

KUIDAS KASUTADA KOHALIKKU KULTUURIPÄRANDIT TURISMITEENUSEID OSUTADES?

KÄSIRAAMAT

maaturismiga tegelejatele



SISUKORD

01.	SISSEJUHATUS	4
------------	---------------------	----------

02.	KOHALIK KULTUURIPÄRAND TURISMIS	8
------------	--	----------

03.	SIHTRÜHMAD JA MÜÜGIKANALID	10
------------	-----------------------------------	-----------

3.1.	Kultuurituristid	11
3.2.	Vanuserühmad	11
3.3.	Sihtühmad, keda kõnetab kultuurilooline pärand maaturismi kontekstis	12
3.4.	Müügikanalid	14

04.	KUIDAS KASUTADA KOHALIKKU PÄRANDIT TURISMITEENUSTE LOOMISEL?	16
------------	---	-----------

4.1.	Toodete loomine	17
4.2.	Kogukondlik turism	18
4.3.	Majutusasutused	20
4.4.	Pärimustalud	22
4.5.	Kulinaaria ja kohalikud tooted	24
4.6.	Alternatiivtalud	28



Käesolev trükkis on valminud Eesti-Läti programmi kaudu Euroopa Regionaalarengu Fondi poolt rahastatud projekti „Development and promotion of small ethno-cultural regions as tourism destinations” raames.

See trükkis väljendab autori vaateid. Programmi korraldusasutus ei ole vastutav selle eest, kuidas seda infot võidakse kasutada.

4.7.	Avatud talud	30
4.8.	Muuseumid ja kollektsioonid	32
4.9.	Käsitöökused	34
4.10.	Rahvapärased üritused ja pühad	36
4.11.	Rahvapärased saunad ja rituaalid	39
4.12.	Ekskursioonid ja teemaprogrammid	40
4.13.	Traditsioonilised kultus- ja religioossed kohad	42
4.14.	Teemamarsruudid ja ühised turismipakkumused	44
4.15.	Suveniirid	45
4.16.	Piirkondliku keele tarvitus	48
4.17.	Kuidas tõlgendada etnokultuuripakkumist?	49

05. ♦ TARISTU 52

5.1.	Külaliste vastuvõtt	52
5.2.	Liikumine kogukonna territooriumil	53

06. ♦ TURUNDUS 54

6.1.	Kommunikatsioon	55
6.2.	Ajakirjanikud ja blogijad	57
6.3.	Kvaliteedimärgis EHE (Ehtne ja huvitav Eesti)	58
6.4.	Piirkondlik koostöö	59

07. ♦ UNESCO STAATUS 60

7.1.	UNESCOst	61
------	----------	----

08. ♦ PROJEKTI KIRJELDUS JA TURUNDUSMATERJALID 62



SISSEJUHATUS

Projekti „Väikeste etniliste kultuuriruumide areng ja populariseerimine turismisihtkohana „UNESCO-turism”” käigus saadud kogemuste põhjal on siinsesse käsiraamatusse kogutud praktilised soovitused, kuidas kasutada kohalikku etnokultuuripärandit ja UNESCO kultuuripärandi märgist turismisihtkoha arendamisel.

Kohalik kogukond ja paikkond võivad kohalikku (etnograafilist) kultuuripärandit rakendades saada turismist märkimisväärset kasu. Turism annab panuse majandusarengusse ja kohalike inimeste (töö)hõivesse (luuakse töökohti või vähemalt võimalus saada hooajalist tulu või lisasissetulekut), see elustab ajaloolist keskkonda ja sageli aitab seda taastada ning tekitab nõudluse põllumajandus- ja käsitööesemete järele. Turism tugevdab maakeskkonnas kohalike inimeste eneseteadvust, suurendab uhkust oma elukoha ja identiteedi üle ning soodustab patriotismi, mis on vajalik, et oma tegevusalast veendunult rääkida ja seda tutvustada ning leida selle toetuseks investeeringuid ja äri võimalusi. Ühtlasi ajendab kultuur tundma huvi kultuuripärandi hoidmise ja järgmistele põlvkondadele edasiandmise vastu nõnda, et see on osa elust ja ligitõmbav, mitte ei kogu muuseumiriivil tolm.

Kultuuripärandil põhinev turism on jätku- suutlik, sest tänu sellele hoitakse paikkonna kultuuri- ja loodusvarasid ning luuakse võimalusi kujundada paremat keskkonda.

Ent maapiirkondades ja kogukondades, kus autentset kohalikku kultuuripärandit leidub kõige rohkem, ei jätku sageli teadmisi, kuidas muuta seda nõutavaks tooteks ja kust otsida sellele turgu.

Käsiraamatus on võetud vaatluse alla võimalused, mismoodi võib kohalik kultuuripärand olla individuaalse pakkumuse lähtealus talus, ja kogukonnapõhine turism, mille korral ei pruugi eraldi pakutud tooted tekitada turistides kuigi suurt huvi, kuid ühtsest kultuuriruumist saab suurepärase turismitoode. Samuti uurime, kuidas seda soodustab UNESCO märgis.

Käsiraamatus anname soovitusi, kuidas kasutada ära kohaliku kultuuripärandi potentsiaali, ning anname ülevaate, milliseid koostöövorme rakendada, et selleks kujuneks turismitoode, vaatleme turundusvõimalusi ning toome näiteid nelja ereda etnilise kultuuri piirkonna kohta: Lätist suitide ja liivlaste ning Eestist setode ja kihnlaste kohta.



SUITU PIIRKOND
Läti



LIIVI RAND
Läti



SETOMAA
Eesti



KIHNU SAAR
Eesti



◆ SUIDID

on üks rikkalikuma ja omanäolisema kultuuripärandiga kogukondi Kuramaal ja kogu Lätis. Seda tõestab asjaolu, et 1. oktoobril 2009 lisati suidi kultuuriruum UNESCO inimkonna suulise ja vaimse pärandi nimekirja, kuhu kantud objekte on esmatähtis hoida, et need säiliks. Suitide mitteaineline kultuuripärand hõlmab rahvakalendri tähtpäevad, tavad, suulise rahvapärandi, laulu- ja pillimänguoskuse, rahvariiete tegemise ja rahvapärased toidud, mille valmistamise tavad on osa kogukonnast pidanud au sees tänini. Arendades kultuuriruumi, peavad suidid väga oluliseks kogukondlikku turismi. Eriti tõstavad nad esile kultuuriturismi, mis põhineb ainulaadse kultuuripärandi populariseerimisel.



◆ LIIVI RANNAKS

nimetatakse tänapäeval Läänemere ja Riia lahe kaldal ridamisi paiknevaid rannakülasid Ovišist kuni Ģipkani.

Nagu lätlased on liivlased Läti põliselanikud, kelle eisiad on siin elanud juba 5000 aastat. Liivlus elab praegusajal edasi kohanimedes, käsitöös, rahvapiirides, maailmavaates ja eluviisid. Liivi keel ja kultuuriväärtused on osa Läti kultuuripärandist, pärimuskultuur aga osa Läti kultuurikaanonist. Siin võib kohata tõelisi liivi kalamehi, tunda suitsukala lõhna, nautida rahvalikke roogi, imetleda vanade tarade mitmekesisust, tutvuda kalurikülade tagasihoidliku võluga, nautida kahe mere, lindude ja inimeste kohtumist Kolka neemel, kuulda läti keele liivipärase murret ja näha liivlaste lippu.



◆ KIHNU

on Eesti suuruselt seitsmes saar. Kihnu pärandikultuur – rõivad, keel, muusika, käsitöö – on kantud UNESCO suulise ja vaimse maailmapärandi nimekirja. Kihnu saare kultuurilist erilaadi on tugevalt mõjutanud ümbritsev meri ja kalapüügitraditsioonid. Kõige ulatuslikumalt on kultuuripärand esindatud Kihnu muuseumis. Kohalikud elanikud kannavad endiselt rahvarõivaid või nende elemente. Kihnu elanikele on olulised käsitööoskused, kooskõla loodusega ja rahvakalendri tähtpäevad. Kihnu on ideaalne paik, kus matkata, püüda kala, sõita jalgrattaga ning tutvuda saare elanike igapäevaelu ja tavadega. Ajalooliselt on kohaliku elustiili suuresti määranud see, et igapäevaelu on suunanud ja korraldanud naised, mehed viibisid pikki perioode merereisidel ja hülgeid küttimas, aga tänapäeval töötavad suurtel kala- ja ristluslaevadel.



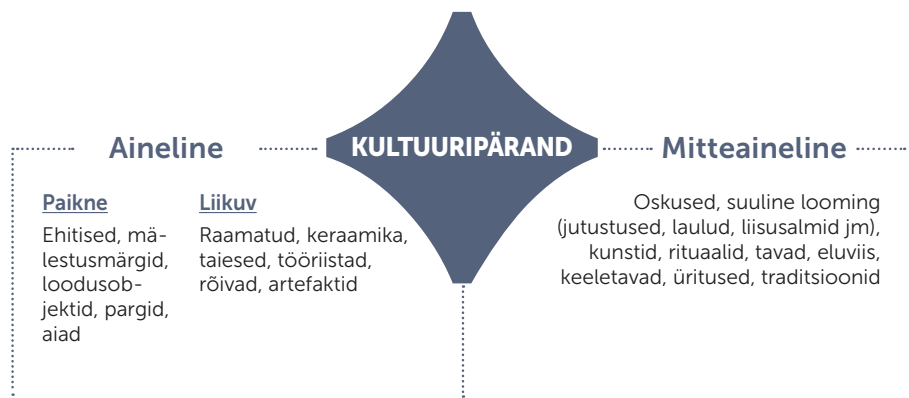
◆ SETOMAA

asub Eesti kaguosas, Eestimaa ja Venemaa piiril. See on erilmeline kultuurilooline territoorium, kus elavad setod. Kahe riigi piiril on setode kultuur läbi põimunud ida ja lääne mõjudest, sellest annab tunnistust keele, elustiili, roogade ja rahvarõivaste omanäolisus. Eriti tasub esile tõsta setodele eriomast rahvalaulu – leelot, mis on kantud UNESCO vaimse kultuuripärandi esindusnimekirja. Erilist mitmehäälset laulutraditsiooni on hoidnud elus nii vanema kui ka noorema põlvkonna lauljad. Setod on tänini tugevasti seotud oma juurtega ja peavad au sees oma ainulaadset eluviisi, sealhulgas keelt ja rahvarõivaid. Seto külates käies võib tutvuda selle etnilise kogukonna eluga, maitsta rahvusroogi ja kuulda leelot.



KOHALIK KULTUURIPÄRAND TURISMIS

Kohaliku kultuuripärandi pakkumuse kujundavad kohalikud inimesed ja kogukonnad. See on lugu inimesest ja tema elust. On iseloomulik, et ainulaadsed etnokultuuriväärtused säilivad väikestes kogukondades, kaugel populaarsetest turismi sihtkohtadest ja linnadest.



Kohalikku loodus- ja kultuuripärandit saab paeluva turismitoote loomisel alati ära kasutada.

Kogukondliku turismi puhul ei ole vaja konkureerida massiturismi korraldajatega, sest neid see nišš ei huvita. Päranditurism paelub nimelt neid turiste, kes otsivad igas riigis iseloomulikku ja ainulaadset, mis eristab meid üksteisest; turiste, kes soovivad midagi uut teada saada ja uusi oskusi omandada; turiste, keda huvitab eripärane.

Kohtumine kohalikega nende elukeskkonnas, võimalus seda näha ja teada saada, kuidas nad elavad, millised on nende traditsioonid ja olme, annab sageli ainekse reisi kõige eredamatele mälestustele ja lugudele. Need lood avavad inimeste südameid, sest neid vahendades kaob justkui piir kliendist tarbija ja teenusepakkuja vahel.

Kohalikku kultuuripärandit loovad kohalikud elanikud, kes saavad sellest ka ise kasu. Kogukondlik turism ergutab kohalikku majandust.

Tänapäeval pööratakse üha enam tähelepanu jätkusuutlikule turismile, mille siht on hoida kohalikke ressursse ja hoolitseda

elanike heaolu eest. Turistid, eriti kultuurituristid, soovivad üha sagedamini panustada raha kogukondadesse ning ostavad meelsasti ja teadlikult kohalikke tooteid. Teisest küljest peab pakkumus olema kvaliteetne.

