvälityksessä koettiin vähäisemmäksi.

Kausiasukasviestinnän kehittämiseksi selvitettiin erilaisia digitaalisia ratkaisuja, joilla voitaisiin parantaa tiedottamista ja palveluiden saavutettavuutta tälle kohderyhmälle. Selvityksen perusteella todettiin, ettei uuden digitaalisen palveluratkaisun käyttöönotto olisi tässä vaiheessa kustannustehokasta. Kyselyn yhteydessä vastaajilla oli mahdollisuus jättää sähköpostiosoite tulevaa viestintää varten, ja kuntakohtaiset kausiasukaskirjeet lähetettiin ensimmäisen kerran joulukuussa kohdennetun viestinnän aloittamiseksi.

Ensimmäisen vuoden aikana aloitettiin myös alueellisen datapankin kokoaminen. Sen tavoitteena oli koota yhteen kaikkien kolmen kunnan alueella toimivat matkailutoimijat sekä selvittää alueen majoituskapasiteetin määrä, joka todettiin jo projektin alkuvaiheessa merkittäväksi vaikuttimeksi matkailutoimialaan alueella.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Lokakuussa toteutettiin kolmen kunnan yhteinen syyslomakampanja, jonka tavoitteena oli lisätä alueellista liikkuvuutta, pidentää matkailukautta ja vahvistaa alueen tunnettuutta lapsiperheiden keskuudessa. Kampanja suunnattiin erityisesti perheille, joissa on kouluikäisiä lapsia. Kampanja toteutettiin monikanavaisesti kuntien verkkosivuilla, paikallislehtien digijulkaisuissa, Sanoma Median markkinointikampanjassa sekä maksettuna mainontana Visit Kangasalan ja Visit Pälkäneen sosiaalisen median kanavissa.

Vuoden 2023 budjetti oli 75 000 euroa. Merkittävimmät kustannukset muodostuivat henkilöstö- ja hallinnointikuluista, yhteensä noin 43 000 euroa. Toimijatapaamisten ja tilaisuuksien matkakorvauksia kertyi noin 2000 euroa, matkailutoimijoille järjestetyt yhteistilaisuudet ja verkkokoulutukset maksoivat noin 1500 euroa, ja markkinointiin, materiaalityöntantoon sekä kampanjoihin käytettiin yhteensä noin 3200 euroa.

Liite 2: vuoden 2023 materiaalit

3.3 Toimenpiteet vuonna 2024

Vuoden 2024 toimenpiteet käynnistyivät Lakeland Villages -brändin julkaisemisella alkuvuodesta. Brändin rakentaminen oli aloitettu jo edellisenä vuonna kausiasukaille suunnatun kyselyn ja toteutetun syyslomakampanjan pohjalta. Näiden perusteella muodostui selkeä näkemys erillisen, kolmen kunnan yhteisen brändin tarpeesta. Kansainvälisille markkinoille suunnattu Lakeland Villages tuo esille alueen aitoja autenttisia kokemuksia ja elämyksiä. Sen ytimessä ovat erityisesti vesistöihin ja luontoon liittyvät vahvuudet, kyläelämä sekä näihin tukeutuvat matkailupalvelut. Erillisen brändin tavoitteena on täydentää alueella jo tehtävää matkailutyötä ilman päällekkäisyyttä olemassa olevien matkailubrändien kanssa. Brändi julkaistiin juuri ennen Helsingissä järjestettäviä Matkamessuja mediakiinnostuksen saavuttamiseksi. Markkinointikampanja toteutettiin hiihtolomien aikaan Visit Kangasalan ja Visit Pälkäneen kanavissa.

Alkuvuodesta järjestettiin matkailutoimijoille ensimmäinen yhteinen matka Matkamessujen ammattilaispäivään. Tavoitteena oli vahvistaa toimijoiden keskinäistä verkostoitumista ja herättää uusia ajatuksia toiminnan kehittämiseen. Matkalle osallistui 23 henkilöä. Alkuvuodesta toteutettiin neljä eri teemaa käsittelevää kehitysiltapäiväwebinaaria ulkopuolisten kouluttajien toimesta. Koulutuksissa perehdyttiin yritysten tietojen syöttöön Datahub-tietokantaan, paikkatietojen merkitykseen yrityksen näkyvyydelle, digitaaliseen löydettävyyteen ja asiakaspolkuun sekä pyörämatkailuun ja Tervetuloa pyöräilijä -tunnukseen. Kaikkien koulutusten tavoitteena oli parantaa yritysten digitaalista saavutettavuutta ilman taloudellisia investointeja. Webinaareihin osallistui yhteensä 35 toimijaa, ja materiaalit jäivät saataville kaikille toimijoille myöhempää käyttöä varten.

Edellisenä vuonna aloitettua kausiasukastyötä jatkettiin aktiivisesti. Kuntakohtaisten kausiasukaspostituslistojen kasvattaminen oli yksi tavoitteista. Listoja kasvatettiin muun muassa osallistumalla Kevätpäivä Kangasalla -markkinoille, Kuhmoisten Kiepsaukseen sekä Pälkäneen Kyläasumisen messuille. Tapahtumissa lisättiin matkailutietoisuutta ja järjestettiin kausiasukaille kohdennettu arvonta, joiden avulla kerättiin uusia kausiasukasysteystietoja kunnille. Yhteistyössä ulkoisen toimijan kanssa laadittiin lämpökartta, joka havainnollisti kaikkien noin 12 000 kausiasunnon

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

sijainnin kolmen kunnan alueella. Keväällä kausiasukaille lähetettiin kuntakohtaiset kirjeet, joissa oli sekä yhteistä sisältöä että kuntien omia ajankohtaisia asioita.

Kesän kynnyksellä julkaistiin Lakeland Villages -reitti, jonka eri teemat tarjosivat kohderyhmäkohtaisia kokonaisuuksia lapsiperheille, kulttuurista ja ruuasta innostuneille sekä alueen piilotetuista helmistä kiinnostuneille matkailijoille. Kesän markkinointikampanja toteutettiin esitteiden, paikallislehtien printtijulkaisujen, Visit Tampereen yhteistyöartikkelin ja Metan maksetun mainonnan kautta. Elokuussa toteutettiin videomainoskampanja Tampere-Pirkkalan lentokentällä matkustajavirtojen tavoittamiseksi. Lisäksi Lakeland Villages -brändille tuotettiin kahdet kesäkuvaukset ja videomateriaalia tulevien toimenpiteiden mahdollistamiseksi. Materiaaleja hyödynnetään sekä brändin omassa markkinoinnissa että kuntien matkailuviestinnässä.

Loppukesästä projektipäällikkö ja ohjausryhmä tekivät tutustumismatkan, jossa vierailtiin kolmessa matkailua kehittävässä organisaatiossa: Satakunnan ammattikorkeakoulun Matkailun kehittämiskeskuksessa, Naantalin Matkailu Oy:ssä ja Forssan Yrityskehitys Oy:ssä. Vierailujen tavoitteena oli perehtyä erilaisiin yhteistyömalleihin, rahoitusratkaisuihin, yritys yhteistyöhön, kansainvälistymisen käytäntöihin sekä muihin matkailun kehittämistoimiin. Syksyllä kuntien ja Business Kangasalan johdon sekä ohjausryhmän yhteisessä kokouksessa päätettiin jatkaa projektia aiemmin määritellylle optiovuodelle.

Syksyllä pidetyssä matkailutoimijoiden webinaarissa käytiin läpi Lakeland Villagesin kesän markkinointituloksia sekä esiteltiin tulevien vuosien suunnitelmia. Samalla toimijoita rohkaistiin osallistumaan Visit Finlandin avoimiin koulutuksiin digitaalisen kaupan osaamisen vahvistamiseksi. Syksyllä toteutettiin myös Lakeland Villages -verkkosivujen kilpailutus, suunnittelu ja sisällöntuotanto, ja brändin sosiaalisen median kanavat avattiin marraskuussa. Joulun alla kausiasukaille lähetettiin suunnitelman mukaiset kuntakohtaiset kirjeet.

Vuodelle 2024 suunnitelluista lisätoimenpiteistä osa jäi vähäiselle toteutukselle. Luontomatkailuun liittyvän hankeaihion edistäminen ei edennyt merkittävästi, koska olemassa olevat resurssit ja tarjolla olevien rahoitusinstrumenttien reunaehdot eivät kohdanneet tarpeita. Myöskään suur tapahtumien ja majoitustoimijoiden yhdistämistä koskevat suunnitelmat eivät edenneet kattaviksi kokonaisuuksiksi.

Vuoden 2024 budjetti oli yhteensä 87 000 euroa ja sen suuruuteen vaikutti edelliseltä vuodelta siirtynyt käyttämätön osuus. Henkilöstö- ja hallinnointikulut muodostivat noin 57 000 euroa. Tilaisuuksien, tapahtumien, tutustumismatkan ja toimijatapaamisten matkakorvauksia kertyi noin 3 300 euroa, ja matkailutoimijoille järjestetyt yhteistilaisuudet sekä verkkokoulutukset maksoivat noin 2 000 euroa. Lakeland Villages -brändin kehittämiseen ja kuvausmateriaaleihin käytettiin noin 6 100 euroa. Hiihtoloma- ja kesäkampanjoihin käytettiin yhteensä noin 3 900 euroa, ja verkkosivujen toteutukseen puolestaan noin 7 600 euroa.

Liite 3: vuoden 2024 materiaalit

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

3.4 Toimenpiteet vuonna 2025

Projektin optiovuoden toimintasuunnitelmaa laadittaessa tarkasteltiin kahta edeltävää projektivuotta ja niiden aikana toteutettuja toimenpiteitä. Aiemmin kausiasukkaisiin keskittynyt osa-alue päätettiin jättää optiovuoden ulkopuolelle kunnille, omien tarpeidensa ja resurssiensä mukaan toteutettavaksi. Optiovuoden tavoitteiksi määriteltiin digitaalisen saavutettavuuden parantaminen alueen kilpailukyvyyn vahvistamiseksi, matkailutarjonnan tuotteistaminen sekä tunnettuuden kasvattaminen englanninkielisellä sisällöllä kansainvälisten kohderyhmien tavoittamiseksi.

Vuosi 2025 käynnistyi Lakeland Villages -verkkosivujen julkaisemisella. Sivuston rakenteessa haluttiin jatkaa edellisvuonna aloitettua asiakaslähtöistä linjaa tarjoamalla valmiita teemakokonaisuuksia eri kohderyhmille. Yritysten näkyvyys toteutettiin Visit Finlandin Datahub-tietokannan kautta, johon kaikilla y-tunnuksellisilla toimijoilla on mahdollisuus syöttää omat tietonsa. Verkkosivujen ensimmäinen julkaisuversio toteutettiin englanniksi. Myös edellisenä vuonna toteutettu matkailutoimijoiden yhteismatka Helsingin Matkamessujen ammattilaispäivään järjestettiin uudelleen. Tavoitteena oli vahvistaa verkostoitumista ja tukea toimialan yhteistä identiteettiä, matkalle osallistui 25 henkilöä.

Talven ja kevään aikana toteutettiin yhteensä 13 henkilökohtaista yrityskäyntiä. Näissä tapaamisissa keskityttiin erityisesti englanninkielisten verkkosivujen kehittämiseen, englanninkielisiin Datahubin tuotetietoihin sekä digitaalisen näkyvyyden vahvistamiseen. Valitut yritykset olivat toiminnan elinkaareissa vaiheessa, jossa digitaalisten sisältöjen kehittäminen oli luonnollinen seuraava askel. Lisäksi järjestettiin kaikille matkailutoimijoille suunnattu tuotteistamiskoulutus, jossa ulkopuolinen kouluttaja tarjosi konkreettisia työvälineitä matkailutuotteiden rakenteen ja sisällön kehittämiseen myyntiä varten. Koulutuksessa painotettiin tuotteistamisen merkitystä kotimaisille ja kansainvälisille asiakkaille ilman taloudellisia lisäinvestointeja. Koulutukseen osallistui 16 toimijaa, ja materiaalit jaettiin kaikkien hyödynnettäväksi jälkikäteen.

