

Matkailuesitteen kilpailuttaminen

Kunnanhallitus 26.05.2025 § 113

Valmistelija

Elinvoimapäällikkö Tuuli Jansson

Kunnan matkailuesitteen laatimiseksi on valmisteltu tarjouspyyntö, jolla määritellään kilpailutuksen sisältö ja vaatimukset. Kilpailutuksen kohteen ennakoitu hankintahinta ei ylitä kansallista kynnysarvoa, joten se kilpailutetaan hankintalain ulkopuolisena nk. pienhankintana.

”Tarjouspyyntö Kustavin mielikuvaesitteestä

Tavoitteena on laadukas, visuaalisesti erottuva ja sisällöltään monipuolinen **painettu esite**, joka sekä vahvistaa kustavilaisten käsitystä omasta kotikunnastaan että tarjoaa houkuttelevan yleiskuvan mahdollisille uusille asukkaille ja matkailijoille. Esitteen tulee puhutella erityisesti lapsiperheitä, eläkeläisiä sekä vapaa-ajanasukkaita, jotka harkitsevat ympärivuotista asumista. Kyseessä on yleisesite, jonka tehtävänä on tarjota kokonaiskuva siitä, mistä Kustavissa on kyse – millainen paikka tämä on elää, asua ja vierailla. Esitteen tulee kuvata Kustavia, Saariston Kuningaskuntaa, sellaisena kuin se on: ainutlaatuisena elävänä saaristoyhteisönä, jollaista ei ole missään muualla! Haemme mielikuvaesitteen suunnitteluun ja toteutukseen osaavaa kumppania, joka kykenee yhdistämään visuaalisen suunnittelun, sisällöntuotannon ja konseptiosaamisen. Kokonaisuudesta vastaa Kustavin kunnan elinvoimapäällikkö.

Projektin sisältö

Tarjoajalta odotetaan kokonaisvaltaista otetta projektin suunnitteluun ja toteutukseen. Työ toteutetaan tiiviissä yhteistyössä kunnan kanssa. Esitteen tulee olla ajaton ja rakenteeltaan sellainen, että siitä voidaan ottaa uusintapainos ilman mittavaa uudelleentaittoa tai sisällöllistä päivitystyötä.

Kokonaisuuden tulee sisältää ainakin:

- Konseptin ja rakenteen ideointi kunnan brändin ja tavoitteiden pohjalta yhteistyössä kunnan viestinnän kanssa.
- Visuaalisen toteutuksen suunnittelu Kustavin graafisen ohjeiston linjaamana
- Sisällöntuotanto yhteistyössä kunnan kanssa (tekstit, kuvavalinnat, taitto)
- Painokelpoisen aineiston tuottaminen, taitto, sisältäen painoyhteyden ja toimituksen koordinoinnin
- Verkkosisältöyhteensopivuus: Esitteen ja verkkosivujen (kustavi.fi ja visitkustavi.fi) tulee muodostaa yhtenäinen ja johdonmukainen kokonaisuus. Tarjoajalta odotetaan konkreettisia toimenpiteitä, ohjeita tai työlistaa yhteensovitukseen, jotta painettu esite toimii verkkosivujen sisältöjen koosteena.

Sisällön rakenne ja visuaalinen linja

Esitteen sisällön ei tarvitse noudattaa perinteistä "asuminen, työ, opiskelu, vapaa-aika" -jaottelua tai kunnan toimialoihin pohjautuvaa rakennetta. Sen sijaan sisältö voi rakentua jonkin kantavan teeman ympärille, joka tuo esiin Kustavin omaleimaisen identiteetin ja viestinnälliset tavoitteet. Tarjouksen

yhteydessä ei lähtökohtaisesti toivota valmiita sisältöluonnoksia. Mikäli tarjottu konsepti tai toteutustapa sitä kuitenkin edellyttää, voi tarjoaja halutessaan esittää lyhyen esimerkin idean havainnollistamiseksi.