Kultuuriturismil on maailmas üha suurem roll ning muutunud on ka turistide huvid: ainelise kultuuripärandi (muuseumid, hooned ja ajaloolised paigad) asemel eelistatakse tundma õppida mitteainelist kultuuripärandit. Üha paremad ja lihtsamad liikumisvõimalused ning teabe kättesaadavus on tekitanud huvi kaugete paikade vastu, mida põhilised turismimarsruudid ei kätke, kuid on külgetõmbavad ainulaadse kultuuripakkumuse tõttu. Seepärast muutis maailma turismiorganisatsioon 2018. aastal turismi definitsiooni, mis hõlmab nüüd ka kohaliku kogukonna eluviisi, kultuuriloolist ja kulinaarset pärandit, väärtuste süsteeme ja traditsioone.

Tendentsid näitavad, et kultuurituristid soovivad üha enam kultuuriüritustest osa võtta, selmet olla pelgalt passiivsed jälgijad. Tooteid luues tuleb mõelda sellele, kuidas võimaldada turistil aktiivselt osa saada kohalikust kultuurielust.



SIHTRÜHMAD JA MÜÜGIKANALID

Selles jaotises vaatleme kohaliku kultuuripärandi ja kogukondliku turismi võimalikke sihtrühmi nii vanuserühmade kaupa kui ka huvide ja vajaduste järgi. Maaturismi põhiturg on kohalik turg (antud juhul eestlased Eestis ja lätlased Lätis).

3.1. Kultuurituristid

Reisi eesmärgi alusel võib kultuurituristid jaotada kahte rühma: **juhuslikud ja motiveeritud turistid**.

Juhuslike kultuurituristide programmis on kultuur põimitud teiste põnevate tegevuste vahele, ent motiveeritud turistidele on kultuuri nautimine põhieesmärk.

Kultuurituristide sissetulek on tavaliselt keskmine või kõrge, nad kulutavad puhkuse ajal rohkem, tavaliselt peatuvad nad hotellides ja külalismajades (mitte kämpingutes, haagissuvilates jne), nad söövad rohkem väljas, hindavad kunsti ja kvaliteetseid käsitööesemeid ning antikvaarseid esemeid; enamasti on tegu keskealiste inimeste ja seenioridega.

Turistide huvid ei ole ühesugused. Neid,

kellel on peamiselt üldised huvid, paelub kohaliku kultuuripärandi kontekstis võib-olla ainult üks pakkumus, näiteks kohalikest roogadest õhtusöök, mille taustaks esinevad rahvamuusikud. Kuid on ka selliseid turiste ja turismiagentuure, kes on eelkõige spetsialiseerunud kohalikele kultuuripärandile ja inimestele – neid huvitab laiem kultuuripakkumine.

Kultuurituristide hulgas on kõige rohkem neid, keda muu hulgas köidavad humaanse, sotsiaalsed ja vastutustundliku äri põhimõtted. Nad võivad näiteks huvituda sellest, kuidas kohalikku kultuuripärandit hoitakse ja millised on tulevikuplaanid. Nad tunnevad teema vastu sügavat huvi ja on vastutustundlikud turistid.

3.2. Vanuserühmad

Euroopa turismistatistika järgi ilmnevad vanuserühmade kaupa järgmised põhitendentsid.

Noored, 20–39-aastased, kasutavad reisi ajal kultuuriturismi pakkumusi tavaliselt pigem teiste tegevuste kõrval. Nad kombineerivad kultuuri- ja elamusturismi.

Tuleb mainida, et sellesse vanusegruppi kuuluvad ka noorte ja üliõpilaste rühmad, kelle reisidel on erisih: täiendada oma teadmisi või oskusi konkreetses valdkonnas.

Motiveeritud kultuurituriste leidub kõige rohkem **vanuses 40–55 aastat**. Nende reisi põhieesmärk on kultuurielamus. Selle vanuserühma turistid tutvuvad väga hoo-

likalt kogu teabega, broneerivad teenused ega tee seda võimaluse korral turismifirmade vahendusel. Nad on väga nõudlikud ja kavandavad reisi ajaks võimalikult palju kultuuriga seotut.

Vanuserühma 56–70 aastat esindavad on need, kes võtavad ette põhjalikud pikad reisirajad, kus nad eeldavad ka laia kultuuripakkumist. Selles eas reisijatel on enim vaba raha, mida nad on valmis kulutama kõigele, mis neid tõeliselt huvitab. Nad eelistavad suuremat mugavust nii ööbimise kui ka toitlustuse mõttes ning reisivad kiirustamata ja nautides. Neile on olulised kvaliteet, mugavus ja põhjalik teave. Nad kasutavad kõige rohkem turismifirmade teenuseid.

3.3.

Sihtrühmad, keda kõnetab kultuurilooline pärand maaturismi kontekstis



◆ ETNOTURISTID

Siia rühma kuuluvad turistid, kes tunnevad huvi teiste rahvaste eluviisi vastu ja kes soovivad sellesse sisse elada ja seda mõista. Seda arvestav pakkumus hõlmab oskused, traditsioonid, ruumi, ümbritseva looduse ja kogukonna ning majandamisviisi, mille siht on edendada inimeste elu ja tööd maal, nii et turistil on võimalik sellesse sisse elada ja selle järgi tegutseda.

Kui soovitakse, et turistid viibiksid koha peal pikemat aega, tuleks rõhk panna ümbruskonna loodusele, võimalusele nautida maaelu ja osaleda tegevustes, suhtlusele kohalike elanikega ja nende oskustele, maal valitsevale rahule ja kooskõlale keskkonnaga.

◆ DIASPORAATURISTID

(oma juurte ja rahvatraditsioonide otsijad)

Need on turistid, kes on kas ise või oma eelkäijate kaudu olnud seotud sihtriigiga. Neil on nii huvi uurida sünnimaa ajalugu kui ka sentimentaalsed tunded oma juurte suhtes.

Neid turiste vaimustavad rahvuslikud väärtused, rahvamuusika ja rahvalikud jutud, rahvakalendri tähtpäevad, rahvapärased road ja maastik – kõik, mis ajendab sentimentaalseid mälestusi, toob meelde lapsepõlves kogetu või vanemate jutustatud lood või viitab sünnimaa reliikviatele. Need turistid on ka potentsiaalsed kvaliteetsete käsitöö- ja kunstiesemete ostjad.

◆ KOOLIÕPILASTE RÜHMAD

Üks kultuuripärandi sihtrühmi on kindlasti õpurid, seetõttu on soovitatav uurida välja just kooliõpilastest koosnevate rühmade huvid ja valmistada ette neile kohandatud pakkumus. Kooliekskursioonidel käiakse eelkõige õppeaasta alguses (septembris, oktoobris) ja lõpus (mais). Pakkumisele mõeldes tuleb kindlasti võtta arvesse kevad- ja sügisilma (vihm, tuul, külm) ning ka seda, et kooliõpilased on harva riietunud niimoodi, et see sobib ilmastikuolude ja maakeskkonnaga.

◆ LASTEGA PERED

Tänapäeva rahvusvahelises keskkonnas on kokkupuude mõne muu rahva esindajatega tavaline isegi koolilastele. See õhutab huvi teiste kultuuride vastu. Teise riiki puhkusele sõites soovivad pered sageli teadlikult tutvustada lastele teiste rahvaste traditsioone ja teadmisi. Peres võib olla eri vanuses lapsi. Sellele sihtrühmale on oluline lihtne juurdepääs ja pakkumuse mugavus.

◆ KULTUURIÜRITUSTEL KÄIJAD

Kultuuriüritused köidavad ennekõike kohalikke turiste ning annavad tõuke reisida mööda kodumaad. Kui üritus korraldatakse järjekindlalt igal aastal, kujuneb tavaliselt püsihuviliste ring, kellele need üritused meeldivad ning seetõttu võetakse reis ette igal aastal. Need võivad olla folkloori-, kulinaaria- ja käsitööüritused või rahvakalendri tähtpäevade (mihkclipäev, pööripäevad jm) tähistamised.

◆ ASJATUNDLIKUD VÕI ERIHUVIDEGA TURISTID

Need on turistid, kes sõidavad teise piirkonda või isegi teise riiki selleks, et uurida ja õppida tundma mõnda valdkonda, mis neid huvitab. Huvi võidakse tunda nii professionaali kui ka amatööri tasemel. Sellistel turistidel on kalduvus aktiivselt tegeleda.

Kohaliku turismi valdkonnas on muutunud populaarseks tähistada pere tähtpäevi, sünnipäevi ja muid erilisi sündmusi sisukalt: minnes teemareisile, matkates loodusradadel, tegeledes loometöökodades, omandades uusi oskusi või kuulates põnevaid jutte.



3.4. Müügikanalid



◆ INTERNET

Statistika järgi planeerivad Euroopa kultuurituristid oma reisi sageli ise ja teevad broneeringud otse, kasutamata vahendajaid. Sihtpunkti kohta otsitakse ja kontrollitakse teavet mitmesugustest internetiallikest, seetõttu on olulised viited mõttekaaslaste platvormidele, näiteks **www.tripadvisor.com**, **www.zoover.com**, samuti reisijate foorumitele, näiteks **www.lonelyplanet.com/thorntree/welcome**.



◆ SOTSIAALVÕRGUSTIKUD

Populaarsed on ka mitmesugused videod: nii reklaamivideod kui ka reisijate kogemuste kajastused kanalis **www.youtube.com**. Üha olulisemaks muutuvad mitmesugused reisiblogid ja visuaalne materjal Instagramis. Oluline teabeallikas on endiselt Facebook.



◆ OTSE OSTMINE

Internetivõimalused on soodustanud otse ostmise ja müümise kontseptsiooni arengut. Näiteks ööbimise alal tegutsevad edukalt sellised platvormid nagu **www.airbnb.com** ja **www.homeaway.com**. Portaali **www.withlocals.com** pakub aga erilaadseid kogemusi ja üritusi koos kohalike elanikega, näiteks ekskursioone, perelõunaid, traditsiooniliste roogade degusteerimist, seiklusi lastega peredele jm. Sellel platvormil on ka mugav mobiilirakendus.



◆ LÄHIKONNAS KÄTTESAADAVAD REKLAAMITRÜKISED

Ümbruskonna majutusasutustes, turismiinfokeskustes ja kohvikutes kättesaadavad reklaamitrükised on hea viis, kuidas meelitada ligi juhuslikke turiste, näiteks piirkonna külalismajas ööbijaid, suvitajaid või läbisõitvaid turiste. Üks kogukondliku koostöö viise võib olla üksteise reklaamimine. Näiteks võib degusteerimisruum olla sisustatud kohaliku ettevõtte toodetud mööbli ja kaunistatud kohalike kangakudujate töödega ning nõud võib olla valmistanud kohalik meister. Nende asjade kohta on olemas teave ja lugu. Sel juhul muutub degusteerimist pakkuv talu ligitõmbavamaks ning ühtlasi toimib teiste kogukonna toodete müügi kanalina.



◆ KOHALIKUD TURISMIEETTEVÕTJAD

Välituristide vastuvõtu või siseturismiga tegelevad Eesti turismiettevõtjad võivad tuua kohale potentsiaalseid kliente.

Nüüdiskonkurentsi oludes püüab iga turismiagentuur pakkuda klientidele võimalikult autentset reisikogemust. Mõned firmad on spetsialiseerunud vastutustundlikule ja kogukondlikule turismile. Ent just kohalikud turismiettevõtjad on uurinud potentsiaalset kohalikku ja välismaist turgu ning koostavad reisipakette. Paljudel turismiettevõtjatel on turistide transpordi jaoks oma sõidukid. Just nemad müüvad kõige edukamalt teie toodet välismaistele turismiagentuuridele. Välismaised turismiagentuurid eelistavad tavaliselt teha koostööd ühe või kahe kohaliku firmaga, soovimata kulutada aega suhtlemisele paljude teenusepakujatega.

Kutsuge turismiettevõtjad külla, et anda oma pakumisest parem ülevaade. Mõnikord soovivad turismiettevõtjad tuua kohale oma välispartnereid, et tutvustada neile toodet. Olge vastutulelikud!



KOHALIKU KULTUURIPÄRANDI RAKENDAMINE TURISMIS

Selles jaotises vaatleme, kuidas eri valdkondades rakendada kohalikku kultuuripärandit, et pakkuda turistile autentset kogemust. Tõelist autentsust ja unikaalsust võibki enamasti leida kohalikest maakogukondadest, kus hoitakse ja pärandatakse traditsioone, mis püsivad elus.