Lakeland Villages osallistui maaliskuun lopussa Helsingissä järjestettävälle Kevätmessuille, mikä oli projektin kunnille ensimmäinen osallistuminen kyseisille messuille. Nelipäiväisillä messuilla vieraili yhteensä 61 900 kävijää. Mukana oli kolme matkailuyritystä, jotka esittelivät palvelujaan Lakeland Villages -osastolla ja messukävijöille järjestettiin osastolla arvonta. Osallistumisen yhteydessä tuotettiin suomenkielinen Lakeland Villages -yleisesite messuille jaettavaksi.

Alkukesästä projektipäällikkö vieraili Kesänavaus -tapahtumassa Pälkäneellä, Kevätpäivä Kangasalla -markkinoilla ja Kuhmoisten Kiepsaus -tapahtumassa matkailun tunnettuuden lisäämiseksi paikallisesti. Samalla tuotettiin keskitetysti sisältöä Lakeland Villagesin sosiaalisen median kanaviin tapahtumista, alueen yrityksistä ja kohteista. Kesän markkinointi toteutettiin kuntakohtaisilla esitteillä ja Metan kansainvälisille matkailijoille suunnatulla maksetulla mainonnalla. Osana kesäkampanjaa julkaistiin Discovering Finland -median kanssa yhteistyöartikkeli suomeksi ja englanniksi sekä toteutettiin orgaaninen kampanja Metan kanavissa. Marraskuussa järjestetyssä projektin päätöstilaisuudessa esiteltiin projektin keskeiset tulokset, yhteistyön jatkomahdollisuuksia sekä kuultiin asiantuntijapuheenvuoro matkailuasiakkaiden ja -yritysten digitalisoitumisesta.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Projektin loppupuolella keskityttiin aiempien toimenpiteiden viimeistelyyn ja erilaisten materiaalien kokoamiseen. Vuodelle 2025 suunnitelluista tavoitteista toteutumatta jäivät alueellisten kansainvälisten suur tapahtumien kontaktointi ja osallistujien houkuttelu alueelle sekä Lakeland Villages -tuotemanuaalin koostaminen.

Vuoden 2025 budjetti oli yhteensä 75 000 euroa. Henkilöstö- ja hallinnointikulut muodostivat noin 57 000 euroa. Tapahtumien, toimijatapaamisten ja sisällöntuotannon matkakorvauksia kertyi noin 1 900 euroa. Matkailutoimijoille järjestetyt yhteistilaisuudet ja koulutukset maksoivat yhteensä noin 4 900 euroa. Verkkosivujen ylläpidosta syntyi noin 1 500 euron kustannukset. Lakeland Villagesin osallistuminen Kevätmessuille maksoi noin 4 200 euroa, ja kansainvälisille matkailijoille suunnattuihin kesäkampanjoihin käytettiin yhteensä noin 2 300 euroa.

Liite 4: vuoden 2025 materiaalit

4. Tulokset ja vaikuttavuus

4.1 Syntyneet tulokset

Projektin aikana syntyi konkreettisia tuloksia, jotka jäävät elämään ja tarjoavat perustan Kangasalan, Kuhmoisten ja Pälkäneen yhteiselle matkailun kehittämiselle myös tulevaisuudessa. Lakeland Villages -brändin ja sen kanavien rakentaminen loi valmiin alustan yhteismarkkinoinnin toteuttamiselle, ja sen avulla voidaan jatkossa vahvistaa alueen yhtenäistä matkailullista näkyvyyttä. Projektin aikana tuotetut koulutusmateriaalit ovat toimijoiden ja matkailun kehittäjien käytettävissä projektin päätyttyä. Niitä voidaan hyödyntää myös uusien matkailuyritysten osaamisen kehittämisessä tukena.

Kausiasukaskysely ja sen pohjalta laaditut kuntakohtaiset postituslistat tarjoavat kanavan viestinnän ja yhteistyön syventämiseen kausiasukkaiden kanssa. Kausiasukaskysely toteutettiin uudestaan kesällä 2025 kuntakohtaisesti projektin ulkopuolella. Alueen kausiasunnoista luotu lämpökartta on työkalu, jota voidaan hyödyntää myös muissa kuntien toiminnoissa, esimerkiksi palveluverkon suunnittelussa. Projektissa tuotetut valokuvat ja videot jäävät kuntien käyttöön ja tukevat matkailumarkkinointia.

Datapankin kokoaminen tarjoaa ajantasaisen kokonaiskuvan alueen matkailutoimijoista ja majoituskapasiteetista. Tämänhetkinen tieto on hyödynnettävissä myös tulevissa kehittämishankkeissa ja päätöksenteossa. Lisäksi projekti tuotti uusia avauksia: kansainvälistä näkyvyyttä lisättiin muun muassa Pirkkalan lentokentällä toteutetun videokampanjan kautta ja Discovering Finland -yhteistyön artikkelit jatkavat alueen esiin tuomista myös projektin päätyttyä. Alueen yhteismarkkinointi ja -mainonta on toteutettu vuosittaisilla toimenpiteillä, mikä on lisännyt matkailun tietoisuutta alueen sisällä sekä kuntarajojen ulkopuolella.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

4.2 Osallistujien saama hyöty

Kausiasukkaat olivat projektin kunnille keskeinen kohderyhmä ja kysely vahvisti ymmärrystä heidän tarpeistaan ja toiveistaan. Kausiasukaskysely osoittautui onnistuneeksi ja sai hyvän vastaanoton. Sen tulokset tarjoavat kunnille arvokasta tietoa esimerkiksi palvelutarpeiden ennakoinnista ja viestinnän kehittämisestä. Vastanneiden ikäjakauma sekä vakituisten asuinpaikkojen painottuminen kaupunkialueille antavat viitteitä odotuksista matkailupalveluita kohtaan. Kyselyn tuloksista voidaan johtaa konkreettisia kehittämistoimenpiteitä niin kunnille kuin yrityksille. Kausiasukkaiden kyselyn perusteella havaittiin, että kausiasuntojen käyttöaste on laaja ja monet niistä ovat käytössä myös kesäkauden ulkopuolella. Etätyön tekeminen kausiasunnoilta käsin oli kuitenkin melko vähäistä, ja useimmat vastaajat kokivat mökin ennen kaikkea rentoutumisen ja vapaa-ajan paikkana. Kausiasunnon omistajien kiinnostus kausiasuntojen vuokraukseen oli myös vähäinen. Kyselystä syntyneen viestinnän tarpeen seurauksena tehtiin selvitys digitaalisten palvelujen hyödyntämisestä kausiasukasviestinnässä, mutta arvioinnin perusteella tällaisen palvelun toteuttaminen ei olisi tässä vaiheessa kustannustehokasta.

Datapankin kokoamisen yhteydessä havaittiin, että alueella on tarjolla monipuolisia majoitusvaihtoehtoja, mutta tiedon pirstaleisuus ja palveluiden ostettavuus ovat edelleen hajanaisia. Myös majoituspalveluiden yhteydessä olevat lisäpalveluiden, kuten aamiainen majoituksen yhteydessä, oli vähäistä. Näiden havaintojen valossa voidaan todeta, että alueella majoituskapasiteettia kyllä löytyy. Oletuksena projektin alussa oli että, majoituskapasiteetti kolmen kunnan alueella olisi heikko. Tämän koonnin perusteella voidaan kumota tämä ajatus. Kaikki projektin tilaisuuksissa ja koulutuksissa tuotetut materiaalit ovat matkailutoimijoiden käytettävissä jatkossakin. Niihin voidaan palata, ja kaikki toimijat voivat hyödyntää olemassa olevaa sisältöä oman liiketoimintansa kehittämiseen.

Vuonna 2024 Lakeland Villages -brändiä lähdettiin vahvistamaan. Matkailutoimijoiden yhteistapaamiset ja koulutukset edistivät kuntarajat ylittävää yhteistyötä, ja uusia yritysten välisiä verkostoja syntyi. Kausiasukasuutiskirjeen postituslistan kasvu osoitti kiinnostusta yhteistyön syventämiseen, ja Lakeland Villages -kesäkampanja toi monikanavaista näkyvyyttä. Vuonna 2025 painopiste oli matkailun osaamisen ja digitaalisen kehityksen syventämisessä. Tuotteistamiskoulutus tarjosi yrityksille tietoa palveluiden kehittämisestä ja näkyvyyden lisäämisestä. Henkilökohtaisen neuvonnan avulla vahvistettiin yrityskohtaisia digitaitoja. Matkamessumatkaan osallistuminen toi alueen toimijoita lähemmäksi toisiaan. Kevätmessuille näytteilleasettajana osallistuminen toi näkyvyyttä niin kunnille, yrityksille kuin tapahtumille. Projektin aikana syntynyt yhteistyö kuntien välillä jatkuu myös projektin jälkeen. Yhteistyön tuloksena alkuvuodesta 2025 tehtiin hankerahoitushakemus Pirkanmaan liittoon, ja sen suunnittelutyössä hyödynnettiin projektin aikana saatuja tuloksia ja oppeja.

Uudenlaisen yhteistyöprojektin myötä matkailutoimiala sai enemmän huomiota ja lisäsi toimialan arvostusta alueella. Resursseja yhdistämällä saatiin lisättyä toimialan kehittämisen vaikuttavuutta yksittäisen kunnan resurssien sijaan. Matkailu on toimiala, joka näkyy laajasti niin asukkaille, matkailijoille kuin kausiasukkaillekin ja vaikuttaa välillisesti kuntien veto- ja pitovoimaan. Projektin aikana muodostui kokonaisvaltainen käsitys alueen matkailutoimijoiden vahvuuksista,

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

kehityskohteista ja tulevaisuuden näkymistä. Ohjausryhmätyön kautta syntyi myös hiljaista tietoa, jota on jaettu kuntakohtaisesti ja muille sidosryhmille.

5. Viestintä ja näkyvyys

Projektin viestintä ja näkyvyys olivat keskeisessä osassa projektin toteutuksen eri vaiheissa. Paikallisten medioiden kiinnostus tuki projektin näkyvyyttä ja lisännyt tunnettuutta alueellisesti. Kuhmoisten Sanomat, Kangasalan Sanomat ja Sydän-Hämeen Lehti julkaisivat säännöllisesti juttuja projektin etenemisestä ja tuloksista, mikä auttoi vahvistamaan projektin roolia yhteisenä alueellisena matkailun kehittäjänä.

Matkailutoimijoille suunnatut uutiskirjeet olivat ensisijainen sisäisen viestinnän väline. Uutiskirjeitä lähetettiin kahdesta viiteen kertaa vuodessa, ja niiden kautta jaettiin tietoa projektin tapahtumista, koulutuksista sekä Visit Finlandin ja muiden valtakunnallisten toimijoiden tarjoamista matkailualan koulutuksista ja tilaisuuksista. Lisäksi kausiasukasviestintää toteutettiin projektin toimesta kolmen erillisen kirjeen muodossa, jotka laadittiin yhteistyössä kuntien kanssa. Kirjeet lähetettiin noin 500 vastaanottajalle, ja vapaaehtoinen liittyminen postituslistalle mahdollistaa entistä kohdennetumman ja tarpeisiin vastaavamman viestinnän tälle kohderyhmälle.

