

Kuidas madalhooaega elavdada?

Kogemused projektist Light in the Dark
Tööriistade ja materjalide tutvustus

Liisa Lehtpuu, Raili Mengel
Eesti Maaturismi Ühing
Kristel Peikel
Hiiumaa Arenduskeskus
13.02.2026
Tourest B2B seminar

The
Baltic Sea
Region



Interreg
Baltic Sea Region



Co-funded by
the European Union



RESILIENT ECONOMIES AND COMMUNITIES

Light in the Dark

Projekt Light in the Dark

- Eesmärk:
 - luua kaasaegse turisti nõudmistele vastavaid tooteid, mille eesmärk on pikendada turismihooaega
 - arendada looduspõhise turismi Läänemere põhjaosa saarestiku kontseptsiooni

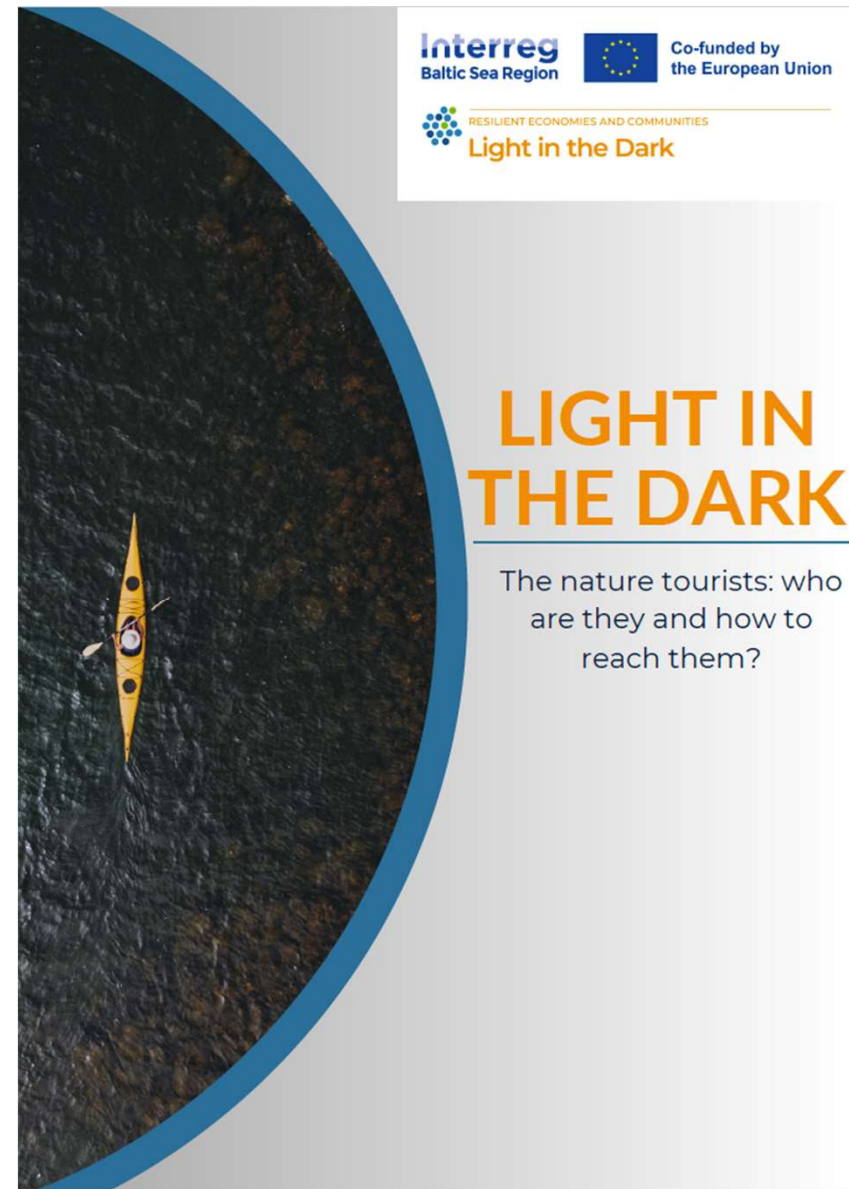
01.11.2023–31.10.2026

- Partnerid Eestist, Lätist, Leedust, Soomest, Rootsist ja Ahvenamaalt
- Juhtpartner: Novia Rakenduskõrgkool (Turu, Soome)