Kõige paremini tagab autentsuse ülevaade sellest, mida kohalikud inimesed oma kultuuriruumis teevad, samuti turistidele loodud võimalused suhelda kohalikega ja nende tegevustest osa võtta.



Turismitoote võib luua kohalikus kogukonnas leiduvatest elementidest, mis täiendavad toote lugu ja pakkumist.



4.1. Toodete loomine

Piirkondlik kultuuripärand muutub turismi-tooteks enamasti loomulikult, järk-järgult: kõigepealt toetavad head asja lähedased ja sõbrad, siis see inimeste ring suureneb ja huvi kasvab ning saab selgeks, et selle järele on nõudlust ja sellest tuleb hakata mõtlema kui tootest. Sageli kasvab selline toode välja kellegi hobist ega ole loodud plaani järgi. Seetõttu kajastab toode ka selle inimese isiksust. Kohalik kultuuripärand on valdkond, mille korral ei pruugi toode enam kõita turistide huvi, kui toote pakkuja on vahetunud.

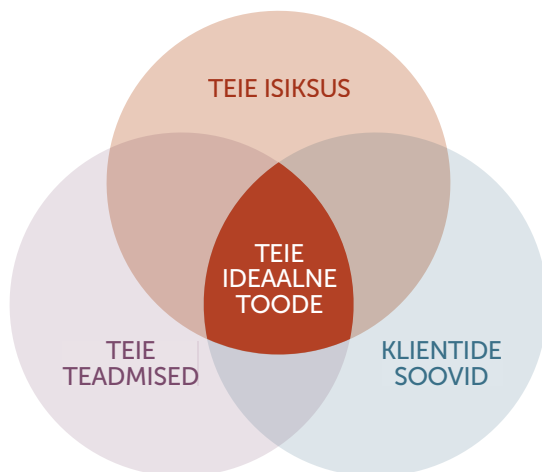
Kui keegi soovib näidata turistidele oma oskusi ja huvi kultuuripärandi vastu ning on selge, et see tuleb hästi välja, siis tasub seda kindlasti teha! Tuge ja nõu võib saada nii kohalikust turismiinfokeskusest, turismitiikmete liidust või kohalikust mitteiniselise kultuuripärandi agentuurist.

Ressurss, mida ettevõtja saab kasutada toote loomisel, ei pea alati asuma oma koduhoovis. See võib olla lähedal asuv kultuurilooline keskkond, loodus jmt, mis on huviäratava loo või kohalike tegevuste lähtealus.

Kahtlemata annab tegutsemine asendamatu kogemuse ning just tegutsedes mõistab inimene, mida tal veel vaja on. Ent kui on selge, et tegu on tõsise äriga, tuleb arvestada sihtrühmaga, selle vajaduste ja soovidega ning sellega, et hakkate võõrustama inimesi, mis nõuab ka teatud visuaalset külge, põnevat lugu ja kohta turistide vastuvõtuks.

Kujundades turismipakkumust on väga oluline tegur **aeg**. Ma kõik oleme oma kodukoha patrioodid ja uhked selle üle, armastame seda ja panustame sellesse oma energiat. Me oleme valmis külalistele tundide viisi jutustama sellest, mis on meile ja kodupaigale omane. Ent vaatenurk peab olema enesekriitiline ja pragmaatiline. Tuleb võtta arvesse, et kõigil, olgu turismiettevõtja korraldatud reisi osalistel või üksikreisijatel, on tehtud plaan viibida konkreetses kohas teatud aja vältel. Kokkulepitud aja sisse tuleb ära mahtuda. Oma pakkumust kujundades tuleb koostada stsenaarium ja see läbi proovida, et saada teada, kui palju aega – kõige lühem ja kõige pikem aeg – kulub selle peale, et oma toodet, pakkumust kvaliteetselt demonstreerida. See kestus tuleb turundusmaterjalides lisada toote kirjeldusele.

Oma „turismistsenaariumi“ on kõige parem esmalt proovida lähedaste ja tuttavate peal ning kõrvaldada sel viisil ilmnenu puudused. Professionaalne koostöö turismiagentuuri või kliendiga tähendab, et on koostatud selge programm, mille klient saab konkreetsel ajal konkreetse hinna eest. See ei saa olla lihtsalt vestlus nii, nagu see parasjagu välja kukub. **Et turistide soove paremini mõista, tuleb kuulata** nende küsimusi, jälgida, mis paelub talus või töökojas nende tähelepanu, tuleb kuulata nende juttu ühe või teise seiga kohta, sest tuleb ette, et just asjatundlikelt klientidelt saame teada kasulikke fakte ja lugusid.



Kogukondliku turismi jaoks on vaja põhipakkumist, mis huvitab peaaegu kõiki; ülejäänud pakumustega täiendatakse aga seda põhipakkumist vajadust mööda. Põhipakkumises keskendutakse tavaliselt tugevatele ja ainulaadsetele vaatamisväärsustele, kuid neid ei pruugi piirkonnas aga alati olla. Samuti võib põhipakkumises keskenduda kulinaariale. Kulinaarne pärand on väga ulatuslik, sellest võib kindlasti leida midagi kasutuskõlblikku.

4.2. Kogukondlik turism

Kogukondlik turism on sageli vahend, mille kaudu ergutada majandust ja parandada kohalikku elatustaset. Lähtutakse põhimõttest, et turistide raha jäägu kogukonda, st majutusasutuste, restoranide ja suveniirikaupluste omanikud, giidid, käsitöölised ja kõik teised teenusepakkujad on ainult kohalikud inimesed.

Küllaltki paljud turistid peavad sihtkohta valides silmas, kuhu nende raha läheb. Nad tahavad olla veendunud, et see jõuab kogukonna inimeste kätte. Seetõttu ei ole kogukondliku turismi toode mitte ainult paeluv ja huvitav, vaid ühtlasi omamoodi turundus, mis köidab konkreetse turistide ringkonna tähelepanu.

Turistid eeldavad autentsust. Turistidel, kogukonnal ja turismiagentuuridel võib olla autentsusest erisugune ettekujutus. Turistid mõistavad autentsuse all enamasti seda, mis on tõeline, ehe ja südamluk ning põhineb kogukonna kultuuril. Just sellest tulebki lähtuda, ka teabematerjale koostades.

Selleks et kohalik kultuuripärand võiks areneda kui turismitoode, on vaja kogukonna sihipärasest tegevust: hinnata ressursse, planeerida, koos otsustada, oskusi arendada, loodust ja kultuuripärandit hoida ja arendada ning ühiselt turustada. Peab olema vähemalt üks inimene, kes suudab koostada tervet kogukonda hõlmava turismipakkumise ja koordineerida ühisturundust.

Iga koht, mis võtab turiste vastu, olgu see siis suur või väike, eraomandis või ühiskondlik, peaks leidma oma loo ja seda kujundama.

Kogukonna ajaloolised faktid on väärtuslik teabeallikas, arendamiseks huvitavat ja ainulaadset pakkumust, mis põhineb kindlal lool. Kui see on aga kogukonna lugu, siis on soovitatav, et võimalikud jutustajad – kohalikud turistide vastuvõtjad, kaupmehed, giidid jt – jutustaksid seda ühtemoodi ning et igaüks tunneks paikkonna väärtusi ja põhifakte, mis tuleb loosse põimida.

NÄIDE

KIHNU SAARE

üks turunduslikumalt müüvamaid visuaale on külgorviga mootorrattaga sõitev Kihnu naine. Praegusel ajal ei sõideta selliste mootorrattastega argipäeval kuigi tihti, ent turismi seisukohalt on need väga ligitõmbavad ja lisavad saarele võrtsi. Turiste võib sõidutada mootorrattastega, nad võivad proovida nendega ise sõita ja mis veel tähtsam – mootorratastel pilti teha ja panna pildid suhtlusvõrgustikesse.



4.3. Majutusasutused

Kohalikust kultuuripärandist lähtuvate majutusasutuste eelis turukonkurentsias on nende ainulaadsus: need on teiste pakkumuste hulgas põnevamad ja silmatorkavamad.

Tegu võib olla ajaloolise hoonega, millel on oma lugu, kohalikus stiilis kujundatud ruumid, ajaloolised interjööriesemed või tänapäeva kohalike käsitööliste ja kunstnike loodud tööd. Ka viimistluses rakendatud materjalid võivad jutustada oma loo, näiteks kasutatud looduslikud värvid, linaõli, kohalik puit, ümbruskonna põlde harides välja tulnud kivid jms.

Voodikatted, põrandavaibad, kardinad – need on esemed, mis annavad autentse hõngu.

Kui majutusasutus pakub hommikusööki

või muud toitu, siis peab suurem osa tooteid pärinema lähipiirkonnast ning seda tuleb öelda või teave menüüsse kirjutada, et ka klient seda teaks. Soovitatavalt võiks igal söögikorral pakkuda ühte traditsioonilist ja paikkonnale tüüpilist rooga, kuid kohalikest kulinaariatavatest ei tasu siiski ülemäära vaimustuda. Kui klient sööb majutusasutuses, siis on toit tema põhivajadus ning see peab olema selline, mida ta sööb meeleldi, mitte ei maitse huvi pärast, eriti siis, kui ta viibib seal pikemat aega.

Külastele on oluline isiklik kokkupuude peremehedega. Kliendiga tuleb rääkida, näidates üles huvi tema heaolu vastu ning tutvustades paiga ajalugu ja ümbruse turismipakkumusi. Suhtlus peab sujuma ebakõladeta ega tohi olla pealetükkiv.



SETOMAAL MEREMÄE LÄHEDAL

ASUVA KIRSI talu ajalugu ulatub 1917. aastasse. Hoonekompleks on hiljuti taastatud; nüüd saab seal mugavalt ööbida, soovi korral võib proovida magada küünis või värskete heinte sees.

Koos taluperega on külalistel võimalik õppida tundma maaelu argipäeva, proovida rahvarõivaid, vaadata pere esivanemate fotosid. Perenaine räägib meeleldi suguvõsa ja maja ajaloost. Talus on suitsusaun. Külalised võivad saunas käia ja pererahva käest õppida, kuidas saunas liha suitsutada. Hommi-ku- ja õhtusöök valmistatakse kohalikest toodetest.

NÄIDE

Tegemist on tüüpilise **KIHNU KODU-MAJUTUSEGA**, mille oskuslikult kujundatud interjöör annab ettekujutuse kohalikust arhitektuurist, rahvapärasest käsitööst ja mustritest ning traditsioonilise pereelu igapäevast

<http://kihnumare.ee/mare-majutus/>.

NÄIDE

4.4. Pärimustalud

Pärimustalul, mille ajaloolised hooned sobituvad hästi loodusesse, ei ole kultuuripärandi turismis suur väärtus mitte ainult kui eraldi objekt, vaid see loob ka lähikonnas erilise meeleolu, mida turist ringi liikudes märkab. Selliseid hooneid tuleb hoida ja taastada võimalikult algsel kujul.

Pärimustalu võib olla turismi seisukohalt pelgalt huviväärsus, kuid seda laadi hooned loovad kultuurituristile ka meeldiva atmosfääri kohviku, majutusasutuse, kunstnike ja käsitöölise ateljee vms põneva paiga jaoks.



NÄIDE

TOLLI TALUS Kihnu saarel

hakati turiste vastu võtma juba 1995. aastal. Praegu võivad külastajad kasutada nii telkimiskoh- ti kui ka tube maja pööningul ja aidas. Mõnes toas on rahvapärased voodikatted, laudlinad, põrandakatted jms.

Talu on tuntud kui koht, kus pakutakse maitsvat toitu. Külalised hindavad eriti kalasuppi ning traditsioonilist magustoitu moosi ja piimaga. Siin saab maitsta ja kaasa osta suitsukala.

Turistidele pakutakse võimalust minna koos kalameestega merele või väljasõidule, samuti ekskursiooni mööda saart veoautoga.





NÄIDE

Mazirbes asuv **STŪRĪŠI-BRANKI TURISMITALU** on suutnud kahes naabermajas tegutsedes säilitada tüüpilise liivi hoone välimuse ja aura. Aastate jooksul on pererahvas kogunud vanade esemete kollektsiooni, mis muu hulgas loob autentse talu atmosfääri, kuid on ka eraldi huvitav vaatamisväärsus, mille kohta saab pajatada rohkesti lugusid. Talus saab ööbida. Professionaalsest kokast peremees pakub külalistele traditsioonilisi liivi roogi, näiteks odra-kartuliputru.