Visuaalisen toteutuksen osalta tarjoajaa pyydetään esittämään näkemys siitä, kumpi lähestymistapa palvelee parhaiten esitteen tavoitteita, ja kertomaan selkeästi, kumpaa toteutustapaa ehdottaa käytettäväksi:

- **Livekuvaperustainen toteutus**, jossa tarjoaja vastaa tarvittavan kuva-aineiston hankinnasta. Kustavilla ei ole käytössä valmista kuvapankkia.
- **Kuvituspohjainen tai ideakeskeinen ratkaisu**, joka rakentuu omaleimaisen visuaalisen idean ympärille. Tässä lähestymistavassa vältetään "aurinkoisen postikorttikuvan" kliseitä ja jätetään tilaa lukijan omalle tulkinnalle ja mielikuville.

Julkaisukanavat:

Esite julkaistaan painettuna, ja sen painosmäärä määritellään projektin aikana. Lisäksi esitteestä tuotetaan PDF-versio.

Pyydämme tarjoukseen sisällytettäväksi:

- Kuvaus ehdotetusta toteutustavasta ja konseptista
- Arvio projektin vaiheista ja aikataulusta
- Kokonaishinta (sisältäen alihankinnat ja matkakulut) eriteltynä tarpeellisilta osin
- Esimerkkejä aiemmista vastaavista toteutuksista
- Lisätuntihinta
- Suunnittelupalaverihinnoittelu /yhteyshinta
- Esimerkkejä aiemmista vastaavista toteutuksista (linkit tai liitteet)

Lisätiedot

Mahdolliset lisätietopyynnot osoitetaan kirjallisesti kustavi@kustavi.fi.

Tarjouksen jättö

Tarjoukset tulee toimittaa osoitteeseen kustavi@kustavi.fi 8.6.2025 mennessä.

Kustavin kunta pidättää oikeuden olla valitsematta tarjouksista yhtäkään, mikäli ne eivät vastaa tarjouspyynnössä esitettyjä tavoitteita tai kunnalla ei ole edellytyksiä hankkeen toteuttamiseen suunnitellussa aikataulussa. Myös osatarjousten hyväksymisestä tai hylkäämisestä päätetään tapauskohtaisesti."

Mielikuvaesite osana laajempaa kuntamarkkinoinnin kokonaisuutta

Mielikuvaesite on yksi osa Kustavin laajempaa kuntamarkkinoinnin ja viestinnän kokonaisuutta, joka rakentuu useista toimenpiteistä. Kuntamarkkinoinnin on tarkoitus olla visuaalisesti houkutteleva, tarkoituksenmukaisesti tavoitettava kokonaisuus, joka tukee kunnan vetovoimaa asumisen ja yrittämisen näkökulmista. Kokonaisuus sisältää mm.

Verkkosivut (kustavi.fi ja visitkustavi.fi):

Verkkosivu kustavi.fi on Kustavin viestinnän kotipesä kuntalainkin mukaan. Verkkosivut kokoavat yhteen tietoa palveluista, tapahtumista, asumisesta ja matkailusta, mutta niiden kautta tarjotaan myös yhä enemmän palveluita sähköisenä. Vaikka molempia sivustoja on päivitetty ja paranneltu, molemmat sivustot kaipaavat kokonaisvaltaista uudistamista sisällön, rakenteen ja visuaalisen ilmeen osalta. Mielikuvaesitteellä voidaan myös edesauttaa tätä kehitystyötä.

Sosiaalisen median sisällöntuotanto:

Kustavissa viestintä kuuluu kaikille. Somea päivitetään aktiivisesti kaikilta toimialoilta, mikä näkyy monipuolisena ja ajoittain runsaana sisälltönä. Kesäkaudella viestintää tukee matkailuneuvoja erityisesti Visit Kustavi -kanavissa. Some-sisällöntuotanto on kehittynyt kanavien rajaamisen myötä ja lisääntyneen yhteistyön myötä.