Vuonna 2023 projektin näkyvyyttä lisäsivät erityisesti kaksi laajempaa kampanjaa. Kesäkauden alussa toteutettu kausiasukaskysely sai laajaa huomiota sekä painetuissa että digitaalisissa kanavissa. Kampanja tavoitti yhteensä noin 126 200 henkilöä eri medioiden kautta, joista suurin osa saavutettiin sosiaalisen median orgaanisella näkyvyydellä. Syksyllä järjestetty "Syysloma lähiseudulla" -kampanja toi näkyvyyttä myös maakunnan tasolla, sillä maksetun digikampanjan kokonaispeitto oli noin 760 700 näyttökertaa.

Kun Lakeland Villages -matkailualue julkaistiin vuonna 2024, se sai orgaanista näkyvyyttä niin Pirkanmaalla kuin matkailualan ammattilaismedioissa. Tämän vuoden markkinointi käynnistettiin digitaalisella kampanjalla Visit Kangasalan ja Visit Pälkäneen kanavien kautta, mikä tuotti kahden viikon aikana 67 000 näyttökertaa ja noin 700 linkklikkausta. Kesän 2024 kampanjan aikana toteutettiin laajempi Metan kampanja, joka tavoitti 150 000 käyttäjää ja keräsi 1 800 klikkausta. Lisäksi Kangasalan Sanomat, Sydän-Häme-lehti ja Kuhmoisten Sanomat toivat yhteensä noin 62 000 painetun kappaleen kautta näkyvyyttä maksetuilla Lakeland Villages -sisällöillä. Jokaisen kunnan omassa matkailu- ja kesäesitteessä nostettiin esille Lakeland Villages -brändiä. Esitteitä painettiin yhteensä 23 000 kpl. Digitaalista näkyvyyttä vahvistettiin myös kuntien verkkosivuille tuotetuilla artikkeleilla, ja Metan kampanjoilla, joista ohjattiin kuntakohtaisille kanaville. Lisäksi Tampere-Pirkkalan lentoasemalla tavoitettiin elokuussa 17 800 matkustajaa kesän markkinointiin kuuluneella videomateriaalilla lentoaseman olemassa olevien näyttöjen kautta.

Vuonna 2025 Lakeland Villages -näkyvyyttä lisäsi erityisesti Kevätmessut Helsingissä, johon osallistui yhteensä lähes 62 000 kävijää neljän päivän aikana. Lakeland Villages -osastolla vieraili aktiivisesti

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

yleisöä, ja arvontaan osallistui yhteensä 663 messukävijää. Lisäksi Metan kanavissa toteutettu pääsylippuarvonta messuille tavoitti 4 682 näyttökertaa ja keräsi 244 sitoutumista, pääasiassa Instagramin kautta. Kesän 2025 aikana toteutettu Metan videokampanja saavutti noin 15 000 henkilöä ja tuotti 1 300 linkklikkausta, vahvistaen Lakeland Villagesin digitaalista läsnäoloa erityisesti kansainvälisten matkailijoiden kohderyhmässä. Yhteistyö Discovering Finland -median kanssa toi lisänäkyvyyttä sekä suomen- että englanninkielisillä artikkeleilla, jotka keräsivät heinä–elokuun aikana noin 1 200 katselukertaa. Artikkelit jäivät pysyvästi Discovering Finlandin verkkosivustolle, mikä tarjoaa jatkuvuutta alueen näkyvyydelle. Lisäksi kahden kuukauden mittainen Discovering Finlandin kanavissa toteutettu yhteistyö tavoitti noin 150 700 näyttökertaa. Orgaaninen sosiaalisen median kampanja sisälsi julkaisuja, videoita ja tarinoita Facebookissa ja Instagramissa.

Viestinnän ja näkyvyyden toimenpiteet ovat projektin aikana vahvistaneet Lakeland Villagesin brändiä, tukeneet alueen matkailutoimijoiden tunnettuutta ja lisänneet kuntien yhteistä näkyvyyttä sekä paikallisesti että kansainvälisesti.

6. Verkostot ja yhteistyö

Projektin aikana rakennettiin verkostoja ja vahvistettu yhteistyötä sekä alueellisella että valtakunnallisella tasolla. Alueellisista toimijoista keskeisiä yhteistyökumppaneita ovat olleet Visit Tampere, Outdoor Express ja Järvien reitit -matkailureitistö, joiden kautta on edistetty yhteisiä tavoitteita matkailun kehittämisessä. Yhteistyötä tehtiin myös muiden hankkeiden ja projektien kanssa, kuten Yhteinen Pälkäne -hankkeen sekä Pirkan helmen maaseudun kehittämisyhdistyksen Yhteistyöstä voimaa -matkailuhankkeen kanssa. Näiden yhteistyöverkostojen kautta saatiin näkökulmia ja kokemuksia matkailun kehittämisen tavoista alueellisessa mittakaavassa.

Valtakunnallisesti tärkein organisaatio oli Visit Finland, jonka tarjoamien työkalujen, koulutusten ja verkostojen kautta vahvistettiin alueen matkailutoimijoiden yritystoiminnan osaamista. Visit Finlandin DataHub-tietokanta on keskeinen väline yritysten digitaalisen löydettävyyden parantamisessa ja matkailutarjonnan esiin tuomisessa projektin aikana.

Lakeland Villages – Konsepti tulevaisuuden matkailuverkostoista -hankkeelle haettiin Pirkanmaan liiton AIKO alueellisen kehittämishankkeen rahoitusta. Hankkeen suunniteltu toteutusaika on 2026–2027. Hanke koostuu neljästä toimenpidekokonaisuudesta: Lakeland Villages -yhteistyöalustan kehittämisestä, yrittäjyyden murroksen tukemisesta, kestävän matkailun edistämisestä sekä digitaalisuuden hyödyntämisestä matkailuelinkeinon muutosjohtajuuden välineenä. Hankkeelle saatiin myönteinen rahoituspäätös marraskuussa 2025 ja se käynnistyy vuoden 2026 alussa.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

7. Opit projektin aikana

Projektin aikana opittiin uutta toimintamalleista, yhteistyötavoista ja matkailun kehittämisen prosesseista. Projektin lähtötilanne, jossa matkailua kehitettiin suorarahoitteisesti, erosi tavanomaisesta hankerahoitukseen perustuvasta mallista ja tarjosi mahdollisuuden tarkastella alueen tarpeita uudesta näkökulmasta. Valmiin toimintasuunnitelman puuttuminen antoi tilaa kartoittaa toiveita ja tarpeita laajasti. Vaikka tämä vaihe vei aikaa, se loi vahvan pohjan myöhemmille toimenpiteille.

Projektin toimintamalli rakentui sekä yhteisistä että kuntakohtaisista toimenpiteistä. Tämä lähestymistapa tuki yhteistä oppimista ja auttoi hahmottamaan, miten matkailun kehittäminen nivoutuu osaksi kuntien elinvoimatyötä. Ohjausryhmätyöskentelyssä selkeämmät toimintamallit olisi ollut hyvä määritellä jo alussa, mutta kokousten avoimuus ja joustavuus mahdollistivat sulavan reagoinnin projektin eri vaiheissa. Henkilöstömuutoksista huolimatta yhteistyö kehittyi, ja työssä korostui tarve selkeälle vastinparille projektipäällikölle jokaisessa kunnassa.

Ulkoinen sidosryhmätyöskentely osoitti, että tapahtumiin osallistuminen ja aktiivinen esiin tuominen lisäsivät alueen tunnettuutta matkailukentässä. Verkostoitumisen merkitys alueen sisällä korostui selkeästi, ja matkailutoimijoita olisi jatkossakin tärkeää rohkaista kohtaamisiin sekä oman toiminnan esille tuomiseen.

Yritysyhteistyö toi hyvin esiin matkailutoimialan monimuotoisuuden. Yritykset eroavat toisistaan koon, resurssien ja toimintatapojen osalta, ja tämä korostaa tarvetta joustaville ja yritysten omista lähtökohdista lähteville kehittämistavoille. Matkailu on Pirkanmaalla edelleen kasvava toimiala. Ammatillisen identiteetin ja yrittäjyyden vahvistaminen on tärkeää, jotta yritykset voivat hyödyntää kehittymisen ja kasvun mahdollisuuksia.

Kausiasukkaisuun liittyvä työ osoitti, että heidän kiinnittymisensä kunnan yhteisöön vaihtelee ja termien ”kausiasukas” ja ”mökkiläinen” erilaiset merkitykset vaikuttavat viestinnän kohdentamiseen. Tämä korostaa tarvetta kohderyhmän ymmärtämiseen ja kuntakohtaisesti kohdennettuun viestintään.

Lakeland Villages -brändin rakentaminen vahvisti käsitystä siitä, että selkeät linjaukset ja rajaukset tukevat yhtenäisen visuaalisen ilmeen syntymistä. Verkkosivujen toteutuksessa opittiin, että rakenteen ja toimintalogiikan suunnitteluun kannattaa varata riittävästi aikaa, jotta lopputulos olisi toimiva.

Markkinointikampanjoista saadut opit vahvistivat mitattavien tavoitteiden merkitystä, jotta yhteismarkkinointi olisi tasapuolista ja onnistunutta. Kesän 2024 markkinointi toi brändille vahvaa paikallista näkyvyyttä. Vuoden 2025 toimet osoittivat, että liikkuva kuva ja videot toimivat erinomaisesti matkailumarkkinoinnissa. Discovering Finlandin kanssa tehdystä yhteistyöstä saatiin arvokkaita havaintoja orgaanisen näkyvyyden kanavakohtaisesta tarkastelusta, mikä tukee jatkossa entistä tarkempaa vaikuttavuuden arviointia.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

8. Suositukset ja jatkokehitys

Projektin perusteella voidaan todeta, että yhteistyö on keskeinen tekijä matkailun kehittämisessä. Puhumalla, osallistumalla ja jakamalla ideoita, ajatuksia ja toimintamalleja saadaan aikaan hedelmällisempää ja vaikuttavampaa tekemistä kuin yksin toimimalla. Tämä koskee niin kuntia, yrityksiä, alueellisia toimijoita kuin muita sidosryhmiä. Selkeät raamit ja yhteinen tavoitetilä tukevat tehokasta tekemistä, ja yhdessä toimimalla säästetään myös resursseja. Yhteistyö ei tarkoita pelkästään suuria hankkeita tai raskaita prosesseja, vaan se voi alkaa pienistä yhteisistä teoista, jotka luovat luottamusta ja jatkuvuutta alueen toimijoiden välille. Yhtenä onnistuneena esimerkkinä voidaan pitää matkamessumatkaa, joka osoitti, että pienimuotoisellakin toteutuksella voidaan saada merkittäviä vaikutuksia toimijoiden keskuudessa. Kohtaamisten mahdollistaminen toimijoiden välillä synnytti yhteistyötä, jossa ravintolayrittäjä ja ohjelmapalveluiden tuottaja loivat uudenkonseptin kokousasiakkaille. Tämän kaltaista toimintamallia voitaisiin hyödyntää myös muilla toimialoilla: pienet, matalan kynnyksen yhteiset tekemiset lisäävät vuoropuhelua ja rakentavat verkostoja, jotka tukevat alueellista elinvoimaa. Kaiken yhteisen tekemisen ei tarvitse olla tiukan asiapitoista tai muodollista – jo yhteiset tilaisuudet, joissa luodaan mahdollisuuksia kohtaamisille ja ajatustenvaihdolle, voivat synnyttää uusia ideoita ja yhteistyön avauksia.