NÄIDE

BIRŽI MŌIS asub Kuldīga piirkonnas Gudenieki vallas Basis. Birži mõisa hoonetest on säilinud endine teenijamaja ja vana magasiat, samuti 4,5 hektari suurune park. Kogu kompleks on kohaliku tähtsusega kultuurilooline mälestusmärk. Ait rekonstrueeriti aastatel 2009–2010 täielikult Euroopa Liidu kaasrahastuse toel ning nüüd tegutseb siin Basi rahvamaja. Siin korraldatakse harivaid ja kultuuriüritusi, kontserte, näitusi jne. 2019. aastal on Basi rahvamajas plaanis avada interaktiivne näitus Gudenieki suitide ristimisest, pulmadest, matustest jms.



4.5.

Kulinaaria ja kohalikud tooted

Kulinaarne pärand puudutab toitlustusteenuste pakkujaid, degusteerimise korraldajaid, traditsiooniliste roogade valmistajaid ja talumajapidamisi.

Toit on koos keele, religiooni, folkloori ja traditsioonidega alati olnud üks tähtsamaid regionaalse ja etnilise identiteedi komponente.

Toiduvalmistamise tavad on tihedalt seotud looduse, kohalike põllumajandusviiside, jahinduse ja kalanduse, rituaalide, tähtpäevakommete, pidustuste, peremudelitega jmt.

Toit ühendab endas nii ainelise (toiduained, nõud, töövahendid) kui ka mitteainelise pärandi (retseptid, toidu söömise viis, lõhnad, pühadekombed, uskumused jmt). Seetõttu on kulinaaria väga mahukas ja lai turismivaldkond, Eesti ja Läti maapiirkondades on see üks olulisemaid kultuuripärandi turismi elemente.

Kui pakutakse rahvapäraseid toite ja jooke, peab nende koostis olema varem kirja pandud ja teave kättesaadav. Tuleb arvestada tänapäeval väga levinud toidutalumatuse ja -allergiatega. Ei tohi veenda inimesi midagi maitsma ega pakkuda toodet üllatusena, nimetades seda alguses millekski muuks.

Toiduvalmistamise meistriklass võib hõlmata üksnes ühe lihtsa roa valmistamise lühikese aja jooksul, st olla üks peatuspaik, ettevõtmine pikemal marsruudil, või seisneda eraldi ürituses, mis kestab terve päeva.

Meistriklassid võivad kesta terve nädala. Huvilised tulevad kohale, et omandada mõni konkreetne oskus, näiteks valmistada roogi kaunviljadest, teha kooke ja magustoite jm. Sel juhul tuleb pakkuda tervet paketti, koguteenust, mis sisaldab õõbimist, toitlustamist ja ehk ka mõnd kohapealset ekskursiooni.

Võttes aluseks toidud ja joogid, võib üldiselt huvidega turistidele või ka asjatundjatele kavandada eri teemadele keskendunud ringreise, näiteks veinituure, leiva- ja õlletoote, kalatuure jmt.

Mõne toidu valmistamise oskust demonstreerides või publikut kaasates tuleb mõelda, mismoodi see kõrvaltvaatajale paistab: milline on koht ja nõud, kas on täidetud elementaarsed hügieeninõuded; samuti tuleb mõelda jäätmete kõrvaldamisele, kätepesuvõimalusele jmt. Kuigi etnoturistid soovivad näha igapäevast maaelu, ei sobi mingil juhul lähtuda põhimõttest „nii ma elan ja olen“.

Rannikul ootavad turistid kindlasti kala.

NÄIDE

Näiteks **LIIVIMAAL PITRAGI** külas võib Krogi talus õppida tundma kala suitsutamise viise (külma- ja kuumsuitsutus), rühmadele pakutakse võimalust kala degusteerida, samuti saab suitsukala kaasa osta. Kala suitsutamine on talu põhitegevus. Külalised saavad ka ise proovida kaldalt merilesta püüda. Peremees Andris aitab saagi ette valmistada ja ära suitsutada.



NÄIDE

Kolka neemel pakub **ŪŠI TALU** perenaine võimalust maitsta ja õppida valmistama kartuli-porgandipirukaid. Neid saab talust ettetellimisel ka kaasa osta. Tänu laialdastele oskustele on perenaine sageli andnud intervjuusid ajakirjadele, samuti on ta võtnud osa telesaatest „Tõeline läti perenaine“, mis on reklaam nii perenaise ettevõtlusele kui ka liivi kultuuripärandile.



NÄIDE

TAARKA TARÕ pakub eriliste seto pannkookide valmistamise meistriklasse. Pannkooke küpsetatakse suures puuahjus. Talust saab tellida täieliku traditsioonilise õhtusöögi. Soovi korral võib külaskäigul kuulata kohaliku leelokoori kontseri.



NÄIDE

SETOMAAL ASUVAS TALURESTORANIS SETO RESTO SAAB maitsta kohalikest toodetest valmistatud seto roogi. Restoranis toidlustatakse mitmesuguseid rühmi (pulmakülalised, seminaridest osavõtjad, turistid), samuti korraldatakse rahvapäraste roogade valmistamise meistriklasse. Uuendusmeelses talus otsitakse pidevalt uusi viise, kuidas sobitada vanu retsepte tänapäeva maitsemeele järgi ja roogi kaunitult serveerida. Laua katmisel kasutatakse maitsekalt rahvapäraseid nõusid koos tänapäevastega.





NÄIDE

Juuni esimesel nädalavahetusel peetakse **KIHNU KODUKOHVIKUTE PÄEVI**. Siis võib saarel kohviku leida paljude talude õuelt, samuti teistest huvitavatest kohtadest. Nendel päevadel avatakse oma koduõuel või mujal ajutised, üks-kaks päeva tegutsevad kohvikud.

Eesmärk on pakkuda võimalust maitsta kohalikke roogi, saada suurepäraseid maitseelamusi, osta kohalikke tooteid ja nautida põnevat kultuuriprogrammi.



4.6. Alternatiivtalud

Praegusajal ei plaani maale elama asuvad inimesed sageli põllumajandusega tegeleda või traditsioonilist eluviisi viljeleda. Maaelu kasuks otsustatakse seetõttu, et inimestele meeldib kultuurilooline keskkond, loodus, värske õhk, maaelu romantika ja rahu. See on nüüdisaja inimese, sageli endise linlase arusaam kvaliteetsest elukeskkonnast. Ka maaturismi eelistavatel turistidel on samalaadsed soovid ja motivatsioon.

Nüüdsel ajal on maal kaunitult renoveeritud hooned, ent talupidamine kujutab endast hobi või elustiilil põhinevat ettevõtet. Ka see on osa etnoturismi pakkumisest, sest see kajastab inimese elustiili, kuid praeguste arusaamade järgi.



NÄIDE

Saaremaa seebitöökoda

GOODKAARMA valmistab naturaalsest toorainest seepe. Suvel on töökoja uksed lahti kõigile külalistele. Aiakohvikus pakutakse jooke ja suupisteid ning kingipoes on müügil palju huvitavaid suveniire, erilisi ehteid, ökoseepe, koorimisvahendeid ja muid tooteid. Populaarsed on nii täiskasvanutele kui ka lastele mõeldud õpitoad, kus valmistatakse seepi. Mõned õpitoad on mõeldud ka lastega peredele. Need sobivad ideaalselt 6–12 inimesest koosnevatele rühmadele. Vajalik on ettetellimine.



NÄIDE

Samalaadse talu võib leida ka Setomaalt: see on **VANA-JÜRI SEEBIKODA**, kus seepe valmistatakse käsitsi. Osades seepides kasutatakse Petseri kloostri pühitsetud vett. See muudab tooted veidi müstiliseks ning annab aimu rahva ja piirkonna ajaloost. Nõnda on tooted omal moel kordumatud – see on turunduse seisukohalt vajalik.



4.7. Avatud talud

Need on talud, mis avavad turistidele uksed ja korraldavad neile ekskursioone mööda oma majapidamist. Nii saavad turistid tutvuda kohaliku talupidamise ja toodanguga, vaadata või maitsta tooteid, samuti neid otse pererahva käest osta.

Tavaliselt on talud avatud varem registreeritud turismirühmadele, kuid on ka selliseid, kus võetakse vastu üksikturiste.

Rühmaekskursioonid talus annavad pererahvale võimaluse pakkuda kodust väljumata oma toodangut: tooteid maitsta anda ja neid müüa. Neile taludele, mis on hakanud tegutsema hiljuti või valmistavad uusi enneolematuid tooteid, on ekskursioonid suurepärase reklaam, mis võimaldab toodetest silmast silma rääkida ja küsimustele vastata. Turistid võivad olla ka suurepärase fookusrühm, proovimaks uusi tooteid.

Talus võib tegutseda väike talutoodete kauplus, kus müüakse nii oma talus kui ka ümbuskonnas valmistatud tooteid.



NÄIDE

Kolka **PÜPOLI KALATALU** tegevus-
alade hulka kuulub kaks suitsutusviisi:
kiire kuumsuitsutus, mis võtab aega
kaks-kolm tundi, ning külmsuitsutus,
mis kestab märksa kauem. Kala ostavad
peamiselt turistid. Külastajad saavad
näha, kuidas valmistatakse ette ja suit-
sutatakse lesta, vimba, latikat, ahvenat
ja teisi kalu, samuti saab neid osta ja
degusteerida. Koha peal saab keeta ka
kalasuppi.



NÄIDE



VÕROMAAL HAANJAS

asuv käsitöömüüginurk, kus müüakse
lähipiirkonnas valmistatud tooteid.

4.8.

Muuseumid ja kollektsioonid

Maal leidub sageli eramuuseume ja -kollektsioone, mis sisaldavad ajaloolisi artefakte ümb-
rusest. Mõnikord on tegu tõeliselt ainulaadsete ja väärtuslike asjadega.

Sellised muuseumid võivad aidata mõista kohalike elanike elu ajaloolises kontekstis. Siin-
kohal on väga oluline peremehe või -naise jutustus ekspositsiooni kohta. On soovitatav
demonstreerida mõne asja praktilist tarvitust ja lasta turistidel ka ise seda proovida.

**Vanu tööriistu ja tarbeesemeid rakendades on võimalik luua interaktiivseid ja turistide
paeluvaid programme. Just praktiline tegevus aitab mõista esemete otstarvet ja esiva-
nemate eluviisi.**

Mõnikord pakuvad muuseumid meelelahutust või tegevusi mõne teema kohta. Vanad
esemed aitavad anda ettekujutuse teatud ametist või toote tarvitusest.

NÄIDE

ALSUNGAS saavad tu-
ristid panna selga suitide
pruutkleidi, mille juurde
kuulub erilisel viisil pähe
pandav peakate, ning
isegi võtta osa tõelisest
suitide pulmast.



NÄIDE

OBINITSA SETO MUUSEUM tutvustab 19. sajandi lõpu seto naiste rikkalikku käsitööd ja setode eluolu. Muuseum korraldab mitmesuguseid teemaüritusi, tähistatakse rahvakalendri tähtpäevi. Muuseumis saab proovida rahvarõivaid.



NÄIDE

LIIVIMAAL VÕIB PITRAGSI KÜLAS KROGI talus näha puittarade kollektiooni. Olles uurinud kohalikku ajalugu, on peremees Andris valmistanud mitmesuguseid Liivimaa rannikule iseloomulike tarade fragmente. Alguses tegi ta seda pelgalt uudishimust, aga nüüd on tarad põnevad ja kõnekad ka turistidele, kes tulevad siia ööbima või kala maitsma ja ostma.



4.9.

Käsitööoskused

Kultuuripärandi turismis saab väga laialdaselt ära kasutada käsitööoskusi. Meisterlikud käsitöölised saavad omandatud käsitööoskusi tutvustada ja näidata turistidele töökodades, mis ühtaegu on kaasalöömise ja oskuste omandamise kohad. Olenevalt käsitöoliigist on võimalik planeerida eri pikikusega turismiprogramme.

Igal käsitööalal võib leida kitsa eriala pakumusi inimestele, kes lähevad teise riiki omandama mõnd erilist ja harva esinevat oskust, näiteks mismoodi ehitada traditsioonilisi puitmaju, teha pillirookatust või

omandada teise rahva kulinaarseid traditsioone. Mõnikord on käsitöö või oskuste omandamine omamoodi puhkus, näiteks keraamikat või ravimteedega seotud tarkusi õppides võib unustada igapäevaprobleemid ja stressi ning vaadata elu teise nurga alt.

Siia hulka kuuluvad ka kogukonnale tüüpilised oskused, näiteks kalapüük. On turiste, kes lähevad meelsasti koos kaluritega merele ja seejärel õpivad kala valmistamise viise (suutsutamist, kuivatamist jm).