Läänemere piirkonna külastajate uuring

- [Uuring](#)
- Turistide profiilid, käitumine, motivatsioon, eelistused
- 4981 vastajat 9 riigist
- Sihtrühm: loodusturistid
- 61,8% eelistab reisida madalhooajal
- Motivatsioon: seiklus, teise kultuuri kogemine, wellness
- Inspiratsioon: tuttavad, reisileheküljed, sotsiaalmeedia

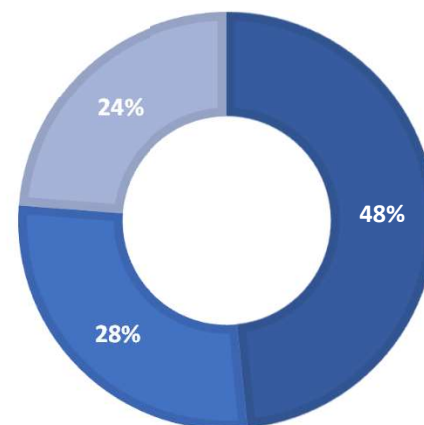


Läänemere piirkonna külastajate uuring: turistide eelistused

- 61,8% eelistab reisida madalhooajal
- Iseseisvad reisirid, reisirimise kombineerimine töötamisega
- Reisi pikkus: 1–3 päeva (33,5%)
- Tegevused: matkamine, loodusfotograafia, saun jne
- Reisirimine kaaslasega
- Raha kulutamine: alla 100 € päevas (42,78%)

Läänemere piirkonna külastajate uuring: sihtrühmad

- Loodusentusiastid (48,4%)
 - Vanus: 25–44 (37,2%)
 - Seikluslikud tegevused
 - Reisivad nii suvel kui ka madalhooajal
- Kultuurihuvilised (27,8%)
 - Vanus: 45–64 (34,9%)
 - Tutvumine kohaliku kultuuriga
 - Eelistavad madalhooaega
- Puhkuseotsijad (23,8%)
 - Vanus: 25–44 (40,5%)
 - Lõõgastus, looduse nautimine
 - Eelistavad madalhooaega





How to prolong the tourism season?

Challenge Inventory study among small and medium-sized entrepreneurs in the Northern Baltic Sea region