Lakeland Villages -brändi ja sen digitaaliset kanavat muodostavat tärkeän perustan kolmen kunnan alueen matkailun yhtenäistämiseksi. Ne luovat mielikuvaa koko alueesta ja sen vetovoimatekijöistä. Vaikka toiminnan intensiteetti saattaa vaihdella tulevaisuudessa, brändiä ei tulisi päästää hiipumaan. Yhteinen alueellinen identiteetti tuo houkuttelevuutta, jota yksittäisen kunnan on vaikea saavuttaa yksin. Yhteinen brändi tarjoaa myös alustan tuleville kampanjoille ja yhteismarkkinoinnille, jotka vahvistavat alueen näkyvyyttä niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

Matkailun kehittäminen on pitkäjänteistä työtä, joka vaatii jatkuvuutta ja sitoutumista. Suomessa on monia esimerkkejä alueista, joissa matkailu on kasvanut vähitellen vuosien suunnitelmallisen työn tuloksena. Sama periaate pätee myös Lakeland Villages -alueeseen: tuloksia ei synny yhdessä yössä, mutta pitkäjänteisellä työllä voidaan luoda pysyviä vaikutuksia. Pitkäjänteisyys tuo vakautta myös matkailuyrityksille, vahvistaa toimijoiden osaamista ja lisää heidän luottamustaan yhteistyöhön. Matkailu on globaalissa mittakaavassa kasvuala, ja sen kehittäminen alueellisesti tarjoaa kunnille mahdollisuuden vahvistaa elinvoimaa, työllisyyttä ja tunnettuutta.

Kuntien päätöksenteolla on merkittävä vaikutus matkailun edellytyksiin. Matkailu ja matkailutoimiala ovat monin tavoin kytköksissä muihin kuntien toimialoihin – esimerkiksi kulttuuriin, tapahtumatuotantoon, liikuntaan, kaavoitukseen, infrastruktuuriin ja viestintään. Päätöksenteossa olisi tärkeää tunnistaa nämä yhteydet ja huomioida matkailun vaikutukset laaja-alaisesti. Matkailu ei ole irrallinen osa kunnan toimintaa, vaan se tukee monia sen strategisia tavoitteita, kuten kestävä kehitys, elinvoiman kasvua ja vetovoimaisen ympäristön rakentamista. Kun matkailu otetaan huomioon osana kuntien kokonaisvaltaista kehittämistyötä, se voi toimia merkittävänä voimavarana niin paikalliselle elinkeinoelämälle kuin asukkaiden hyvinvoinnille.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

9. Liitteet

Liite 1: Projektin aloitus

SYDÄN-HÄMEEN LEHTI 09.01.2023

"Voisiko sattua makeampaan ajankohtaan" – Pälkäne, Kangasala ja Kuhmoinen solmivat sopimuksen matkailuyhteistyöstä

[Kati Pääkkönen](#)



Business Kangasalan toimitusjohtajan Päivi Kuusivaaran, Pälkäneen kunnanjohtajan Pauliina Pikan, Kuhmoisten kunnanjohtajan Valtteri Väyrysen ja Kangasalan kaupunginjohtajan Oskari Auvisen kelpaa hymyillä uuden matkailuyhteistyön kynnyksellä.

Pälkäne, Kangasala ja Kuhmoinen aloittavat matkailuyhteistyön. Kunnat palkkaavat yhteisesti kokopäiväisen projektityöntekijän. Paikka on jo auki.

– Alkutahdit mittavalle yhteistyölle saatiin jo kaksi vuotta sitten, kun kunnanhallitukset keskustelivat asiasta. Alueella on 11 800 kausiasuntoa, mikä on lähes neljännes kaikista

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Pirkanmaan alueen kausiasunnoista, Kangasalan kaupunginjohtaja **Oskari Auvinen** pohjustaa.

Yhteistyön tavoitteena on kasvattaa alueen elinvoimaa ja löytää uusia avauksia. Kuntien talousarvioissa on varattu rahoitus kaksivuotiselle hankkeelle vuoden lisäoptiolla.

Jokainen kunta on osana talousarviotaan hyväksynyt 25 000 euron vuosittaisen summan.

– Tässä matkailua kehitetään kokonaisuutena. Oma rahoitus antaa tietyn vapauden hankerahoituksiin verrattuna, Pälkäneen kunnanjohtaja **Pauliina Pikka** toteaa.

Pikan mukaan alueella on paljon hyödyntämätöntä potentiaalia esimerkiksi luontomatkailun saralla.

Sopimuksen operatiiviseksi tuottajaksi on valittu Kangasalan elinkeino- ja matkailuyhtiö Business Kangasala oy.

Iso askel eteenpäin

Toimitusjohtaja Päivi Kuusivaara Business Kangasalta korostaakin palvelujen tuotteistamisen merkitystä. Erilaisten aktiviteettien paketoiminen matkailuun sopivaksi voi hyvin luoda myös uusia elinkeinoja.

Kuntia kiinnostaa kausiasuntojen käyttöasteen kasvattaminen, etätöiden mahdollistaminen ja digitaalisten palvelujen lisääminen.

– Tämä uusi yhteistyö voi avata hienoja yllätyksiä. Pitää muistaa, että Kangasalakin on vasta neljän vuoden ajan panostanut matkailupalvelujen tuotteistamiseen. Tämä on meille iso askel eteenpäin.

Kuhmoisten kunnanjohtaja **Valtteri Väyrynen** pitää Pirkkalan lentokenttää huikeana mahdollisuutena.

– Eurooppa on vain kahden tunnin päässä. Tämä tarjoaa mahdollisuuksia.

Juuri Pirkkalan lentokentän kansainvälisten matkailijoiden houkuttelu ja matkailijoille suunnattujen palvelujen ja yöpymismahdollisuuksien kehittäminen on osa yhteistyötä.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Pälkäneen kunnanjohtaja Pauliina Pikka, Kuhmoisten kunnanjohtaja Valtteri Väyrynen ja Kangasalan kaupunginjohtaja Oskari Auvinen allekirjoittivat kolmen kunnan uudenlaisen matkailuyhteistyön.

Business Kangasalan toimitusjohtajan Päivi Kuusivaaran, Pälkäneen kunnanjohtajan Pauliina Pikan, Kuhmoisten kunnanjohtajan Valtteri Väyrysen ja Kangasalan kaupunginjohtajan Oskari Auvisen kelpaa hymyillä uuden matkailuyhteistyön kynnyksellä.



Pälkäneen kunnanjohtaja Pauliina Pikka, Kuhmoisten kunnanjohtaja Valtteri Väyrynen ja Kangasalan kaupunginjohtaja Oskari Auvinen allekirjoittivat sopimuksen kolmen kunnan uudenlaisesta matkailuyhteistyöstä.



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Projektin ohjausryhmässä toimineet henkilöt:

Päivi Kuusivaara, Business Kangasala Oy	3/2023–6/2023
Maria Eskelinen, Business Kangasala Oy	6/2023–12/2025
Tiina Pasanen, Kuhmoisten kunta	3/2023–5/2024
Valtteri Väyrynen, Kuhmoisten kunta	5/2024–1/2025
Sarianna Hanski, Kuhmoisten kunta	1/2025–12/2025
Sirkku Mäkelä, Pälkäneen kunta	3/2023–12/2025

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Liite 2: Toimenpiteet 2023



KYSELY
1.6.-2.7.2023
KAUSIASUKKAILLE

**VASTAAMALLA VOIT VOITTA
ELÄMYKSIÄ KESÄPÄIVÄSI**

webropol.com/s/kyselykausiasukkaille2023



SUUNNITTELE KESÄPÄIVÄSI!

www.visitkangasala.fi www.visitpalkane.fi www.visitkuhmoinen.fi

   **LISÄTIEDOT KYSELYSTÄ**
mesi.lahteenkorva@businesskangasala.fi

OKSALLA YLIMMÄLLÄ

Mainos 2023 kausiasukaskyselystä toteutettu paikallismedioissa ja julisteina.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Tulokset: Kysely kausiasukkaille

4.9.2023
Mesi Lähteenkorva



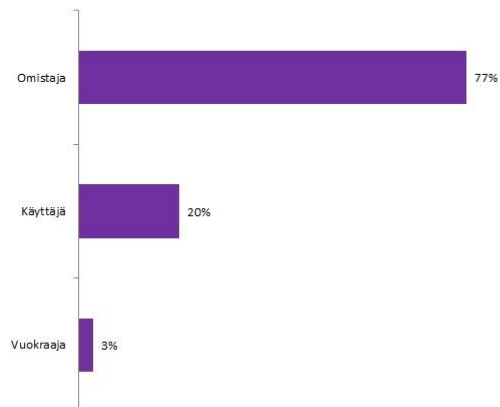
Kysely kausiasukkaille

- Toteutettiin sähköisenä verkkokyselynä 1.6. – 2.7.2023 Kangasalan, Kuhmoisten ja Pälkäneen kausiasukkaille
- Kyseessä on ensimmäinen alueen kausiasukkaille suunnattu kysely
- Kyselyssä haluttiin selvittää monitahoisesti kausiasukkaiden kokemuksia kuin heidän ympäristöstään
- Vastanneita yhteensä 728 kpl
 - Kangasala 18%
 - Pälkäne 38%
 - Kuhmoinen 44%

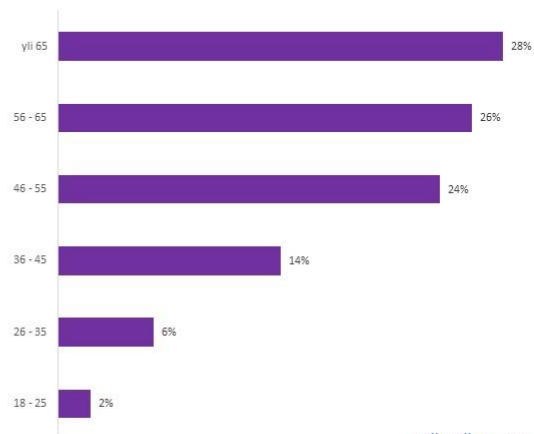
26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Vastaajien taustatiedot

Käyttösuhde kausiasuntoon

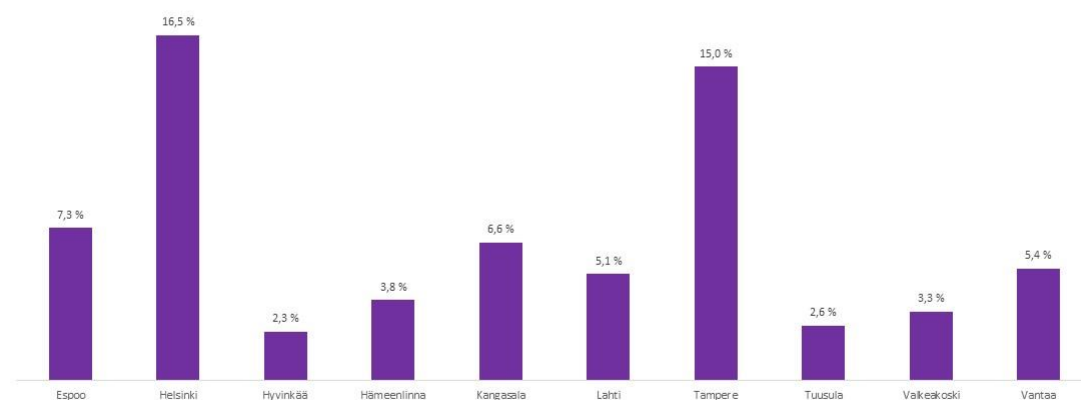


Vastaajien ikäjakauma



Kotikunta

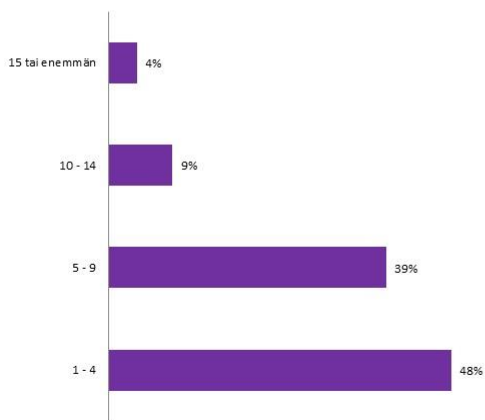
Kausiasukkaiden kotikunta



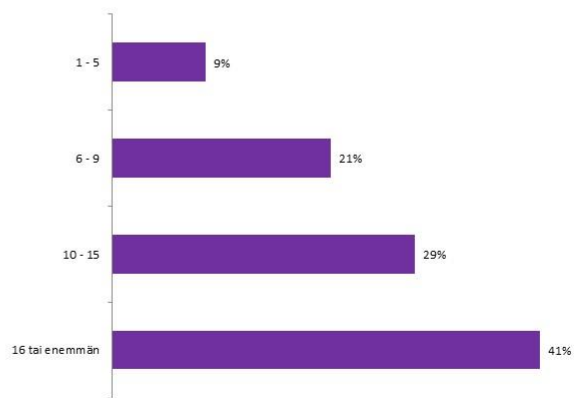
26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Käyttäjät ja käyttöaste

Kuinka monta henkilöä käyttää kausiasuntoa?