NÄIDE

KIHNUS METSAMAA pärimustalus toimub igal aastal kolmepäevane kudumisfestival, kus õpetatakse Kihnu stiilis kudumist. Kootakse nii kindaid, sokke, mütse, kampsuneid kui ka muud. Festivali ajal saab saarel käia ekskursioonidel, õppida rahvapäraseid tantse ja võtta osa õhtusöögist koos laulmisega. Osalustasu on 150 eurot.



SETO ATELJEE-GALERII asub kohaliku kaupmehe majas, mis on ehitatud 1930. aastatel. Siin võib näha vana ja nüüdisaegse seto rahvakunsti väljapanekut. Iga päev valmistatakse siin seto mustritega tekstiili- ja puidutooteid. Galerii peremees on õppinud hõbesepi: tema käe all valmivad kõik setode uued hõbesõled. Huvilised saavad näha nii vanu, ammuste meistrite valmistatud sõlgi kui ka Evari loomingut. Umbes tunnise õpitoa jooksul esitleb hõbesepi ka erinevaid hõbedatöötlemise tehnikaid. Kõige erilisem seto naise ehe on suur sõlg. **Sõle valmistamisest on valminud 15-minutiline lühifilm**, mis aitab turistidele anda sõle loomise kohta visuaalselt infot ka siis, kui meister parasjagu koha peal ei tööta.

NÄIDE



4.10.

Rahvapärased üritused ja pühad

Kultuurifestivalid on viis, kuidas kogukond saab näidata kohalikku kultuuripärandit, luues ühtekuuluvustunnet ja identiteeti ning andes sellele erilise väärtuse. Ühtlasi on festival omamoodi reklaam.

Kohalikud pühad on kultuurituristidele kindlasti huvitavad, sest need annavad hea ülevaate kohalike inimeste traditsioonidest, omavahelistest suhetest ja peremudelitest.

Ent alati ei saa turistidele pakkuda osavõttu pühade tähistamisest, sest keelebarjäär takistab. Näiteks pööripäevarituaalidest on välismaalastel raske aru saada, kui ei ole vahendajat, kes tõlgib ja selgitab toimuvat.

On üritusi, mille siht on liita konkreetse etnilise rühma esindajaid ja tugevdada identiteeti. Need ei ole küll kõigile turistidele

mõeldud üritused, kuid võivad huvitada diasporaaturiste. Kaudselt võivad need üritused kaasa haarata ka parasjagu lähikonnas viibivaid turiste. Nagu iga suure ürituse korral, saavad sellest kasu kohalikud ettevõtjad, sest saabujatel on vaja süüa ja kuskil ööbida ning nad teevad sisseoste kohalikus kaupluses, käsitööliste ja kodutootjate juures.

Turiste paeluvad kohalikud turud, laadad ja muud üritused, kus saab nautida kultuuriõhkkonda, hoomata toimuvat, osta kohalikke delikatesse ja nautida roogi koos kohalikega, teades, et see kõik ei ole spetsiaalselt turistide jaoks „sisse pakitud“, vaid ehe ja päris.



NÄIDE

**TRADITSIOONILISED LIIV-
LASTE PÄEVAD MAZIRBES.**

5. augustil 1989 korraldas aasta varem taastatud liivlaste liit koostöös partneritega Liivi rahvamajas 50 aasta juubeli tähistamise. Nii sai alguse tava tähistada igal aastal augusti esimesel laupäeval liivlaste päevi, kuhu sõidavad mitmelt poolt kokku liivlased ja nende järeltulijad. Festival toob kohale riigiasutuste juhid, välisriikide saatkondade juhid ja töötajad ning hulganisti huvilisi. Festivalil kõlavad liivikeelsed laulud, peetakse kõnesid ja korraldatakse arutelusid, mida kuulavad osavõtjad ja külalised.



Igal aastal augusti lõpus peetakse

Setomaal **LÜÜBNITSA**

SIBULA- JA KALALAATA. Neid tooteid peavad Pihkva järve rannal elavad setod ja venelased enda piirkonnale tüüpilisteks. Laadal kaunistavad lette sibulavanikud ja kuivatatud kalad. Müüakse mitmesuguseid kaupu: köögivilju ja käsitööd; korraldatakse võistlusi ja mängitakse mängu. Niimoodi üht või teist toodet esile tõstes antakse selgelt märku, mis on sellele kogukonnale omane, samuti annab see laadale oma kordumatu teema.

NÄIDE



Mõnele teemale keskendunud kultuurfestival võib olla kohalike ainulaadsete traditsioonide ere kogum. See tekitab uhkust oma kultuuri üle ja suuremat huvi ühiskonnas.



NÄIDE

RAHVUSVAHELIST BURDOONIFESTIVALI peetakse kord nelja aasta

jooksul suitide piirkonnas. Festival on hea viis laiendada veel elavat, põlvest põlve edasi antud laulutraditsiooni maapiirkonna kultuurikeskkonnas ja tutvustada seda laiemale inimeste ringile nii Lätist kui ka välismaalt. Burdoon on üks vanimaid mitmehääle muusika vorme. Traditsiooniline mitmehääle laulmisviis on säilinud ka nt Setomaal, Gruusias, Albaanias, Kreekas jm. Nii meelitas festival kohale kollektiive neist riikidest, kus rahvapärased mitmehääle laulmise traditsioonid on veel alles, samuti sõidavad festivalile professionaalsed muusikud ja ka kultuurituristid. Festivali abil reklaamitakse suitide ainulaadset kultuuriruumi. Festival saab rahalist tuge mitmesugustest projektidest ja fondidest, sest kogukond ei suudaks seda oma raha eest korraldada. Üritus annab tööd kohalikele ettevõtjatele: majutuse pakujatele, toitlustajatele, giididele, suveniiride valmistajatele, transpordifirmadele jne. Festival on reklaam, mis meelitas potentsiaalseid turiste tulema ka muul ajal.





NÄIDE

SLĪTERE MATKA- SÕPRADE PÄEVADE

keskmes ei ole otseselt liivi kultuuripärand, kuid alati kuuluvad programmi ekskursioonid mööda vanu liivi külasid, kala ja kartuli-porgandipirukate degusteerimine ning palju muud, mis on omane kohalikule eluviisile. Mõni talu, nagu Branki-Stürši, kujundab oma õue mõne teema järgi, näiteks käterätikute ja silmapesukaussidega.



4.11.

Rahvapärased saunad ja rituaalid

Saunad on eripärased ja huvitavad kultuuriloolised objektid. Need on rahvalikud ehitised, mis on olme, ühiskonna koosseisu ja vaimse elu tunnustajad. Oma kujunemislugu on nii vanade roomlaste saunal kui ka Türgi ja Vene saunal. Ka lätlaste ja eestlaste saunal on oma, hoopis teistsugune lugu ning omalaadsed ehitustavad ja kujundusvõtted. Eestlastele ja lätlastele on saun pühamu, koht, kus elu traditsiooniliselt algab ja lõpeb.

Välismaalastele võivad tunduda huvitavad ja ainulaadsed just mitmesugused saunariituaalid ning eri taimede tähendus ja kasutusviisid. Lugu saunast on mõtterikas ning selle teadasaamiseks ei pea tingimata ise sauna vihtlema minema. Saun võib olla ka

huvitav vaatamisväärsus, mille juurde kuulub lugu.

Vihtlemine ise on üsna spetsiifiline toiming ega pruugi olla igale maaturistile meele järele. On kaks sihtrühma, keda see võib huvitada: need inimesed, kes on saunariituaalidega tuttavad ja kellele need meeldivad, ning need, kes on valmis proovima midagi uut ja tundmatut ning võtavad seda kui seiklust.

Setomaal ja Võrumaal on suitsusaun tähtis osa kogukonna igapäevaelust. Selle juurde kuuluvad rikkalikud traditsioonid, sealhulgas vihtlemine, ning mitmesugused oskused: saunaviha tegemine, sauna ehitamine ja parandamine, samuti liha suitsutamine saunas.



NÄIDE

MOOSKA talu pererahvas tutvustab oma suitsusaunasid. Kaks neist on mõeldud saunamõnude nautimiseks, kolmas aga liha suitsutamiseks. On koostatud ekskursiooniprogramm, mille käigus saavad turistid teada, kuidas on suitsusaun ehitatud, millega seda köetakse ning millised on saunariituaalid ja saunaga seotud peretraditsioonid. Ekskursiooni lõpus saab mekkida suitsutatud sealiha. On võimalik ka vihelda, kuid see on juba osa teisest pakumusest.

4.12.

Ekskursioonid ja teemaprogrammid

Teemaekskursioonid ja tegevusprogrammid on viis, kuidas kohalikku kultuuripärandit ligi-tõmbavalt ja sihipäraselt pakkuda. Tänapäeval koostatakse üha enam selliseid ekskursioone ja programme, mis võimaldavad turistidel kõigest osa võtta, muu hulgas kasutades meeli (lõhna- ja maitsemeel, kuulmine, kompimine).



Näiteks **KIHNUS** on võimalus minna koos kohalike kalameestega merele võrke panema ja järgmisel päeval need välja võtta. Merelkäik kestab umbes 1,5 tundi. Talvel saab saaniga mööda jääd sõita. Peale programmi pakutakse võimalust ööbida ja saunas käia ning kala suitsutada. Pakkumus on eelkõige mõeldud üksik-klientidele.

NÄIDE



NÄIDE

LIIVI RANNAL PAKUB ÜŠI TALU pere-
naine Kolka neeme tööstuspärandiga
seotud paikades teatrisugemetega
jalgsiretki, mis tutvustavad kalanduse
ajalugu alates 19. sajandi lõpust kuni
tänapäevani. Retke lõpus saab näha
1971. aastal valminud 15-minutilist
dokumentaalfilmi „Kolka neeme pere-
mees” ja maitsta Läti parimaid sprotte,
mida valmistatakse endiselt Kolkas.
Ekskursioon on mõeldud rühmadele.



Rahvuskultuur annab rikkalikult ainet, korraldamaks
mitmesuguseid harivaid laagreid nii lastele kui ka
täiskasvanutele.

NÄIDE

Iga-aastane liivi laste ja noorte **loome-
suvekool MIERLINKIZT MAZIRBES**.

Suvekool on koht, kus liivi lastele ja
noortele pakutakse võimalust õppida
tundma liivi kultuuri laulude, tantsude,
mängude, kultuuri ja ajaloo ning kuns-
tiloomme vahendusel. See on huvitav
diasporaaturistidele ehk neile, kellel
on liivi juured ja kes ei taha kaotada
oma kultuurilist kuuluvust.



4.13.

Traditsioonilised kultus- ja religioossed kohad

Ehitiste arhitektuur, interjäär ja kultuuriloolised paigad kui oma looga vaatamisväärsused kuuluvad üldpakkumuse hulka, kuid eraldi objektidena ei ole need eriti huvitavad, kui just ei ole tegu millegi täiesti ainulaadsega. Kirik võib olla osa kogukonna loost, see ei ole huvipakkuv mitte ainult arhitektuuri, vaid ka olulise rolli tõttu kogukonnas.



NÄIDE

ALSUNGA KIRIK on põnev oma looga, kuidas see on soodustanud kohalike traditsiooniliste oskuste ja kultuuri arengut kogukonnas. Turisti vaatevinklist on huvitav näha, kuidas rahvatraditsioonid ja kiriklikud rituaalid käivad käsikäes ega ole omavahel vastuolus. Turistil on põnev jälgida ristikäiku, millest võtavad osa suidid oma kirevates rõivastes.



Ka vanad kultuspaigad ja religioossete rituaalide kohad võivad olla huviväärsused, mille juurde käib lugu.

Kõigis selles bukletis mainitud kultuuripiirkondades käib ristiusk käsikäes vanade rituaalidega ning nende juurde kuuluvad side loodusega, pühapaigad ja traditsioonid. Paljudes kohtades maailmas ei ole see sugugi nii iseenesestmõistetav. Nii on ainuüksi see fakt ise huvitav.

Vanad pühapaigad võivad mõnikord pakkuda ka turistidele suurt huvi kui kogukonna vaimse elu tunnistajad või sakraalsed objektid.