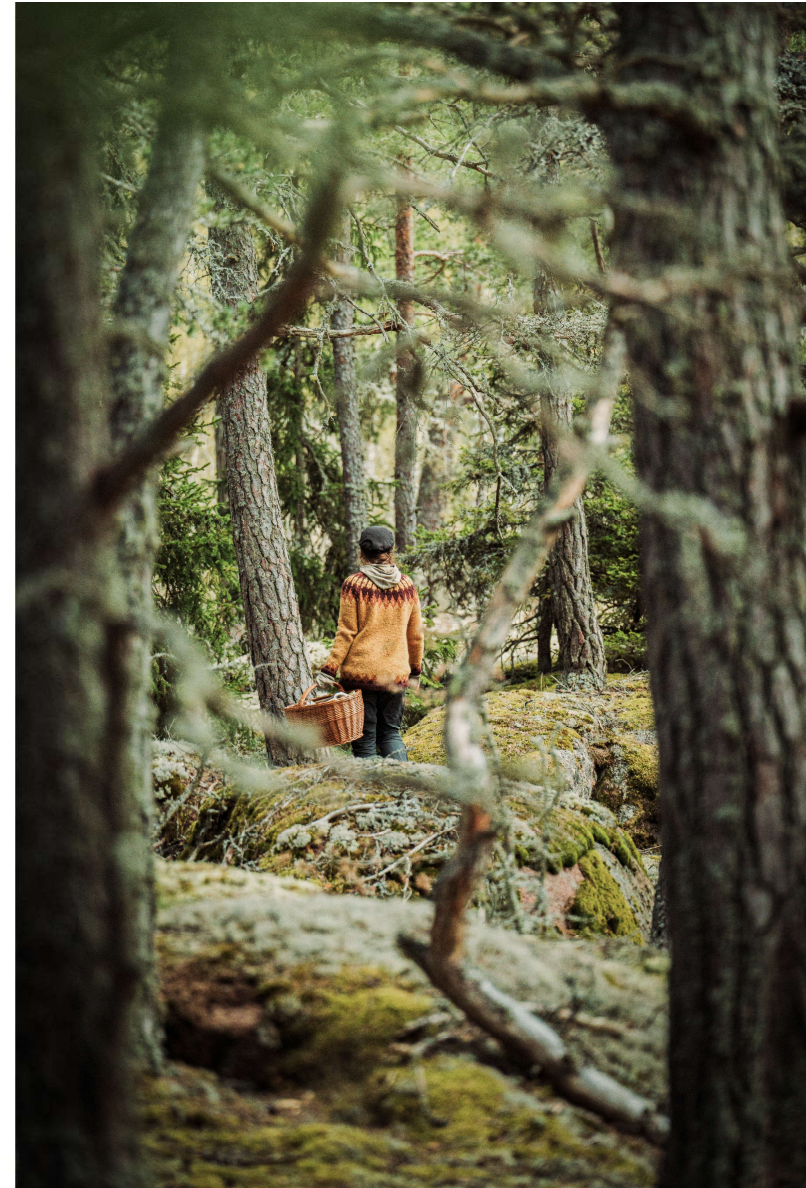


Läänemere piirkonna ettevõtjate uuring

- [Uuring](#)
- Kuidas Läänemere piirkonna ettevõtjad tajuvad hooajalisust?
- Küsitlus -> 239 vastajat
- Intervjuud -> 36 ettevõtjat
- Lahtiolekuaeg: aprill-oktoober
- Suurim potentsiaal: aprill, september, oktoober
- Turud: siseturg ja lähiturud
- Põhiline müügikanal: otsemüük
- Turunduskanalid: koduleht, suust-suhu turundus, Facebook, DMOd

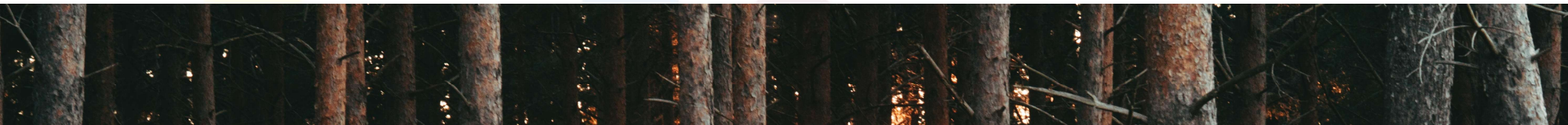
Läänemere piirkonna ettevõtjate uuring: põhilised väljakutsed

- sihtkoha bränd keskendub liialt suvehooajale
- personali leidmine madalhooajaks
- teised ettevõtted on suletud
- ligipääsetavus on madalhooajal halvem
- nõudlus on liiga madal
- ei ole piisavalt kasumlik
- raskused välisturgudele sisenemisel



Läänemere piirkonna ettevõtjate uuring: ettevõtjate tüübid

- Koha kujundaja (*placemaker*)
 - Hoiab ja säilitab elukeskkonda
 - Väärtustab kohalikku kogukonda ja traditsioone
 - Jätkab pere traditsiooni/ettevõtet
- Väärtuspõhine elamuslooja (*value-driven experience creator*)
 - Loob meeldejäädavaid elamusi
 - Väärtustab rahulolu ja õnnelikke kliente
 - Naudib kohtumisi ja suhtlust klientidega
- Iseseisvuse väärtustaja
 - Motiveerib iseseisvus ja otsustusvabadus
 - Tunneb uhkust, et teenib ise elatist
 - Hindab vabadust ja mitmekülsust
- Arendaja
 - Innovatsioon ja uute lahenduste loomine
 - Koostöövalmidus
 - Võrgustike loomine ja arendamine