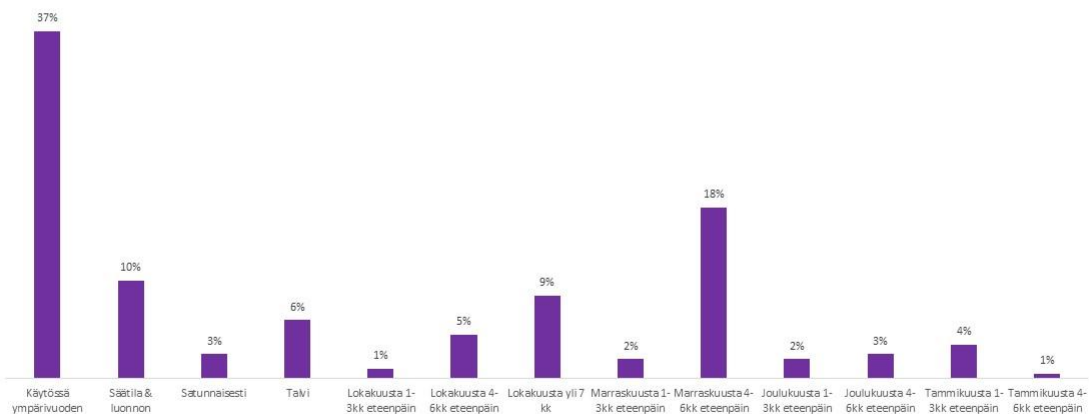
Kuinka monta viikkoa vuodesta kausiasunto on käytössä?



PÄLKÄNE PARASTA AIKAA
Kangasala OIKSALLA YHDELLÄ
I Kainuu

Millä aikavälillä kausiasunto ei ole käytössä?

Avoimet vastaukset (n. 192)

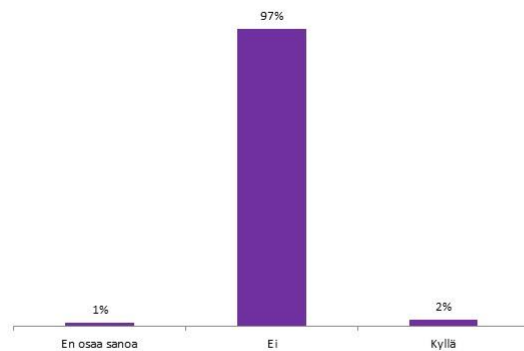


PÄLKÄNE PARASTA AIKAA
Kangasala OIKSALLA YHDELLÄ
I Kainuu

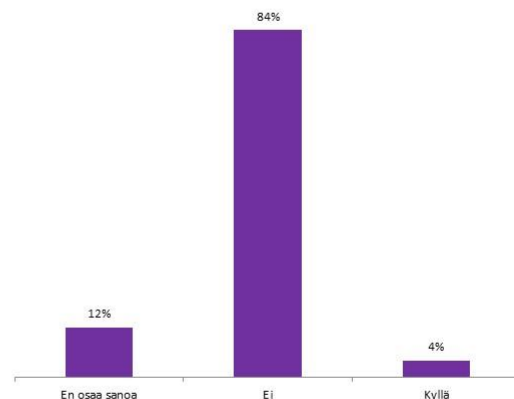
26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Kausiasunnon vuokraus

Onko kausiasunto vuokrattu?

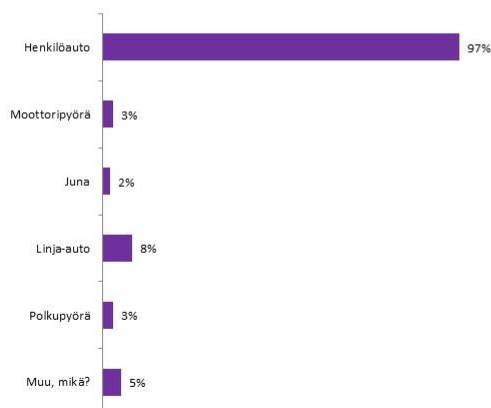


Haluaisitko vuokrata kausiasuntoa?

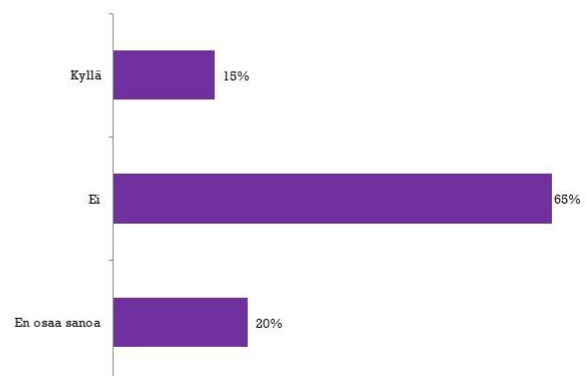


Liikkuminen kausiasunnolle

Millä liikut kausiasunnolle?



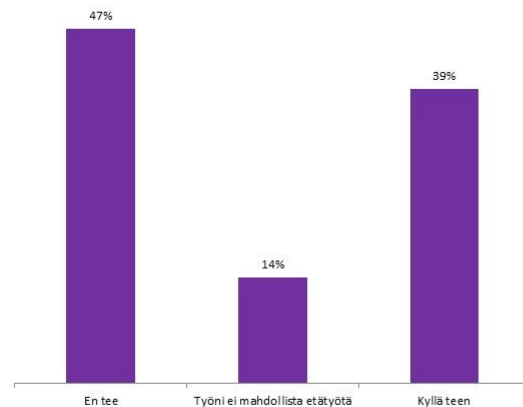
Liikkuisitko julkisella liikenteellä, mikäli se olisi mahdollista?



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

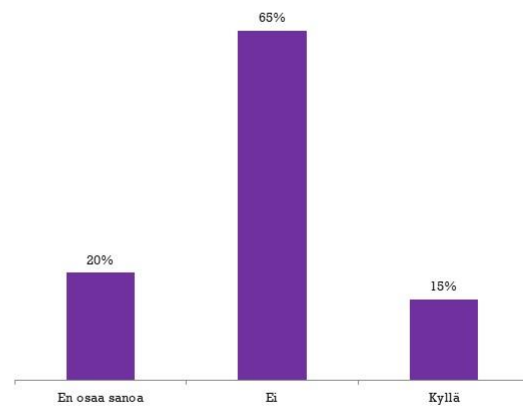
Etätyöt kausiasunnolla

Teetkö etätöitä kausiasunnolla?



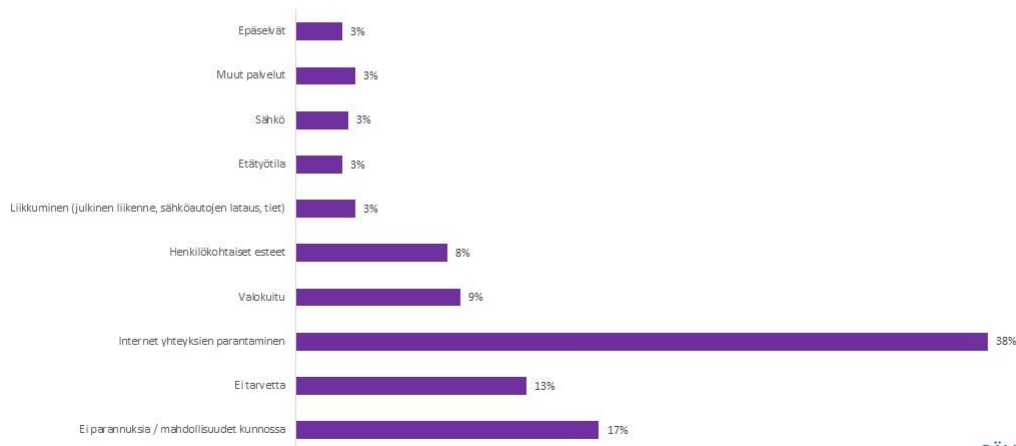
Tekisitkö etätöitä jos se olisi mahdollista?

(viitaten kausiasunnon teknillisiin mahdollisuuksiin)



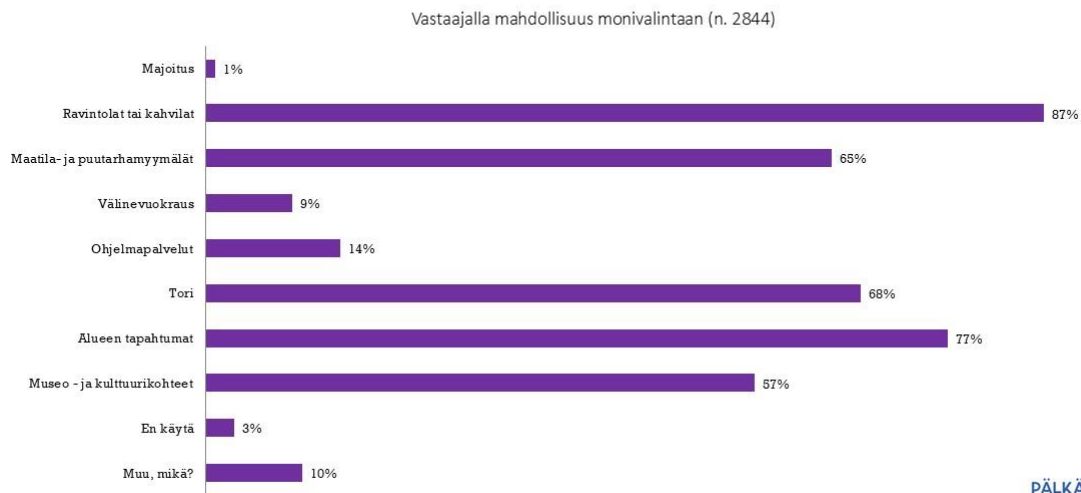
Kuinka etätyömahdollisuuksia voisi parantaa?

Avoimet vastaukset (n. 274)

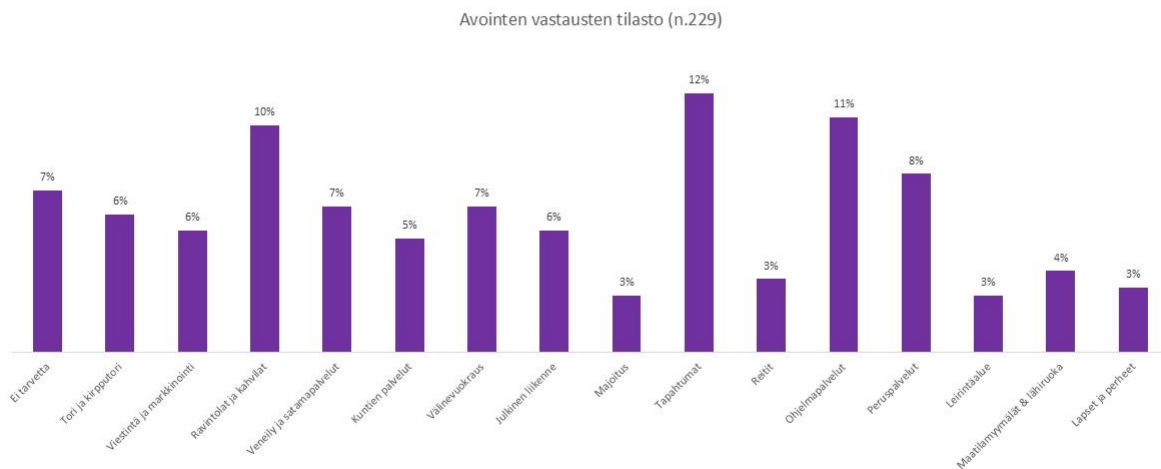


26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Mitä matkailupalveluita käytät?