NÄIDE

JUMALAMÄGI ON IIDNE SETODE

PÜHAPAIG. Pikka aega oli sellel mäel ainult kohalik tähtsus: paika teadsid ja seal käisid vaid üksikud inimesed. Tundus, et see on vajunud unustuse hõlma. Kuid 2007. aastal võttis külavanem koos elanikega mäe uuesti pühapaigana tarvitusele. Kohalik skulptor Renaldo Veeber on loonud seto viljakusjumala Peko kuju. Kohalikud inimesed käivad seal enne tähtsaid elusündmusi, et paluda edu, ning jätavad sinna ohvriande. Usutakse, et paigal on positiivne energia ja sinna võib minna väsinult energiat ammutama. Seda võimalust püüavad kasutada ka turistid.



Pärimuslood pühapaikadest ja -hoonetest võivad jutustada nii sellest, milleks neid on kasutatud, kui ka sellest, millised legendid ja jutud nendega kaasnevad, mis on juhtunud hilisematel aastatel ja nõukogude ajal ning mis toimub nüüd. Lugu aitavad ilmetada ja eri ajajärkudega seostada mitmesugused teatraliseeritud elemendid.

4.14.

Teemamarsruudid ja ühised
turismipakkumused

Läti maaturismi liit **LAUKU CEĻOTĀJS** pakub autoga reisijatele mitut kahe-kolmepäevast etnomarsruuti. Need hõlmavad Läti põnevaid regioone, sealhulgas suitide piirkonda ja Liivi randa.

Koostöös Slītere rahvusparkiga on nii üldiste kui ka erihuvidega turistidele, näiteks linnuvaatlejatele, loodud mitu teemakohast veebilehte.

- Ringreis oma käel Liivi rannas:
www.celotajs.lv/en/e/libiesu_krasts
- Ringreis omal käel Suidi piirkonnas:
www.celotajs.lv/en/e/suiti
- Jalgrattamarsruut „Mööda liivi külasid“:
www.visit.dundaga.lv/userfiles/files/138/Velo_libiesuciemi_EN.pdf

Marsruudilehed on Lauku Ceļotājsi ja kohalike turismiinfokeskuste veebisaitidel. Neid on lihtne alla laadida ja printida. Seda võivad teha nii turistid ise kui ka kohalikud turismiettevõtjad, et tagada oma klientidele vajalik teave.



SETOMAA territooriumi on turistidel selle suuruse tõttu raskem hoomata. Selleks, et turist saaks hõlpsamalt ettekujutuse seto kultuuriruumist, on välja töötatud Seto Külävüü turismimarsruut, mis ühendab ja tutvustab Setomaa olulisemaid kultuuriobjekte, vaatamisväärsusi ja asutusi.

<https://www.visitsetomaa.ee/et/kylavyy>



Samalaadne turismimarsruut - Kihnu Reesuratas (Reisuratas) - on olemas ka Kihnu saarel. Ringi- ehk rattakujuline Reesuratas läbib neli Kihnu saare küla ning selle pikkus on 23 kilomeetrit. Marsruut on suuremas osas märgistatud ning sellele on märgitud 31 objekti, nende seas muidugi muuseum, kirik ja tuletorn, aga ka erinevad käsitööpoed ja huvitavad vanad hooned ning mitmed loodusobjektid.

<https://visitkihnu.ee/et/reesuratas>



4.15. Suveniirid

Autentseid suveniire iseloomustavad head käsitööoskused, meisterlikkus, esteetilised ja praktilised aspektid, kultuurilooline kontekst ja ainulaadsus.

Kihnus ja Setomaal ning suidi ja liivi kogukondades pakutavad suveniirid on enamasti kohalike käsitööliste valmistatud ja põhinevad traditsioonidel. Käsitöö väärtust oskavad palju rohkem hinnata välituristid neist riikidest, kus käsitöö ja naturaalne materjal on luksuskaup. See annab sissetulekut paljudele kohalikele elanikele.

Kuigi ka autentsete väärtuste järele on endiselt nõudlus, tasub mõelda suveniiride kohandamisele või mitmekesisistamisele nü-

disturu nõudluse põhjal, sest sugugi mitte kõik traditsiooniline ei ole tänapäeval praktiline ega turismi seisukohast rakendatav. Ei tasu karta selliste toodete loomist, milles on küll tunda viidet kultuuripärandile, kuid mis ei kujuta endast rahvapärase eseme koopiat. Ka traditsioonid võivad areneda.

Kogukonna identiteedi sümbolina võib kasutada rahvarõivaste värve.

Suveniir on mõneti ka reklaam. Seetõttu tasub mõelda maitsekatele, soodsatele ja ajakohastele toodetele, et pakkuda midagi eri sihtrühmadele ja eri võimalustega inimestele.



NÄIDE



Turistid ostavad meelsasti praktilisi asju, et neid ise kasutada ja turismiriiki meenutada ja põnevaid kingitusi teha. Neid inimesi huvitavad sellised esemed nagu põlled, pajakindad, laudlinad, rätikud, küünlahoidjad, kotid jmt.

NÄIDE

Alsunga kohalike toodete kaupluses RIJA on saadaval väga lai valik tooteid. Müügil on eri tooni ja mustritega randmesoojendajad. Randmesoojendajad on viimastel aastatel muutunud meenukaks kui ihaldatud moeaksessuaar. Neid kantakse koos igapäevarõivaste ja isegi õhtukleitidega. Kõige sagedamini kantakse neid ainult stiili ja ilu tõttu. Inimesed ei mõtle seejuures identiteedile, traditsioonidele või otstarbele, vaid neile on alati meeldinud end ehtida.



NÄIDE

Liivi lipu ja tekstiga

„LIVÖ REPUBLIK” kruus ei ole traditsiooniline liivi toode, kuid sellel on erisäin. See kruus on suurepärane reklaam ning sümboliseerib peamist mõtet, et liivlased on eripärased, neil on oma lipp ja oma kultuuriruum. Just seetõttu ongi kõnealune suveniirisari loodud. See näitab, et liivlased mitte üksnes ei kopeeri ajaloolisi rahvalikke esemeid, vaid loovad nüüdismetoditega ka uusi, kasutades seejuures siiski tuntud sümboleid.



NÄIDE

KIHNU suveniiride hulgast võib leida kohalike kunstnike maalitud kruuse. Inimesed lähtuvad tänapäeva elu ja turu nõudmistest.



4.16.

Piirkondliku keele tarvitus

Hääbuma hakanud piirkondlikku keelt võib kasutada menüüs olevate roogade nimetustes, külalismaja tubade nimedes, märkidel, pühade nimetustes jm. Iga selline põgus keeletarvitus aitab keelt elus hoida.

Kohalikule turistile mõeldes tasub ekskursioonidel ja teemaüritustel pruukida piirkondlikku keelt võimalikult vähe, kuid piirkondlikus murdekeeles võib end siiski väljendada, sest see on enamasti arusaadav, kõlab huvitavalt ja ehedalt ning ilmestab kõige otsesemalt paikkondlikke erinevusi.

Kohalikke üritusi reklaamides tuleb tähelepanu pöörata ka piirkondlikule keelele. See võib kajastuda ürituse nimetuses või ühes väljendis, näiteks „Tere tulemast!”, põhiline teave ja kirjeldus peab aga olema esitatud turistile hästi tuttavas keeles. Inimesed lä-

hevad harva üritustele, mille kohta neile ei ole õieti selge, millega on tegu ja mida sealt oodata võib.

Välisturistide korral ei ole kohaliku keele või dialekti tarvitus oluline, sest igal juhul on tegu võõra keelega, millest nad aru ei saa. Ainus, mida võib sihipäraselt kasutada, on üksikud hästi kõlavad ja meelde jäävad sõnad, mis tähistavad üht või teist asja ning mida saab jutustades või vesteldes kasutada. Samuti võib välja uurida turistide rahvuse ja selgitada, kas leidub selliseid sõnu, mis kõlavad nende keeles samamoodi, aga on hoopis teise tähendusega. Ka see muudab jutu huvitavamaks ja aitab sõnu meelde jätta.

Liivi rannas KOLKAS on objektide viidad läti, liivi ja inglise keeles.

NÄIDE

Lauku Ceļotājs on omal ajal välja töötanud INGLISE-LÄTI-LIIVI SÕNARAAMATU. Sealt võib leida ka turismivaldkonnas kasulikke sõnu, mis aitavad rõhutada liivi identiteeti.
https://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/libiesu_vardnica_LV.pdf



4.17.

Kuidas tõlgendada etnokultuuripakkumist?

Tähtis on osata ühendada nüüdisaegset ja mineviku kultuuri tänapäeval kohasel viisil. Sugugi alati ei tasu ajaloolisi traditsioone masinlikult jäljendada: see ei ole ei põnev ega veenev. Samamoodi ei kõneta kuivad faktid ja numbrid kedagi ja mõjuvad igavalt. Turiste rõõmustab ehe kultuur, millest nad võivad ise osa saada, ja olud, kus vanu traditsioone on tõlgendatud ajakohaselt.

Tõlgendus on iga turismiobjekti loo alus. Ka etnograafilise kultuuripärandi tõlgendamine on osa turismipakkumusest. Lugu võib olla inimese jutustatud või kätkevad teabe- ja tutvustusmaterjalidesse.

Tõlgendamislugu on tihedalt seotud jutustaja isiksuse, väärtussüsteemi ja teadmistega teema kohta.

Kultuuripärandi ja kogukonna loo korral on kõige parem leida tõlgendaja väljastpoolt. Kõigil on oma kodukoha ja südame lähedase asja kohta väga palju rääkida, kuid mitte alati ei tunne turistid huvi selle vastu, mida me ise soovime jutustada. Seetõttu tuleb appi kutsuda professionaalid, kes aitavad toote välja töötada ja jutustada paeluvat lugu mitmel moel.

Kogukondliku turismi korral võib see olla giid, kes koostab ühtse programmi ja viib selle turistide jaoks ellu. Ent ärilist turismi-

toodet luues tuleb alati olla ettevaatlik, sest tuleb hoiduda rikkumast toote autentsust ja väärtust ning vältida lihtsustatud ja banaalset meelelahutust.

Kuulus tõlgendaja Freeman Tilden on öelnud, et tõlgendamine ei ole kliendi teavitamine faktidest või tema instrueerimine, vaid provotseerimine. See on meetod, mis ergutab kliendi kujutlusvõimet ja äratav emotsioone. See annab kliendile teadmisi, aitab tal kultuuriloolist objekti mõista ja tekitab temas selle vastu huvi, samuti ajendab hindama autentsust.

Eriti välisturistidele mõeldes tuleb pidada silmas, et meile hästi tuntud ja iseenesest mõistetavad asjad võivad neile olla täiesti võõrad ja tundmatud. Mõnikord on kogukonnas töötav giid samuti omamoodi tõlgendaja, kellel on teadmised ja oskused tutvustada piirkondlikku kultuuriruumi eripära teistele arusaadaval viisil.

NÄIDE

Ainuüksi selle põhjal, mis **KIHNU MARE** on oma veebisaidil

www.kihnumare.ee enda kohta kirja pannud, saab üsna palju teada kohalike inimeste eluviisi, -filosoofia ja traditsioonide kohta. Mare on loonud saarel oma koostööpartnerite võrgustiku ja korraldab ka ise ekskursioone, lähtudes klientide huvidest.



Selleks et turistile arusaadaval viisil vahendada piirkondlikku kultuurilugu, võib võtta appi mitmesugused tänapäevased tehnoloogivõtted, koostada videomaterjale ja näidata neid ekskursiooni ajal, kasutada mobiilidele ja tahvelarvutitele mõeldud rakendusi ning muuseumides interaktiivseid stende. On selge, et siinses bukletis käsitletud piirkondades on inimesed käinud ajaga kaasas ja rakendavad moodsat tehnoloogiat, mitte ei ela ajakapslis, seetõttu ei tasu turismis karta rakendada tehnoloogiat, sest ka see iseloomustab nüüdse aja kultuurikeskkonda. Muidugi on kõige vahetum ja meeldejäävam inimese jutustus, kuid mitte alati ei ole seda võimalik tagada, eriti üksikreisijatele.





Ehedast kultuurist rääkides on oluline mõista selle edasiandmist ühelt põlvkonnalt teisele ning seda, et oskused ja traditsioonid elavad edasi kohalikes noortes ja lastes. Kui turistid näevad, et ka noorem põlvkond kannab meelsasti rahvarõivaid või kasutab nende elemente (näiteks rahvapäraste mustritega mobiiliümbris), võtab osa igapäevatööst ja traditsioonilistest üritustest, sisendab see veenvalt, et nähtu ei ole pelgalt turistidele mõeldud söu.

05.