Elamuste kategooriad



Local Lifestyle

Kohalikud inimesed, maitset, kultuur ja traditsioonid
Paiga avastamine läbi päris inimeste lugude ja igapäevaelu



Nourished by Nature

Lõõgastus, loodus, ühenduse loomine keskkonnaga
Vaikus ja taastumine



Active Adventures

Aktiivne puhkus, jõukohased looduselamused
Kajakisõidud, matkad, avastusretked jne



Nourished by nature

You can taste Hiiumaa during every season

Experience the joy of slow island lifestyle.

The nature of Hiiumaa is accessible to everyone

With the help of a nature guide you will hike in nature and taste it.

With the help of a photographer you will see the nature. You will be rewarded with a meal around campfire.

HIIU GOURMET OÜ

Ly Johansen

+372 5648 0998

hiugourmet@gmail.com

www.hiugourmet.ee



Handpick your adventure-taste the wilderness

Experience, taste, smell Hiiumaa one herb at a time all year round

Hiiumaa is a magical island of Estonia, in Northern part of Europe.

Come and enjoy the slow island lifestyle, where people are friendly and local food is inspired by nature. Where sustainability is a lifestyle not a trend. Let yourself be surprised and inspired by the locals and by the tastes and smells and visuals of the Hiiumaa Nature.

Nature is accessible to everyone, let Hiiumaa Gourmet guide you.

We will take you on a hike, with the help of a nature guide.

You will learn to find that there is always something to taste in Hiiumaa Nature.

Activity facts:

Duration: 2-3 h

Location: Kassari, Hiiumaa

Season: All year round

No. of participants: Maximum 12 persons

Level of activity/previous knowledge required: Accessible to everyone

What to bring: Clothing according to the weather, smartphone or camera

Whats included in the experience: Tailor-made package. Guided nature hike, learn about plants and find edible ones, photography essentials, light meal around campfire. Photo album sent to you afterwards.

Price: 60 euro/person incl VAT. Min price 240€



Nourished by nature

Experience nature through yourself

Feel the connection between nature and human mind

Experience Estonian nature and different seasons

The tour guide has a background in psychology

Metsanurme village centre

Anneli Kana

+372 53065503

metsanurme@gmail.com



Sharpen the Senses

Combine walk in nature and the use of the six human senses

Usually people go hiking to observe nature. In the case of this service, in addition to nature, we also focus on the person himself and his six senses: sight, hearing, smell, taste, touch and sense of balance. During the guided hike, various exercises are performed to sharpen the senses.

Reconnect with nature: The forest is an incredible environment for clearing the mind, and engaging all six senses allows you to experience nature in its fullest form. It offers a refreshing break from the overstimulation of modern life.

Heightened sensory awareness: By focusing on the six senses – you'll learn how to engage with the world around you more mindfully. This experience can improve your appreciation for the subtleties of nature.

Relaxation & well-being: Nature walks are proven to reduce stress and promote mental clarity. Engaging with all the senses can enhance relaxation, improving both mental and physical health.

Connection with the environment: By focusing on each sense, you'll become more attuned to the sounds of birds, the feel of different textures, the smell of the earth and other small details of the forest. This can deepen your connection with the natural world, fostering a sense of responsibility for its preservation.

A unique experience: The use of all six senses is an immersive approach to experiencing nature. It's not your typical walk in the woods; it's an invitation to explore and interact with the environment in a new, profound way.

Mindfulness & Presence: This type of sensory immersion encourages you to live in the present moment, a key component of mindfulness. The event offers a way to tune out distractions and truly be in the here and now.