Mitä matkailupalveluita toivoisit?



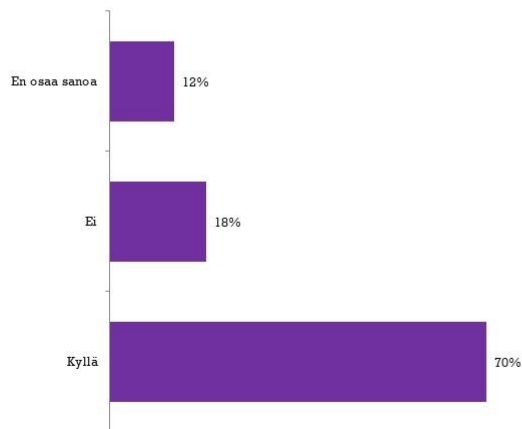
26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Esimerkkejä palveluista joita toivottiin



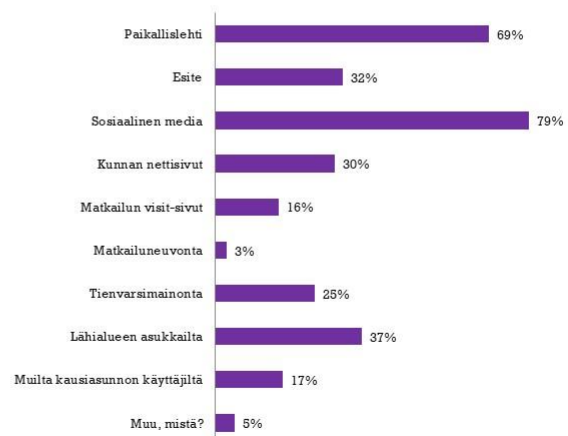
Tiedonkulku

Saatko tietoa kausiasunnon lähialueiden matkailupalveluista?



Mistä saat tietoa matkailupalveluista?

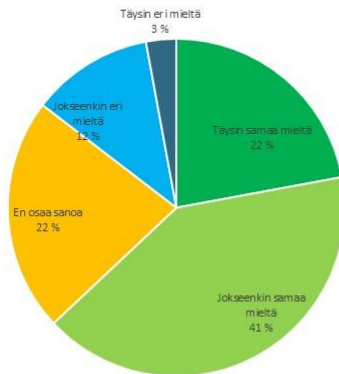
Vastaajalla mahdollisuus monivalintaan (n. 1599)



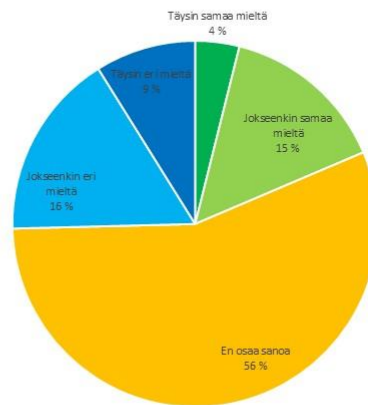
26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Millainen on kausiasukaskokemukseni kunnassa?

Koen olevani täysin tasavertainen kiinteistön omistaja tai käyttäjä kunnassa.

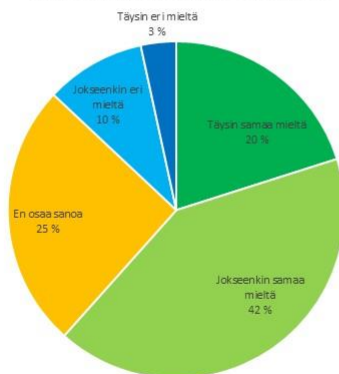


Minut otetaan huomioon kunnallisessa päätöksenteossa.

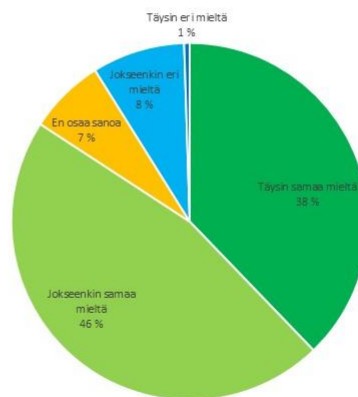


Millainen on kausiasukaskokemukseni kunnassa?

Olen kiinnostunut kausiasukkaan vaikuttamismahdollisuuksista kunnassa.



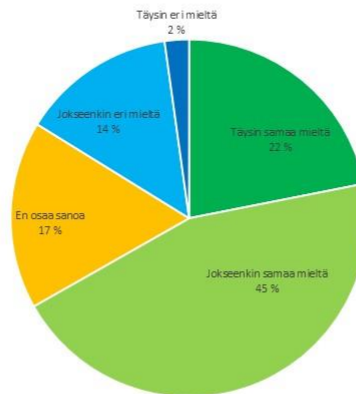
Lähiympäristö on vetovoimainen.



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

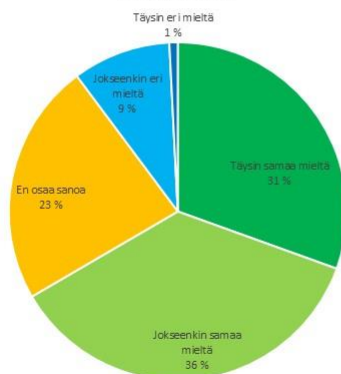
Millainen on kausiasukaskokemukseni kunnassa?

Koen olevani osa lähiympäristön yhteisöä.

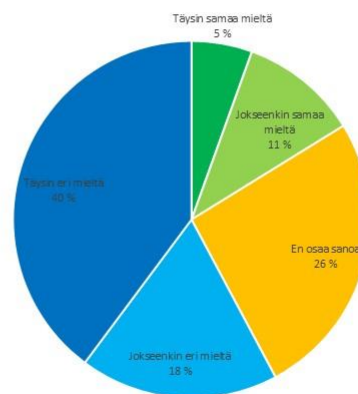


Tulevaisuus ja vaikutustekijät

Kausiasunnon käyttö tulee lisääntymään seuraavan 5 vuoden aikana.



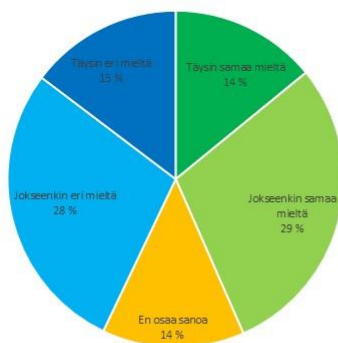
Omistajuudessa tulee muutoksia seuraavan 5 vuoden aikana.



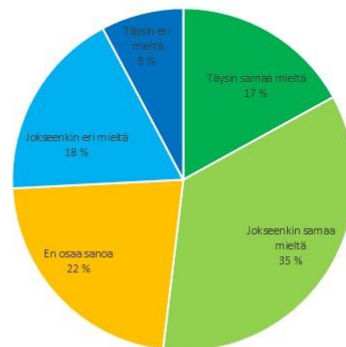
26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Tulevaisuus ja vaikutustekijät

Matkailupalveluiden tarjonnalla on merkitystä kausiasunnolla vietettyyn aikaan.

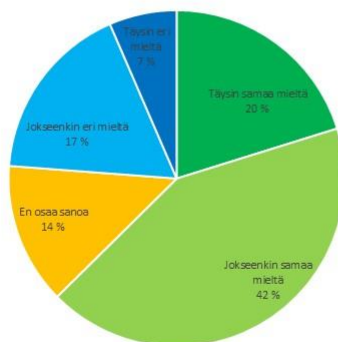


Kunnallisella päätöksenteolla on merkitystä kausiasunnolla vietettyyn aikaan.

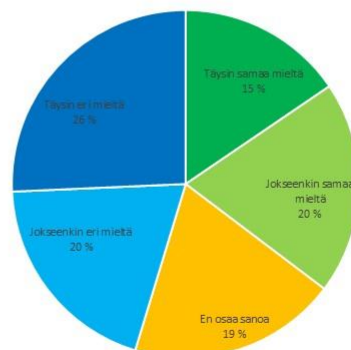


Tulevaisuus ja vaikutustekijät

Lähiympäristön yhteisöllä on merkitystä kausiasunnolla vietettyyn aikaan.

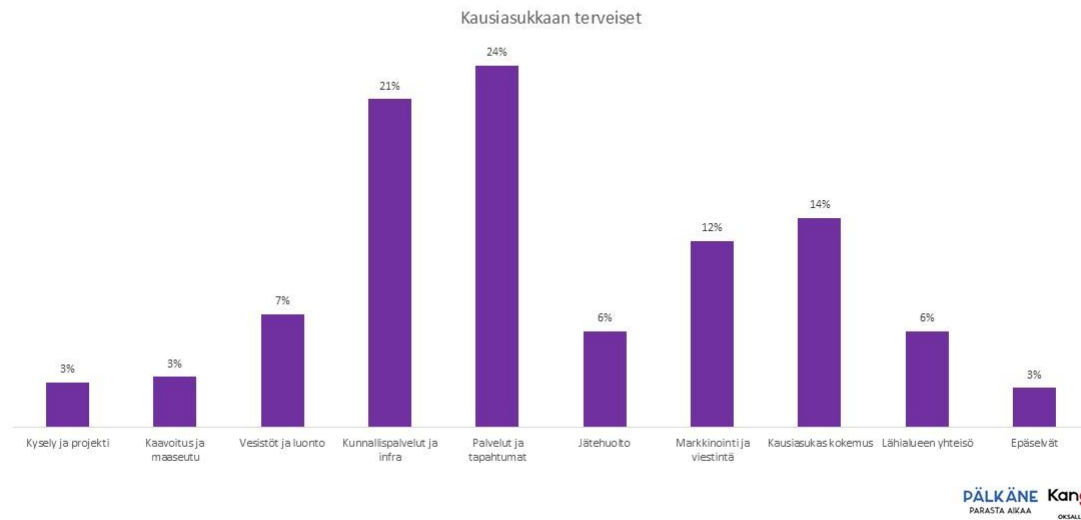


Kausiasunnon muuttaminen vakituiseksi asunnoksi kiinnostaa.



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Mitä on kausiasukkaiden mielessä?



Esimerkkejä kausiasukkaiden terveisistä

Torikauppaa voisi jollakin tavalla 'tukea' tai auttaa. Ranskassa on joka kylässä kerran viikossa tori, jossa myydään erityisesti paikallisia tuoretuotteita.

Peruspalvelut pitää olla saavutettavissa kesäasunnon lähellä, kuten kauppa, apteekki, kirjasto, jätehuolto. Nämä tulee huomioida kuntienkin. Myös toimivat nettiyhteydet tärkeää. Muu hämpätys on sivuseikka.

Kaunistaseutua ja tarjonta on lisääntynyt palveluissa 40v aikana!

Kausiasukkaiden edustusta kunnan päätöksenteossa tulisi lisätä.

Kiitos hyvin hoidetusta yleisurheilukentästä.