Videotuotannot ja valokuvat:

Videot ja kuvat tukevat Kustavin elämyksellistä ja visuaalista brändiä. Niitä hyödynnetään esitteissä, verkossa ja somessa. Uudet tuotannot edellyttävät myös lisäresursseja ja suunnittelua. Erityisesti liikkuvaa kuvaa hyödynnetään vielä liian vähän.

Tonttimarkkinointi:

Esitellään tontteja, asumismahdollisuuksia ja elämäntapaa. Kohderyhminä mm. lapsiperheet, etätyöläiset ja vapaa-ajanasukkaat. Laajennettavissa merkittävällä lisäresursilla asukastarinoihin sekä kohderyhmäkohtaisiin kampanjoihin.

Painetut ja sähköiset tiedotteet:

Kuntatiedote ilmestyy 9–12 kertaa vuodessa. Uudistettu visuaalisempi toteutus on saanut myönteistä huomiota ja jopa kadehdintaa muista kunnista. Prosessi liinattu muutoin paitsi jakelun osalta.

Palvelutuotanto ja asiakasviestintä arjessa:

Tietoa jaetaan tilaisuuksissa, kokouksissa, kohtaamisissa, verkkosivuilla, ilmoitustauluilla ja somessa sekä kuntatiedotteessa ja kirjastossa, matkailun osalta Wanhalla Kylätorilla.

Aktiivinen sidosryhmä- ja verkostotyö:

Osallistuminen elinvoimahankkeisiin, kuten Las Palmas, kuntayhteistyö ja mm. elinvoimayhtiöyhteistyö

Kevyt matkailukysely kesällä:

Matkailuneuvoja toteuttaa kesän aikana kyselyn matkailijoiden kokemuksista ja toiveista.

Messut ja tapahtumat:

Osallistuminen mm. Matkamessuille, Venemessuille ja paikallisiin tapahtumiin. Materiaalien ja tuotteiden jako sekä kohtaamiset lisäävät Kustavin tunnettua. Räätelöidyt kohtaamiset riippuvaisia

henkilöresurssista. Perustoimintamalli ei ainoastaan osallistuta vaan suoritetaan toimenpiteitä ennalta asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi kunnossa. Osallistumiskustannukset nousussa ja jatkossa harkittava huolella osallistumista panos-hyötysuhteen mukaan.

Brändi ja visuaalinen ilme:

Yhtenäisyys luo tunnettavuutta kaikkeen viestintään. Nykyinen materiaalisesti ja käytettävät sovellukset ovat käyttökelpoisia myös ei-ammattilaisviestijöille. Jalkautusta jatketaan.

Osallistava budjetointi ja kuntalaiskyselyt:

Toimenpiteillä on oma tärkeä osuutensa kuntabrändin rakentamisessa ja sen toteuttamisessa, että Kustavi kuuntelee asukkaitaan ja tarjoaa aitoja osallistumismahdollisuuksia.

Lisäksi valmistussa on pitkällä tähtäimellä useita kehittämismahdollisuuksia:

1. Kohdennettu digimarkkinointi ja kampanjat

- Sosiaalisen median mainonta (Facebook, Instagram, Google) asumisesta, tapahtumista tai tietyistä palveluista kiinnostuneille (esim. pääkaupunkiseutu, lapsiperheet, eläköityvät).
- Uudelleensuuntautuneet mainokset esimerkiksi niille, jotka ovat vierailleet kustavi.fi sivustolla
- TE-palveluiden integrointi muuhun kuntalaispalveluun ja sen kautta markkinointiin.

2. Asukastarinoiden hyödyntäminen

- Videot, artikkelit ja somesisällöt, joissa kustavilaiset kertovat elämästään ja valinnoistaan.
- "Kuntalähettiläiden" aktivointi edustamaan Kustavia esimerkiksi messuilla tai omissa verkostoissaan.

3. Tervetulopakettit ja palvelupolut uusille asukkaille

- Fyysinen tai/ja sähköinen "Tervetuloa Kustaviin" -paketti
- Selkeästi viestitty asukaspalvelupolku: keneen ottaa yhteyttä, mitä palveluja on tarjolla.