Activity facts:

Duration: possibilities: 1h (on the area), 1,5h (3,5km) or 3h(9km) hiking trail

Location: Metsanurme village, 23 km from Tallinn City centre; accessibility by car, public bus or train (1,4 km from bus/train stop)

Season: autumn, winter, spring

No. of participants: 1-25 persons

What to bring: clothing appropriate for the weather, waterproof shoes

Whats included in the experience: guided walk in nature, different exercises to use human senses, tea and snack stop during walk.

Price: 100/150/200 euro/group incl VAT



Light in the Dark teenuste testimine

- [Piloteerimise tulemused](#)
- 3 faasi:
 - Tootekaartide hindamine
 - Eelhindamine: tootekaart + saadetud info
 - Järelhindamine
- 15 teenust piloteeritud
- 195 külastajat
- Eesmärk:
 - Teenuste testimine madalhooaja tingimustest
 - Külastajate tagasiside
 - Parendused enne turule tulekut





Light in the Dark teenuste testimine: indikaatorid

- Indikaatorid:
 - Kvaliteet
 - Sobivus madalhooajaks
 - Kestlikkus ja kohalik väärtus
 - Selgus ja logistika
 - Jutuvestmine
 - Hinna ja kvaliteedi suhe
 - Soovituse tõenäosus
- Kõik indikaatorid paranesid pärast piloteerimist
-> hea viis idee vormistamiseks teenuseks

Light in the Dark teenuste testimine: väärtused ja õppetunnid

- Väärtused:

- Personaalne kontakt, soe vastuvõtt
- Rahulik rütm ja väiksed grupid
- Rahu, vaikus ja looduskeskkond
- Hooajalised elemendid (pimedus, jahedus, rahu)
- Selge juhendamine ja sõbralikud teenusepakkujad
- Kohalik toit ja traditsioonid
- Autentsus

- Õppetunnid:

- Eelinfo: mida kaasa võtta ja selga panna
- Leitavus internetis: teenus kodulehel, pildid, videod
- Ajakasutus ja logistika: ebavajalikud „augud“ programmis
- Teenuse lõpetamine: lõppes liiga järsku, vajadus kokkuvõtte/lõpusõnade järele

Light in the Dark meediapank

- [Meediapank](#)
- Pildid ja videod piloteerimistelt
- Juhised nende kasutamiseks
- Eesmärk: toetada partnerite, ettevõtjate, DMODE jt turundustegevusi
- Kontseptsiooni toetav kasutus: madalhooaja looduspõhise turismi arendamine Läänemere piirkonnas
- Visuaalne identiteet vastavalt graafilisele käsiraamatule (logod, värvid, fondid, kujundus)



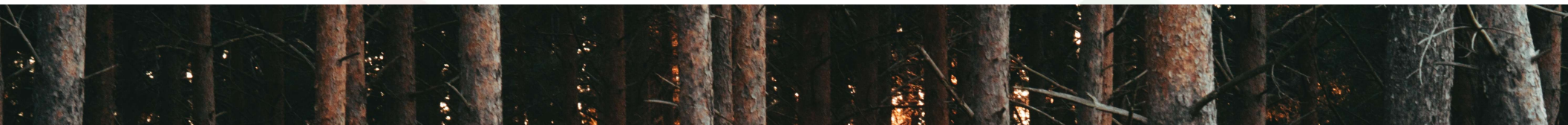
Light in the Dark turunduskampaania

- [Kampaania tulemused](#)
- Aeg: 18.–31. august
- Eelarve: 24 000 €, 60% Saksamaa ja 40% projekti riigid
- Platvorm: Meta (Facebook ja Instagram)
- Eesmärk:
 - testida Light in the Dark kontseptsiooni
 - *awareness* kampaania: vaatamised, interaktsioonid, kampaanialeht
- Iga teema kohta eraldi videod