Kun korona on ohitse ja vihreä siirtymä nurkan takana, niin toivon julkisen liikenteen paranemista!

Kiinteistöveron kohtuullistaminen on toivottavaa.

Kausiasukkaiden kuulluksi tulemistä tulisi edelleen vahvistaa. Negatiivisvähenteisen mökkipäivän sanan saa kuopata.

Olemme tyytyväisiä kausiasukkaita. Kaikki hyvin.

Hyvät palvelut ja ystävälliset ihmiset saa tulijan tuntemaan olonsa hyväksi ja tervetulleeksi. Tällä näitä ovat juuri kahdallaan!

Kunta voisi lähettää infokirjeen kotiin keuhkolla voisi tulla vaikka sähköpostina, jos tulisi liian kalliiksi lähettää postin mukana. Voisi siis saada tietoa kesätapahtumista vaikka toukokuussa.

Olisi hyvä saada lista samaan paikkaan esim kunnan nettisivuille kaikista palveluista mitä mökkiasukas tarvitsee, esim puunkaato, pihatytöt, maalausurakoitsijat, putkimies, laiturin tekijät, sähkömies, vesipisteet, pitopalvelu, nuohooja jne

Järvien veden tila huolestuttaa.

Säästää jäljellä olevat metsät avohakkuilta!

Aivan ihana luonnonsuojelualue, retkimahdollisuudet ympäri vuoden. Kaikin puolin oikein mukava seutu.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva



Kuntakohtainen nosto yhteisestä ”Syysloma lähiseudulla” kampanjasta vuodelta 2023.



Kuntakohtainen nosto yhteisestä ”Syysloma lähiseudulla” kampanjasta vuodelta 2023.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva



MATKAILUTOIMIJAT KOOLLE!

TEHOKKUUTTA SOME- MARKKINOINTIIN TEKOÄLYN AVULLA

 14.11.2023

 15:00 - 16:30

 MICROSOFT TEAMS

**ILMOITTAUDU 12.11.2023
MENNESSÄ**

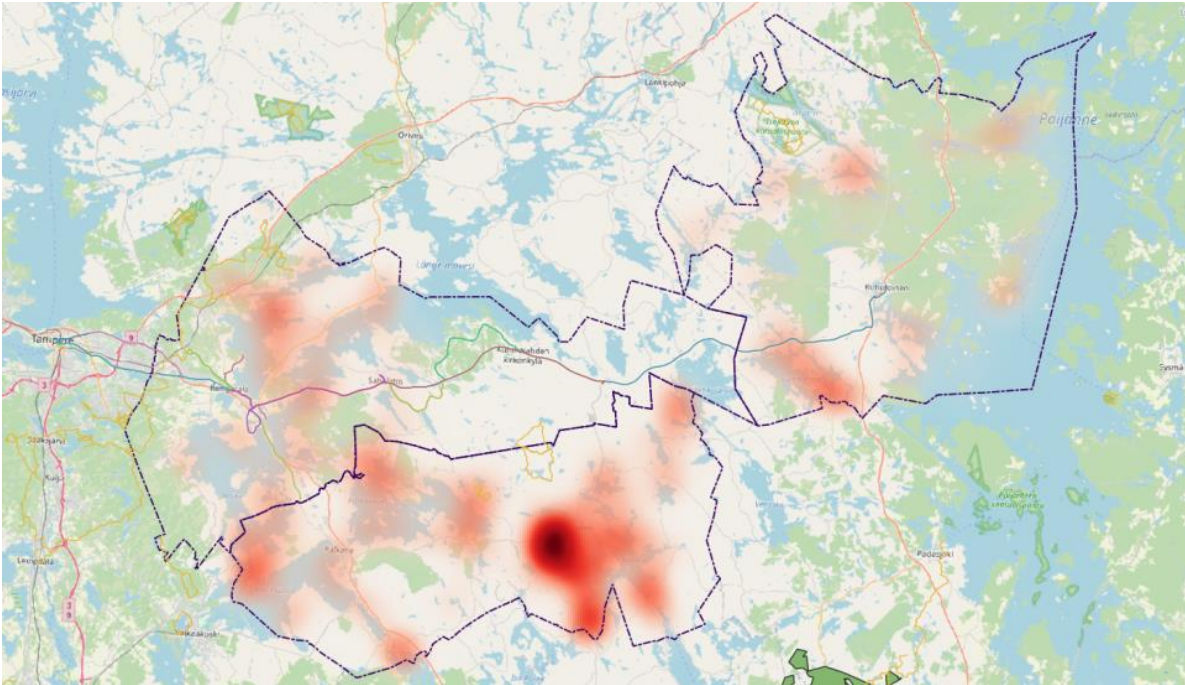
Opi hyödyntämään tekoälyä some-
sisältöjen luomisessa
käytännönläheisellä otteella.
Säästä yrityksesi resursseja ja
hyödy tekoälyn tuomista
mahdollisuuksista!

Kangasala OKSALLA YLIMMÄLLÄ
PÄLKÄNE PARASTA AIKAA
I ♥ Kuhmoinen

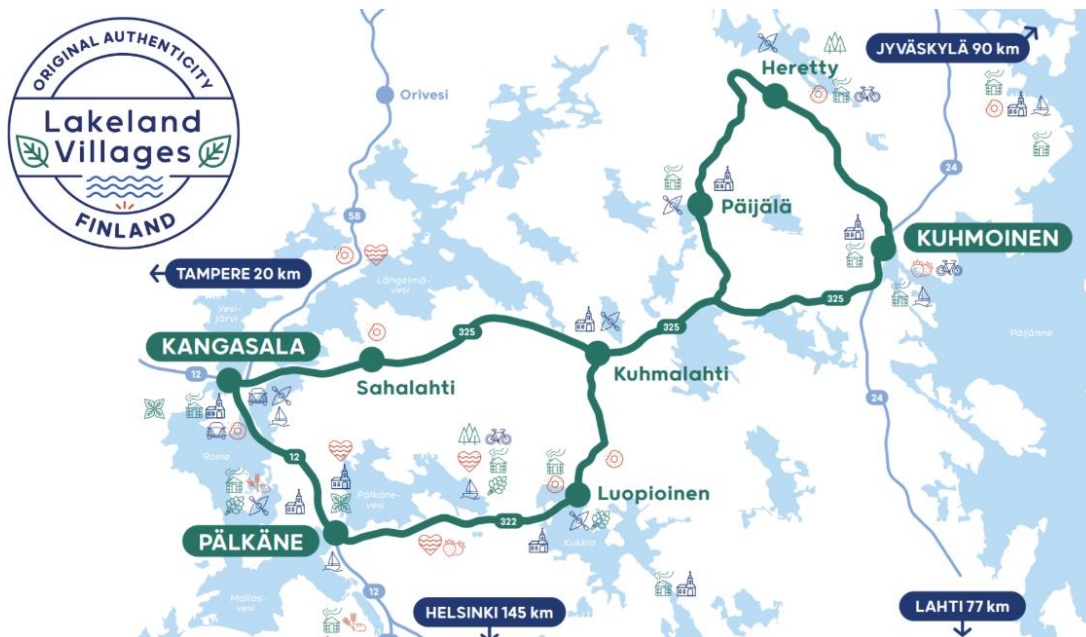
Matkailutoimijoille järjestetyn tekoälykoulutuksen tapahtumailmoitus vuodelta 2023.

Lakeland Villages brändin hiihtolomakampanjan ilme vuodelta 2024.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva



Kausiasuntojen sijainnista toteutettu lämpökartta Kangasalan, Kuhmoisten ja Pälkäneen alueella vuodelta 2024.



Lakeland Villages -alueen reittijulkaisu osana kesän 2024 markkinointia.



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva



Kesän 2024 digimarkkinointi materiaalia paikallisissa medioissa.



Kesän 2024 materiaalia maksetussa Meta-markkinoinnissa.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva



LAKELAND VILLAGES

Tervetuloa kyläilemään!

Metsien ja maalaismaisemien ympäröimät matkakohteet Kangasalla, Kuhmoisissa ja Pälkäneellä tuovat vierailijan alkuperäisen aitouden äärelle. Kylät eivät ole vain paikkoja kartalla, vaan mielentila, jossa nautitaan pienistä hetkistä yhdessä muiden kanssa. Niin seikkailunhaluinen aitouden etsijä kuin rentoutumisen ystävä löytää kohteet alle tunnin matkustusajalla.

Koko perheen tutkimusretki

Aktiviteetteja päivään kaipaavan tulee suunnata Sappee Resortiin, jossa monipuoliset aktiviteetit kohtaavat. Isojärven kansallispuistoon suunnatessa löytyy reittejä isommalle ja pienemmällekin kulkijalle. Matkalla voi pysähtyä Kuhmoisten keskustaan nauttimaan vierasvenesataman kesäisestä ilmapiiristä. Kotitilan eläimiä tervehtimään pääsee niin Raudanmaalla kuin Niitty-Seppälässä. Vehoniemen harjun ja Mobilian alueen tarjonta saavat kesäpäivän sujumaan hujauksessa, kun aktiviteetit, kulttuuri ja herkut löytyvät samasta paikasta.

Kulinaristeille kulttuurin nälkään

Kangasala-talo sekä Kangasalan Lepokoti ovat tunnelmallisia vierailukohteita aivan Kangasalan keskustassa. Kävelymatkan päästä löytyvät tasokkaat ravintolat ja kahvilat tarjoavat pysähdysten kulttuurimenojen välillä. Matkattaessa eteenpäin piipahdetaan Kuhmalahden Taidepöytäsalissa ja Pääjärven Riihigalleriassa kurkistamassa vuosittain vaihtuvia kesänäyttelyitä. Kiepsaus Kuhmoisten kautta kohti Luopioista antaa lomailijalle kylän raitin tunnelmaa. Luopioisissa Mikkolan pihapiiri yhdessä Mikkelinmäen torpparimuseon kanssa tarjoaa kurkistuksen alueen yli 100 vuotiseen historiaan. Pälkäneen keskustassa Nuijantalo ja historiallinen

Rauniokirkko kruunaavat kulttuurin nälkäisen seikkailijan kierroksen. Elävä kulttuurimaailma on täydessä kukoistuksessaan kesällä, vaikka tekemistä löytyy ympäri vuoden.

Poikkea reitiltä

Kulttuuria ja paikallistunnelmaa tarjoavat alueen laitamilta löytyvät Kuohijoki ja Pihlajakoski. Kesän tapahtumat vetävät vierailijoita kauempaakin näihin piilotettuihin helmiin. Jos haluat osallistua illan kulttuurierotuihin, löydät majoituksen paikanpäältä. Lähiruuan ystävien kannattaa suunnata reitiltä kohti Laitikkalan Makukylää ja Saarikylää. Tilamyymälät, näyttelyt, kahvilat ja bistroravintola tarjoavat elämyksiä kaikille aisteille ja viemisiä kotiin asti. Löydä aito lomaelämys kylissä, missä matka ei ole vain määränpää, vaan seikkailu jokaiseen lomapäivään.

Lakeland Villages on Kangasalan, Pälkäneen ja Kuhmoisten uusi yhteinen matkailualue. Täällä kannattaa kyläillä pidempäänkin! Lue lisää: visitkangasala.fi/lakeland-villages



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

The poster features a background image of a wooden boardwalk winding through a forest. A large blue semi-circle is overlaid on the top half. The text "MATKAILUTOIMIJAT KOOLLE!" is in large white letters, followed by "MISSÄ MENNÄÄN?" in green. Below this, there are three icons: a calendar, a clock, and a location pin, each followed by text: "25.9.2024", "13:00 - 15:00", and "TEAMS". On the left is a QR code. On the right is a circular logo identical to the one in the top left. At the bottom center, a red button contains the text "ILMOITTAUDU 24.9.2024 MENNESSÄ".