4. Tietopohja ja seuranta

Työpaikka ja muuttodatan sekä verkkosivujen analytiikan hyödyntäminen markkinoinnin ja sisällöntuotannon ohjaamisessa.

Esittelijä

kunnanjohtaja Rauno Peltola

Kunnanjohtajan päätösehdotus

Kunnanhallitus päättää hyväksyä matkailuesitteen kilpailuttamisen sekä kuntamarkkinoinnin kokonaistavoitteet ja toimenpiteet esittelytekstin mukaisesti.

Käsittely kokouksessa Kunnanjohtaja täydensi päätösehdotustaan siten, että matkailuesite käydään läpi kunnanhallituksessa luonnosvaiheessa ennen painatusta ja mahdollisen seurantaryhmän nimeäminen tuodaan seuraavaan kunnanhallituksen kokoukseen.

Kunnanhallituksen päätös

Hyväksyttiin yksimielisesti.

Täytäntöönpano Elinvoimapäällikkö

Kunnanhallitus 16.06.2025 § 150
121/14.02/2024

Mielikuvaesitteestä saatiin määräajassa tarjouspyynnön (<https://kustavi.fi/2025/05/27/tarjouspyynto-kustavin-mielikuvaesite-dl-8-6-2025/>) perusteella kuusi tarjousta. Tarjouspyyntö sisälsi kilpailutuksen painetun ja verkossa julkaistavan mielikuvaesitteen toteutuksesta.

Esitteen tavoitteena on vahvistaa kustavilaisten kotikuntakokemusta, tukea kunnan brändiä ja houkuttaa uusia asukkaita ja matkailijoita. Erityistä painoarvoa annettiin ajattomalle sisällölle, joka on helposti päivitettävissä ja hyödynnettävissä myös muussa viestinnässä.

Tarjouksia saatiin seuraavilta toimijoilta: Grafiitti Pro, 4D & Brave Teddy, Ida Karikoski, Susanna Raunio, Acomm, Kumppania. Tarjoukset vaihtelivat niin hinnan, sivumäärän, sisällöllisten painotusten kuin toteutustavan osalta. Tarjouksia yhdisti kuitenkin ajatus Kustavista ympärivuotisena ja omaleimaisena saaristokuntana.

Tarjouksista todetaan seuraavaa:

- **Hintataso** vaihteli merkittävästi (2 470 € – 16 275 €).
- **Konseptit** painottivat eri tavoin tarinallisuutta, visuaalisuutta ja strategista brändityötä.
- **Kuvamateriaali** sisältyi vaihtelevasti – osa käytti omaa arkistoa, osa sisällytti tuotantoon uusia kuvia tai videota.
- **Toteutustiimit** vaihtelivat yhden hengen asiantuntijasta suureen moniammatilliseen tuotantoryhmään.
- **Tuntihinnoittelu** vaihteli 37 eurosta 120 euroon.
- **Esitteen sivumäärä** vaihteli 12–20 sivun välillä.

Tarjousten vertailu liitetään asian oheismateriaaliksi.

Esittelijä kunnanjohtaja Rauno Peltola

Kunnanjohtajan päätösehdotus

Kunnanhallitus päättää hyväksyä Ida Karikosken tarjouksen 2500 euron hinnalla ja muuten tarjouksen mukaisessa laajuudessa sekä nimeää seurantaryhmän esitteen arviointiin ennen painatusta.

Käsittely kokouksessa Kunnanjohtaja jätti muutetun päätösehdotuksen:

Kunnanhallitus päättää hyväksyä Ida Karikosken tarjouksen 2500 euron hinnalla ja muuten tarjouksen mukaisessa laajuudessa sekä tuoda esitteen kunnanhallituksen arviointiin ennen painatusta.

Kunnanhallituksen päätös

Hyväksyttiin yksimielisesti.

Täytäntöönpano

Elinvoimapäällikkö