Light in the Dark turunduskampaania: tulemused

- Ulatus: 3 mln
- Vaatamised: 7,5 mln
- CPM: 3,17 €
- Video vaatamised: 2 mln
- CPV: 0,01 €
- 50% vaatamisi: 3,8 mln
- Maandumislehe sessioonid: 5868
- Hea nähtavus
- Populaarseim teema: Active Adventures
- Kõige efektiivsem turg: Balti riigid (nähtavus ja kaasatus)
- Saksamaa on kallim, aga selge huviga
- Lühikesed, telefonile optimeeritud videod





Käsiraamat DMOdele töötubade läbiviimiseks

- [Käsiraamat DMOdele](#)
- Põhineb projektis läbiproovitud meetodil
- Ülevaade tehtud uuringutest
- Töötubade metoodika
- Töötubade teemad:
 - 1. Kliendi mõistmine
 - 2. Elamusdisain
 - 3. Turundus, müügikanalid ja hinnastamine
 - 4. Koostöö madalhooaja elamuste arendamisel
 - 5. Kvaliteet ja kestlikkus
 - 6. Jutuveestmine
- Harjutused, digitööriistad, slaidid

Käsiraamat ettevõtjatele

- [Käsiraamat madalhooaja teenuste arendamiseks](#)
- Teemad:
 - Algse olukorra analüüs
 - Kliendi mõistmine
 - Elamuste kujundamine põhiteemade ümber
 - Tootearendus ja testimine
 - Hinnastamine ja müügikanalid
 - Turundus ja kommunikatsioon
 - Ettevõtete näited
 - Arendusprotsessi toetavad tööriistad
- Interaktiivne ja klikitav
- Näited ja kogemused projektist





Off-Season Product Development Form

This form helps entrepreneurs plan and document the development of their off-season product. Go through each section and fill in key ideas, actions, and details. The form can be used both for planning and follow-up.

Section 1. Basic Information

Product name:

Company name:

Core theme (tick one): ☐ Local Lifestyle ☐ Nourished by Nature ☐ Active Adventures

Target customer group(s): ☐ Leisure Seekers ☐ Cultural Travelers ☐ Nature Enthusiasts

Section 2. Product Concept

Short description of the product (1–3 sentences):

What makes this product unique in the off-season?