TARISTU

5.1.

Külastuste vastuvõtt

Kui võõrustate turiste, tuleb tagada, et neil oleks reisil mugav viibida ja tegutseda: eri rajatised peaksid paiknema otstarbekalt; suunaviidad aitavad leida parkla, sissepääsu, WC, pererahva jm.

Tuleb hinnata ruumi, kus turistide vastu võetakse: kui palju inimesi sinna mahub, nii et oleks mugav ja saaks nähtust ülevaate ning jagu õhku? Kas on võimalik võtta vastu suurt turismibussi? Üks moodus on jagada rühm kaheks: kuni ühed vaatavad toas esitlust, tegelevad teised millegi muuga, näiteks jalutavad mööda territooriumi või tutvuvad mõne teise ruumiga. Seejärel tehakse vahetus. Ent tuleb meeles pidada, et sel juhul kulub kaks korda rohkem aega.

Kui talus on loomi, siis tuleb veenduda, et nad ei ole ohtlikud või on eraldatud.

Turism mõjutab taristut ja teenuseid, millest mõnikord võib jääda vajaka. Siis tuleb hinnata, kui suure hulga turiste võib vastu võtta, et kultuuripärand ei satuks ohtu ja säiliks oluliselt muutumata kujul. Milline on see piir, kus edenev turismi hakkab hävitama seda, mille poolest paik on seni olnud ligitõmbav?

Turistide vastuvõtmise kohas võiks esitleda piirkonnale iseloomulikke mööblit, värve, mustreid, tekstiile, kunstiteoseid ja käsitöösemeid. Interjöör on osa loost. Turistide võõrustamise ruum võib ajendada tegema edukat koostööd teiste kogukonna ettevõtjate, käsitöölaliste ja disaineritega. Interjööril on atmosfääri loomisel oluline roll.

5.2.

Liikumine kogukonna
territooriumil

Kui kogukond on suur, kerkib päevakorrale küsimus, kuidas pääseb turist ühe objekti juur-
rest teise juurde. Kas vahemaa saab läbida jalgsi või peab turist sõitma oma autoga? Igal
juhul peavad olema paigaldatud viidad objektide kohta. Eriti olulised on avalike WC-de ja
turismiinfopunktide teeviidad. Peale turismiobjektide suunaviitade tasub paigaldada teed
näitavad tähised paikadesse, kus müüakse kohalikke suveniire. Kui selliseid kohti on palju ja
need hakkavad selgelt silma, siis ei ole eraldi viitasid muidugi vaja.

NÄIDE

Väikesel **KIHNU SAAREL** on mugav liikuda jalgrattaga. See
kajastub ka turismipakkumistes. Saarel on mitu kohta, kus saab
üürida jalgrattaid, seda teenust pakub ka enamik öömaju. On
olemas nii täiskasvanute kui ka laste jalgrattad, istmed, kotid ja
kiivrid.

Kihnlased on leidnud endale iseloomuliku ja turistidele põneva
viisi huvireisijaid transportida: punase kastiga nõukogudeaegse
veoauto.





TURUNDUS

Mõndagi saab väikeettevõtja teha oma jõududega, kuid selleks et jõuda laiema klientuurini, tuleb võtta osa mitmesugustest koostööprojektidest.

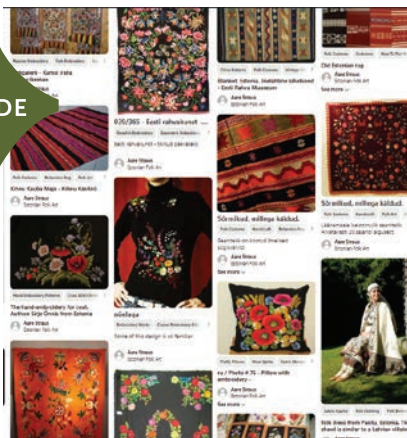
6.1.

Kommunikatsioon

Kommunikatsioon peab põhiliselt kätkema järgmist: **korralikud fotod, lugu ja aktiivne kohalolek sotsiaalmeedias (Facebook, Instagram, Pinterest jt).**

Näiteks **PINTEREST** on veebisait, kust inimesed otsivad inspiratsiooni ja praktilisi nõuandeid, kuidas midagi valmistada, teha või kujundada. Võtmesõnade „Kihnu crafts“ (Kihnu käsitöö) alt võib leida rohkesti näidiseid eesti rahvakunsti kohta www.pinterest.com/aarestras/estonian-folk-art/?lp=true
Oma teadmisi jagades tekitate huvi ka oma pakkumuse ja tegevuse vastu.

NÄIDE



Reklaami seisukohalt on väga oluline visuaalne materjal. Ilma kvaliteetsete, väljendusrikaste ja huvitavate fotodeta ei ole nüüdisajal mõeldav toodet müüa. Fotod on hädavajalikud ning nende pealt ei tasu säästa.

Etnoturismi pakkumust müües tuleb rõhutada autentsust, ehedust ja ainulaadsust, mis on tootele tunnuslik. Need on põhiasjad, mis pälvivad kliendi tähelepanu. See ei ole raske, sest teie unikaalsus väljendubki teie olemuses ja elulaadis (teadmised, oskused, keskkond, rõivastus jms).

Praegu on väga populaarsed **videod**, isegi väga amatöörlikud, mis on võetud üles mobiiliga ja avaldatud otse sotsiaalmeedias (näiteks Facebook Live'is). Professionaalne video toimib publikule endiselt väga hästi, kuid see on kallis. YouTube'is on äärmiselt

menukad mitmesugused oskusi edasi andvad videod, kus huvitaval ja arusaadaval viisil õpetatakse tegema mingit tööd. See on hea viis populariseerida oma kogukonna oskusi. Kui on seatud siht suurendada video vaatamiste arvu, tuleb olulise asjaoluna pida silmas keele osakaalu: toimingut ärgu kommenteeritagu üldse või siis tuleks seda teha inglise keeles.

Kui kogukond oskab tänu koostööle oma kultuuripärandit edukalt rakendada, tõstes esile ja arendades edasi oma ainulaadsust ning tõmmates mitte ainult kohalike, vaid ka rahvusvaheliste asjatundjate, turistide ja ka meedia tähelepanu, siis aitab see saavutada suuremat tuntust kodumaal ja ühtlasi äratada riigi tähelepanule, et saada raha pärandi hoiuks ja arendamiseks.

NÄIDE

Väga hea näide turunduse kohta on **SUIDI NAISED**, keda oma ainulaadse laulmisviisi, värvikate rõivaste ja silmatorkavuse tõttu kutsutakse kultuuriüritustele üle kogu Läti, samuti esindavad nad Lätit riiklikel üritustel välismaal. Nad on nagu oma piirkonna saadikud, kes annavad väga hea ettekujutuse kohaliku kogukonna rikkalikust ja põnevast kultuuripärandist, tekitades nõnda huvi ka

kogukonna turismipakkumiste vastu.

– Kohalike turistide turul toimib hästi selline iga-aastane tuntust suurendav üritus nagu Riias Kalnciemsi kvartalis petav suitide ööturg. Programmis on nii traditsiooniline kui ka tänapäevane suitide muusika, samuti müüakse suitide tooteid.

– Ettevõtte SIA Suitu Maize on huvitat selle poolest, et see alustas oma tegevust Alsungas ning küpsetas suitidele iseloomulikke magushaput leiba ja kartuli-porgandipirukaid. Firma pakkus turistidele nii degusteerimist kui ka võimalust osaleda küpsetamises. Ema alustatud traditsiooni jätkab poeg, kes on avanud Riias pagaritöökoja Suitu Maize, mille äri läheb ülesmäge. Selle nimi on reklaam nii leivale, suitide traditsioonidele, piirkonnale kui ka pere turismipakkumusele Alsungas kohapeal.



NÄIDE

Väga köitev ja praktiline viis turustada Kihnu saare kogukonna teenuseid: **KIHNU MARE** ehk Kihnu reisijuht www.kihnumare.ee

Veebilehel on esitatud haarav lugu elust saarel ja inimestest, kes on turismiga seotud. On tunda sihipärast tööd selle nimel, et hoida autentsust. See ongi saare peamine eripära, mis turistide paelub. Just selline arusaam võimaldab areneda väikeettevõtlusel ning anda edasi rahvapäraseid oskusi ja ameteid, tagades sissetuleku nende oskajatele. Seda laadi sissetulek on suures osas pärit saarel käivatelt turistidelt.





Ent kui kogukond ei ela saarel, puuduvad sellel tavaliselt füüsilised piirid, seetõttu on oluline, et turist saaks aru, kuhu ta on tulnud.



NÄIDE

ALSUNGAS on paigaldatud suur ja väljendusrikas piiritähis, mis annab teada, et reisija on sisenenud suitide kultuuriruumi. Tähis on kolmes keeles. See piirimärk on omamoodi turustus, sest mitte kõik siit paigast läbisõitjad ei otsi teadlikult suitide pärandit, kuid tähis juhib tähelepanu sellele, et paik on millegi poolest eriline: sellega tasub lähemalt tutvuda – kui mitte praegu, siis vähemalt järgmisel korral.



6.2.

Ajakirjanikud ja blogijad

Üleriigilises meedias ja veelgi enam välismeedias on kulukas ennast nähtavaks teha, sageli on see lausa kättesaamatu. Kuid põneva loo, mõne erilise teadmise või sisult erilaadsete ürituste kaudu on suur tõenäosus saada tasuta reklaami nii trükimeedias, televisioonis kui ka raadios. Selle saavutamiseks ei tohi karta võtta ühendust ajakirjanike ning saadete ja väljaannete toimetustega: tuleb ise rääkida oma pakkumusest ja oskustest ning kutsuda neid külla.

Soovitav on teavitada ka kohalikku turismiinfokeskust, et võtate meelega vastu ajakirjanikke, sest need keskused saavad kõige sagedamini teada ajakirjanike külaskäigust, samuti võib infokeskustele esitada mitmesuguseid küsimusi.

Juba hulk aastaid on reisijate seisukohti tugevalt mõjutanud blogijad. Nad ei ole professionaalsed ajakirjanikud ning kirjutamine on neile enamasti kõrvaltegevus ja sellel pole alati ärilist eesmärki. Blogijad tavaliselt ei taasvalda teavet, vaid kirjeldavad oma isiklikku kogemust, millega nad võidavad lugejate usalduse.

Selle valdkonna esindajatega tasub suhelda ja neid külla kutsuda. Mõnikord võivad blogijad teiega ise ühendust võtta. Ent tasub kontrollida, kellega on tegu, kui häid blogisissekandeid nad on teinud ja kui palju on neil jälgijaid. Selles valdkonnas tuleb aeg-ajalt ette inimesi, kes esitlevad end mõjukate arvamusiidritena, kuid tegelikult soovivad üksnes mingeid teenuseid tasuta saada.

6.3.

Kvaliteedimärgis EHE (Ehtne ja huvitav Eesti)

Mis tahes tunnustus, tiitel või kvaliteedisertifikaat, näiteks UNESCO tunnustus, kulinaarse pärandi või riikliku kultuurimälestise tiitel vms, tekitab omal moel usaldusväärsust ja toimib sageli reklaamina.

Eesti Ökoturismi Ühendus käivitas 2001. aastal turismitoodete ökomärgistamise süsteemi EHE (Ehtne ja huvitav Eesti). EHE märgis on kõrge keskkonnateadlikkusega ja pärandkultuuri väärtustavate turismiettevõtete teenuste tunnustamiseks, esile tõstmiseks ja turundamiseks mõeldud kvaliteedimärgis. Märgis antakse ettevõtetele, kelle tegevus ja osutatavad teenused lähtuvad ökoturismi põhimõtetest ning aitavad tutvustada Eesti rikkalikku pärandkultuuri.

Kultuuripärand säilib tänu kohalikele elanikele ja kogukondadele ning EHE märgis võimaldab ära tunda neid Eesti turismiettevõtjaid, kes hoiavad ja edendavad eesti kultuuripärandit, tutvustades seda turistidele. Nõnda pärand ei hääbu ja kuulub igapäevaelu.

Et sellest märgisest oleks kasu, peavad selle omanikud ka ise seda populariseerima, pannes selle välja nähtavasse kohta ning mainides seda oma reklaamimaterjalides ja veebilehel.



6.4.