MATKAILUTOIMIJAT KOOLLE! *MISSÄ MENNÄÄN?*

 25.9.2024  13:00 - 15:00  TEAMS





ILMOITTAUDU 24.9.2024 MENNESSÄ

Matkailutoimijoille järjestetyn yhteiswebinaarin tapahtumailmoitus vuodelta 2024.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Liite 4: Toimenpiteet 2025



ETÄKOULUTUS: NORDIC MARKETING FINLAND

MATKAILU PALVELUIDEN TUOTTEISTAMINEN

Kehitä yritystäsi tuotteistamalla matkailupalvelut houkutteleviksi ja kilpailukykyisiksi niin kotimaisilla kuin kansainvälisillä markkinoilla. Varaa paikkasi ja ilmoittaudu mukaan 28.1.2025 mennessä!

11.2.2025 klo 13 - 16

- Opit luomaan selkeän ja vaikuttavan tuotekortin
- Saat konkreettisia työkaluja rakenteeseen
- Ymmärrystä tuotteistamisen merkityksestä

 mesi.lahteenkorva@businesskangasala.fi

Matkailutoimijoille järjestetyn tuotteistamiskoulutuksen tapahtumailmoitus vuodelta 2025.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva



Osallistu arvontaan!

Kaikilla messukävijöillä on mahdollisuus voittaa elämyksiä kesäpäivään! Osallistu arvontaan täyttämällä arvontalipuke ja pudottamalla se arvontalaatikkoon.

PALKINNOT (arvotaan kaikkien osallistujien kesken)

- 2 kpl lippuja **PirkkaLinesin Kesäpäivä Kangasalla -risteilylle** (arvo 30 €/kpl)
- 2 kpl lippuja Kangasalan **Hevipäivät -metallifestareille** (arvo 51 €/kpl)
- 2 kpl lippuja **Sapteen Kesäteatteriin Jope – Matkiva kulkuri -musiikkinäytelmään** (arvo 42 €/kpl)
- 2 kpl lippuja Kuhmoisten **WE ARE ONE -festivaaleille** (arvo 49 €/kpl)

Arvonta suoritetaan messujen jälkeen viimeistään 4.4.2025. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti, ja palkinnot ovat henkilökohtaisia, eikä niitä voi vaihtaa rahaksi. Kaikkien arvontaan osallistuneiden yhteystiedot hävitetään arvonnin jälkeen.



Tervetuloa kyläilemään! KANGASALA, KUHMOINEN, PÄLKÄNE



Kevätmessuilla 2025 toteutettu arvonta osastolla vieraileville.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Lakeland Villages - tervetuloa kyläilemään!



Maalaismaisemien ja järvien ympäröimät matkakohteet Kangasalla, Kuhmoisissa ja Pälkäneellä kutsuvat nauttimaan aidosta paikallisesta tunnelmasta. Paikalliset tuotteet, ravintolat, kulttuurikohteet ja tapahtumat tarjoavat elämyksiä ympäri vuoden. Tervetuloa kyläilemään!



Seikkaile tai rentoudu!

Pälkäneellä, Kangasalla ja Kuhmoisissa elämä mukailee luonnon rytmiä, ja pääset kokemaan aitoja paikallisia elämyksiä. Hengähdä metsässä, rentoudu mökkirannassa tai tutustu alueen kiehtovaan historiaan pyörän selässä. Jää kylään pidemmäksi aikaa, annamme vinkit myös majoituskohteisiin!

lakelandvillages.com →



Tutustu reittiehdotuksiin

Retkeiletkö lasten kanssa? Kiinnostaako kulttuuri ja kulinaariset nautinnot, tai haluaisitko kuulla, millaisia kätettyjä helmiä kyläteiden varsilta löytyy? Tutustu Lakeland Villages -alueen teemoihin ja reittiehdotuksiin.

lakelandvillages.com →



Aitoja kokemuksia lähellä luontoa

Lakeland Villages-matkailualueen tarjoamia reittejä ja elämyksiä esitellään Discovering Finland -matkaoppaassa.

[Lue lisää](#) →

Lakeland Villages nostetaan esille Visit Pälkäne sivustolla.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Mesi Lähteenkorva

projektipäällikkö

Kuhmoisten, Kangasalan ja Pälkäneen matkailun kehittämisen projekti

Matkailun kehitys kulkee yhdessä eteenpäin!

Kuhmoisten, Kangasalan ja Pälkäneen yhteisessä matkailun kehittämisen projektissa on pyörähtänyt kolmas vuosi käyntiin.



Vuonna 2023 aloitettuun projektiin kuuluu matkailupalveluiden kehittäminen, tukeminen ja tunnetuksi tekeminen, monikanavainen markkinointi alueen matkailulle, luontomatkailun edistäminen sekä kansainvälisten matkailijoiden houkutteleminen alueelle.

Kausiasukastilaisuudet ja uutiskirjeet saivat jatkoa kesän 2024 kynnyksellä. 20 toimijatapaamista ja tilaisuutta sekä 31 alueellista verkostoitumis- ja kehittämistilaisuutta toivat jatkoa alueellisen ja paikallisen matkailun kehittämisen tukemiseksi.

Matkailutoimijoille järjestetyissä yhteistilaisuuksissa on haluttu tukea toimijoiden digitaalista kehitystä, kertoa Lakeland Villages matkailualueen askelista ja tarjota verkostoitumismahdollisuuksia. Kesän markkinoinnin paikallinen näkyvyys oli laaja ja uutta potkua haettiin näkyvyyteen Pirkkala-Tampere lentokentältä kansainvälisten asiakasvirtojen houkuttelemiseksi alueelle.

Alkuvuodesta 2025 avatut Lakeland Villages verkkosivut ja some-kanavat tuovat lisäpanostuksen mat-

kailualueen näkyvyydelle ja löydettävyydelle digitaalisissa kanavissa. Kevät Messuille osallistuminen on uusi aluevaltaus alueen tunnettavuuden lisäämiseksi. Kesän markkinointitoimenpiteillä keskitytään houkuttelemaan pidemmältä tulevia matkailijoita alueelle. Outdoor Express -bussikuljetukset jatkuvat jälleen tulevana kesänä Tampereelta Isojärven kansallispuistoon. Kesäpäivän muistot voivat löytyä läheltä tai hieman kauem-paa. Kaikki rohkeasti seikkailemaan kyllille!

Tervetuloa kyläilemään!

Lakeland Villages tarjoaa kiireetöntä tunnelmaa, kaunista luontoa ja aitoja elämyksiä ympäri vuoden. Paikalliset tuotteet, ravintolat, kulttuurikohteet ja tapahtumat tarjoavat makuja ja elämyksiä jokaiselle. Olitpa päiväretkellä tai pidemmällä lomareissulla, elää rohkeasti hetkessä ja heittäydy seikkailuun!



Suunnittele lomapäiväsi: www.lakelandvillages.com

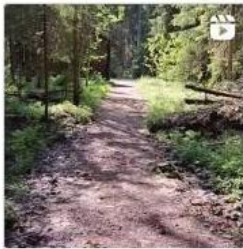


26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

 Paras sisältö katselujen mukaan

Mainosta sisältöä

Näytä kaikki sisältö



Step into the rugged



Want to stay updated



No date on Pentecost?



Breathe in. Slow down.



Kicking off summer

Orgaanisesti julkaistua sisältöä Lakeland Villagesin Instagram-tilillä kesällä 2025.

 Paras sisältö katselujen mukaan

Mainosta sisältöä

Näytä kaikki sisältö



Midsummer in



Daily dips in clean



Laipanmaa is one of



Heatwave on? Time



Celebrating

Orgaanisesti julkaistua sisältöä Lakeland Villagesin Facebook-tilillä kesällä 2025.

26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

Discovering Finland
Published by Pauliina Raitosola · 31 July ·

Looking for a family getaway this summer? In the Lakeland Villages of Kangasala, Kuhmoinen, and Pälkäne, everyday life slows down and unforgettable moments with loved ones come naturally. Surrounded by lakes, forests, and peaceful countryside, this region in Finnish Lakeland is made for shared adventures and relaxed togetherness: <https://lakelandvillages.com>

Whether you're exploring lakeside museums, cycling scenic trails, or simply soaking up nature, the Lakeland Villages offer the perfect setting for families to reconnect. Kids will love the animal farms, forest walks, and hands-on fun — like driving mini-excavators or solving a maize maze. Safe surroundings, small village charm, and a warm welcome make every experience feel just right.

Families can enjoy hands-on fun at Mobilia – The Finnish Museum of Car and Road, stay comfortably at Hotel Kuohu in Kangasala, and spend time outdoors at the region's many countryside animal farms offering safe and playful experiences for children

Here are 5 more authentic experiences waiting for you in Lakeland Villages:

- Paddle, swim, or relax by the lake — with floating saunas and lakeside cottages.
- Cycle peaceful countryside routes, from scenic loops to mountain biking adventures.
- Taste local flavours at farm shops, wineries, and summer cafés.
- Discover hidden gems like berry farms, craft shops, and blacksmith workshops.
- Hike forest trails and recharge in serene national parks.

<https://lakelandvillages.com>
Read the article: <https://bit.ly/44vfKBc>
Visit Kangasala Lakeland Villages VisitPälkäne
Kuhmoinen - kunta



Discovering Finland
Published by Pauliina Raitosola · 5 July ·

Looking for a summer getaway where nature, local life, and authentic Finnish traditions come together? Lakeland Villages, just a short drive from Tampere, offer the perfect escape to Finnish lakes, forests, and countryside charm. Explore the peaceful villages of Kangasala, Kuhmoinen, and Pälkäne — here are 6 ways to experience the best of summer in Lakeland Villages: <https://lakelandvillages.com/>

On the Lake – Explore shimmering lakes by kayak, canoe, or boat, discover island stops, try a floating sauna, or stay overnight in a Tentsile tree tent surrounded by peaceful nature. Lakeside villas and saunas offer comfort for your summer retreat.

Cycling Adventures – Hop on a bike and explore scenic routes through forests, countryside, and along lake shores. From peaceful rides to thrilling downhill trails, Lakeland Villages are made for cycling enthusiasts of all levels.

Family Moments – Safe, welcoming, and full of outdoor fun! Enjoy animal farms, lakeside adventures, museums, and family-friendly accommodations. Perfect for unforgettable days together in nature.

Taste the Culture – Savour homemade pastries, regional delicacies, Finnish wines, and explore vibrant art, museums, and countryside creativity — all rooted in local traditions.

Hidden Gems – Slow down and uncover cosy cafés, berry farms, handmade crafts, and authentic Finnish products like the world-famous Roselli knives — crafted right here in Kuhmoinen.

In the Forest – Recharge in peaceful wilderness. Hike through ancient woodlands, discover national parks, hidden lakes, and panoramic viewpoints. Ideal for reflection, adventure, or guided nature experiences.

Read the article: <https://bit.ly/44vfKBc>
Visit Kangasala Lakeland Villages VisitPälkäne
Kuhmoinen - kunta



Yhteistyö Discovering Finland median kanssa kesällä 2025. Esimerkit orgaanisista julkaisuista.



26.11.2025
Loppuraportti
Mesi Lähteenkorva

MATKAILUSTA ELINVOIMAA - SEMINAARI

INSPIRAATIOTA, VERKOSTOITUMISTA
JA TULEVAISUUDEN NÄKYMIÄ!



26.11.2025



14:00 - 18:00



SAPPEE RESORT



ILMOITTAUDU 17.11.2025 MENNESSÄ

Tule kuulemaan Leevi Parsaman näkemys
asiakkaiden ja yritysten digitalisoitumisesta!

Projektin päätöstilaisuuden tapahtumailmoitus vuodelta 2025.