Piirkondlik koostöö

Üks mooduseid, kuidas turistid enda juurde tuua, on koostada ühiseid piirkondlikke marsruute. Potentsiaalsel turistil või reisikorraldajal, eriti välismaalasel, kes seda riiki ei tunne, on raske leida ja koostada piisavalt huvitavaid marsruute, mis hõlmavad ka põhimaanteedest kaugemale jäävaid objekte. Turule tuleb tulla oma valmis pakkumusega.

Liikumisteele peab jääma vähemalt mõni tuntud turismiobjekt, mis äratav põhitähelepanu, ning sellele tuleb lisada vähem tuntud ja vähem menukaid objekte.

Selliseid marsruute võib koostada reisikorraldajatele rühmadele, kuid need võivad olla mõeldud ka autoga sõitvale üksikliendile. Kui taristu ja kaugused võimaldavad, võib üksiti kavandada jalgratta- ja jalgsimatku.

Kultuuripärandireisid võivad olla mitmekesised ning hõlmata ajaloolisi kohti, tuntud käsitööpiirkondi, kulinaaria poolest tuntud paiku või rahvatraditsioone ja kohalikku eluviisi tutvustavaid paikkondi, ent need võivad olla ka keskendunud mõnele valdkonnale,

näiteks kulinaarsele pärandile või rahvapärastele keraamikale.

Väikeettevõtjal või üksikisikust teenusepakujal ei ole tavaliselt turustuse jaoks piisavalt raha ja sageli napib teadmisi. Seetõttu on väga tähtis piirkondlik koostöö turismivaldkonna ettevõtjate ja institutsioonide vahel. Mitme ettevõtja koostöös suudetakse paremini turustada, sest igaüks annab oma panuse ühise pakkumuse tutvustamise nimel.

Selleks et luua menukas turismitoode ja tagada selle turustus, on oluline koostöö era- ja avaliku sektori ning ka eri riiklike tasandite vahel, samuti ettevõtjate ja kohaliku kogukonna vahel. Üks inimene pole lahinguväljal sõdur ning üks eraldi esitatud turismipakkumus ei ole elujõuline toode. Turistid sõidavad sinna, kus huvitavaid objekte leidub hulganisti ja pakutakse erinevaid teenuseid (toitlustamine, majutus, bensiinijaam jmt).

Näiteks on koostatud **edukas marsruut „VIDZEME MAANTEE PEATUSED”**, mis ühendab Ape, Alūksne, Rauna ja Smiltene piirkonna. Retke raames korraldatakse mitmesuguseid turundusüritusi: antakse välja turismimaterjale, korraldatud on kampaania „Sõida läbi Vidzeme peatused”, partnerid osalevad turismimesseidel ühise boksiga, loodud on Facebooki-profiil.

NÄIDE





UNESCO STAATUS KOGUKON- NA IGAPÄE- VAELUS JA ARENGUS

Kogukonnale iseloomulikke kultuuritraditsioone, mida on põlvest põlve edasi antud, hinnatakse ja tõstetakse tihti peale rahvusvaheliselt esile mitmesuguste sertifikaatide või staatuste abil, mis annavad kinnituse traditsiooni erilise kohta. Üks selline näide on UNESCO (ühinenud rahvaste hariduse, teaduse ja kultuuri organisatsioon), kus koostatakse väärtuste nimekirju sihiga tõsta esile ainelist ja vaimset kultuuripärandit. Nii motiveeritakse riike ühiselt tegelema nende kohtade ja traditsioonide säilitamisega.

UNESCO staatus võib olla tuntuse märk ja seda võib läbimõeldult kasutada ka turunduses turismi arendamiseks. Turist, kes otsib kultuuriväärtust ja ehtsust, eelistab UNESCO

staatusega traditsioone ja sihtkohti. Kultuuriturism toetub pärandile: traditsioonidele ja kogukondadele, kes neid päevast päeva alal hoiavad. Rahvusvaheline tunnustus aitab neid traditsioone ja kogukondi omakorda väärtustada ning laialdasemalt maailmas tutvustada.

Siiski ei mõjuta turismi areng ja külalastajate hulga suurenemine kohalike inimeste elukvaliteeti alati positiivselt ja võib muutuda ka häirivaks: kõik kogukonnaliikmed ei soovi olla „vaatamisväärsused“ ning kõik ei ole alati valmis lahkelt ja avalalt võõrastega suhtlema. On väga tähtis, et soovi UNESCO staatuse saamiseks esitab kogukond ise, see on kogukonnaga läbi räägitud ja see on saanud nende toetuse. Isegi kui kõik ei ole sellega seotud, saavad kõik vähemalt aru UNESCO staatuse tähendusest ja selle võimalikust mõjust igapäevaelule, milleks võib olla ka turismi kasv.

Kui õnnestub saada UNESCO staatus, võib see muutuda lisaväärtuseks turunduses, kuid ideed püüda UNESCO tunnustuse poole peab toetama kogukonna soov säilitada traditsioone nende ainulaadsuse ja tähtsuse tõttu, mitte äriideede arendamise eesmärgil. Sellepärast on **UNESCO logo kasutamine rangelt reguleeritud** organisatsiooni eri programmide materjalides ning selle kasutamine toodete kujundamisel pole peaaegu ühelgi juhul lubatud. Vaimse kultuuripärandi „omandiõigust“ või kuuluvust on raske kindlaks määrata, see on kogukonna kollektiivne tava, mida mõjutavad erinevad eetilised kaalutlused, sellepärast ei tohi UNESCO logo kasutada vaimse kultuuripärandiga seotud kommertstoodete visuaalses kujunduses. See ei välista võimalust kasutada eri teabematerjalides, sealhulgas turunduses, kirjalikku viidet sellele, et toode kuulub mõne UNESCO staatuse saanud traditsiooni või kultuuriruumi juurde.

UNESCO staatuse ja viidete kasutamise teabematerjalides ning toodete kujunduses saab konsulteerida UNESCO Eesti rahvusliku komisjoniga:

www.unesco.ee

7.1.

UNESCOst

Uudishimulikud inimesed on aastasadu teinud avastusretki maailma, et tutvuda teiste rahvaste ja kultuuride, teadmiste ja oskustega. 17. ja 18. sajandil nimetati reisi, mille siht oli Euroopa metropolid ja mille võtsid ette ühiskonna haritud kihti kuuluvad mehed, suureks Euroopa-reisiks (ingl the Grand Tour). Praegusaja kultuuriturism ei ole enam aristokraatlik traditsioon, vaid igaühele kättesaadav võimalus.

Aastasadade eest tähendas Euroopa-reis teatud kaanonit, mis hõlmas käiku Belgia, Prantsusmaa, Itaalia ja Saksamaa suurematesse kultuuri-, haridus- ja teaduskeskustesse, siis tänapäeval võib omamoodi kultuurireiside teejuhiks olla UNESCO (ühinenud rahvaste hariduse, teaduse ja kultuuri organisatsiooni) loodud pärandväärtuste nimekirjad. UNESCO koostab selliseid nimekirju nii aineliste pärandväärtuste (mälestusmärkide, arhitektuuriansamblite, loodusparkide ja kaitsealade, kultuurmaastike) kui ka traditsioonide kohta, mida ei saa katsuda, kuid mis ilmnevad põlvest põlve edasi antud teadmiste ja oskustena.

Üks UNESCO väärrikamaid nimekirju on koostatud sel eesmärgil, et tõsta esile mitteineline kultuuripärandi väärtusi. Mitteineline kultuuripärandi all mõistame suulist pärandit, keelt ja murdeid, tavasid ja rituaale, samuti mitmesuguseid käsitööoskusi ja kultuuriruumi.

Kultuuriruumid on erilised paigad, kus põlvest põlve edasi antavad traditsioonid on kätkevad keskkonnas, kust need traditsioonid pärinevad. Lätis ja Eestis on mitu kultuuriruumi, mida UNESCO on esile toonud, andes neile rahvusvahelise tunnustuse.

Olgu see siis Alsunga kandis suidi naiste suure armastusega küpsetatud kartuli-porgandipirukad, hetk, mil me imetlusega jälgime uhkeid liivi mehi kandmas päevasaaki tuultele tahutud Liivi rannale, setode mitme-häälest laulust kostev austus ja elutarkus või inspiratsioon, mida me saame Kihnul valmistatud elurõõmsatest käsitööesemetest – kõik need kogemused on ajas ja ruumis koondunud traditsioonide väljendus, mida võime kogeda luksusliku turismitootena, mis aitab meil reisida mõttekalt: saada juurde tarkust, oskusi ja inspiratsiooni.

UNESCO mitteineline kultuuripärandi nimekirjad:

 <https://ich.unesco.org/en/lists>

UNESCO maailmapärandi (ainelise pärandi) nimestik:

 [https://whc.unesco.org/en/list/\[U2\]](https://whc.unesco.org/en/list/[U2])



Saagu UNESCO väärtused Lätis ja Eestis inspiratsiooniallikaks teie suurel kultuuri- ja õppereisil!





PROJEKTI KIRJELDUS JA TURUNDUSMATERJALID

See käsiraamat on koostatud Euroopa Regionaalarengu Fondi toetatud Eesti ja Läti projekti „Väikeste etniliste kultuuriruumide areng ja populariseerimine kui turismisihtkoht „UNESCO-turism”“ käigus.

Suitide piirkond ja Liivi rand Lätis ning Setomaa ja Kihnu saar Eestis kujutavad endast ainulaadseid ehedaid kultuure, kus kohalike elu on endiselt traditsioonidest läbi põimitud. Setomaa, Kihnu ja suitide kultuuripärand on kantud UNESCO suulise ja vaimse pärandi maailmanimekirja, Liivi rand on praegu kantud riiklikku mitteainelise kultuuripärandi nimekirja ja see esitatakse UNESCO nimekirja kandmiseks.

Projekti eesmärk on töötada välja turismipakkumus, mis kõigis piirkondades toetaks koostööle kohaliku kultuuripärandi kandjate ja kohalike turismiettevõtjate vahel, kelle teenuste kaudu laienevad traditsioonilised väärtused avalikku ruumi ja muutuvad kõigile kättesaadavaks.

Rahvapärased road, kaunid rõivamustrid, vanad laulud, pühadetavad ja teised väärtused muudetakse turistidele arusaadavaks ja ligitõmbavaks, võimaldades neist osa saada ja kogeda vana aja hõngu tänapäeval: saada teada legende, mõista laule, tutvuda lähemalt käsitöö ja selle tegemise traditsioonidega.

PROJEKTI RAAMES VÄLJA TÖÖTATUD TURUNDUSMATERJALID:

- ◆ Turistidele mõeldud brošüür ja kaart „Mööda suitide maad”;
- ◆ Turismikaart „Liivi rand kutsub”;
- ◆ Suitide stiiliraamat;
- ◆ Liivi ranna stiiliraamat;
- ◆ Kihnu saare stiiliraamat;
- ◆ Suitide piirkonna reisijuht;
- ◆ Liivi ranna reisijuht;
- ◆ Setomaa reisijuht;
- ◆ Kihnu saare reisijuht;
- ◆ Ühine rahvarõivaraamat;
- ◆ Ühine rahvakalendri tähtpäevade raamat;
- ◆ Ühine etnokultuuride (Kihnu, Setomaa, liivlaste ja suitide) kalender;
- ◆ Ühine brošüür suitide, liivlaste, Setomaa ja Kihnu kultuuriruumi kohta.

KASUTATUD TEABEALLIKAD:

Liivlaste mitteineline kultuuripärandi viieaastane säilitamisplaan:

 <https://www.celotajs.lv/lv/news/item/view/802>

Kultuuripärandi tarvituse kohta käivate arusaamade muutumine:

 https://culturelablv.files.wordpress.com/2017/08/anda_lake_pdf.pdf

Turismi ja kultuuri sünergia:

 <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978>

Praktilised näited Euroopa kultuuripärandi rakendamise ja kasutamise kohta:

 <http://www.europanostra.org/our-work/publications/>

Uuringud ja teised materjalid kultuuripärandi rakendamise ja kultuuripoliitika kohta:

 <https://culturelab.com/category/kulturas-mantojums/>

Kultuuriturismi võimalused:

 <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/cultural-tourism/cultural-tourism-europe>

Kogukondliku turismi ja vastutustundliku reisikorraldaja näide:

 <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-community-based-tourism>



INFORMATSIOON



BALTIC COUNTRY HOLIDAYS
www.countryholidays.lv



SETOMAA
www.visitsetomaa.ee



KIHNU
www.visitkihnu.ee



LIIVI RAND
www.livones.net
www.visit.dundaga.lv/en/
www.visitventspils.com



SUIDIMAA
www.suitunovads.lv/lv/