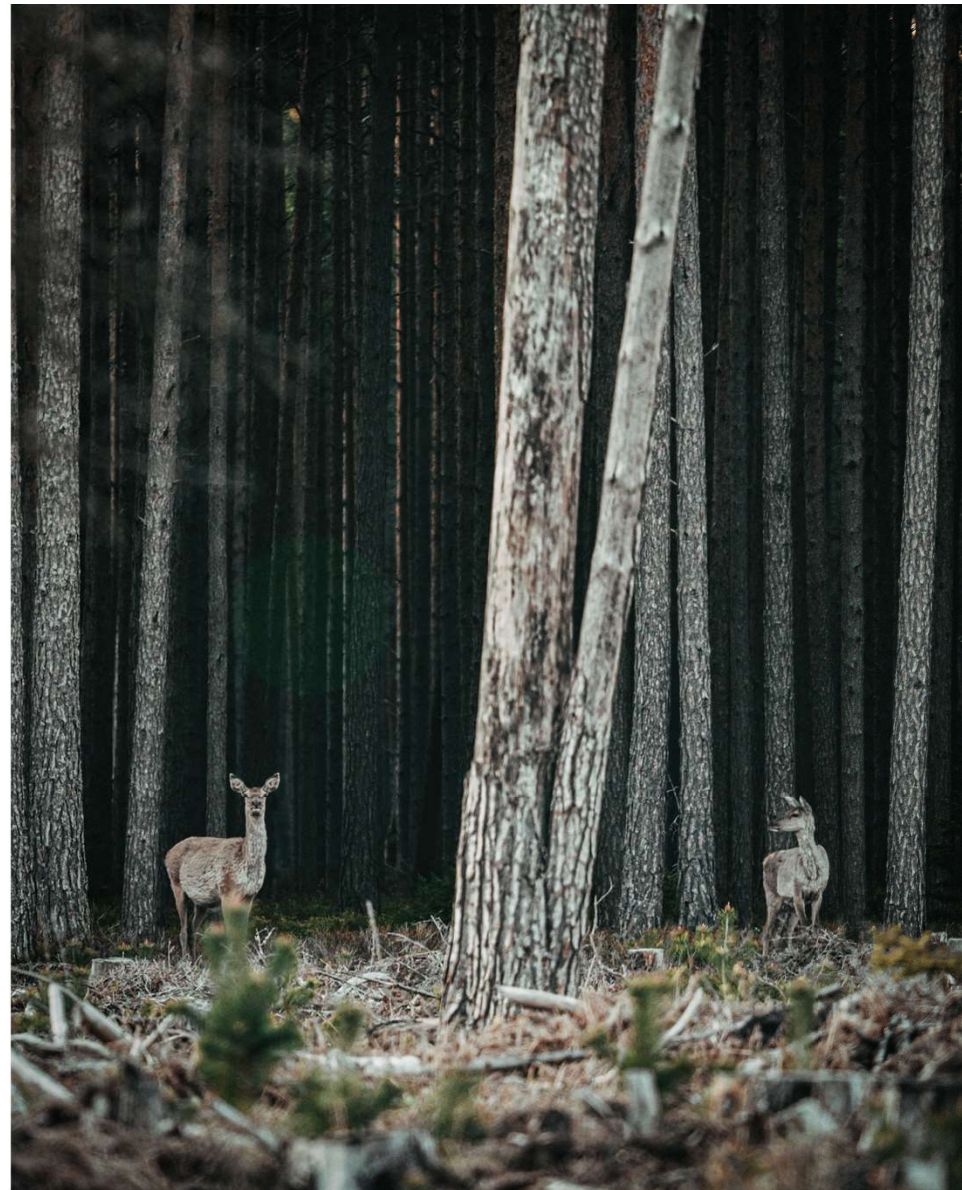
Related local/regional USPs (Unique Selling Points):

Käsiraamat ettevõtjatele: tööriistad

- Vorm teenuste arendamiseks
- Loodava teenuse põhilised aspektid
- *Checklist* - kas kõik vajalikud punktid on täidetud

Tehisaru tööriist

- AI-l põhinev tööriist
- Annab ettevõtjale ideid ja soovitusi madalhooaja teenuste loomiseks
- Projekti andmetel põhinev teadmistebaas
- Valmib augustiks
- Ettevõtja sisestab andmed ettevõtte kohta
- Vastus: tekst ja pildid
- Inspiratsioon: mitu soovitust, mitte üks vastus



Mida saate oma piirkonna ettevõtjate jaoks kaasa võtta?

- Käsiraamat madalhooaja teenuste arendamiseks
- Küllastajate uuring: sihtgrupid ja persoonad
- Light in the Dark elamused: milliseid teenuseid luua
- Piloteerimise väärtused ja õppetunnid: mida rõhutada, millele tähelepanu pöörata
- Tulemas: tehisarv tööriist

Mida DMO-na kaasa võtta?

- Käsiraamat ettevõtjatega töötubade läbiviimiseks
- Ettevõtjate uuring: mis on valupunktid, millele tähelepanu pöörata
- Elamuste kategooriad, meediapank, turunduskampaania: madalhooaja turundamine



Kust neid materjale leida?

- <https://interreg-baltic.eu/project/light-in-the-dark/>
- Solutions -> Outputs
- <https://lightinthedarkbsr.eu/project#Publications>



Destinations ▾

Project ▾

News

Events

Contact details

Experience the Baltic Sea Region ▾

X f in @

WELCOME TO THE NORTHERN BALTIC SEA REGION

Light in the Dark

Increasing resilience in rural and coastal tourism in the northern Baltic Sea region by developing off-season experiences.

Aitäh!

liisa@maaturism.ee

eesti@maaturism.ee

kristel.peikel@hiiumaa.ee

www.interreg-baltic.eu/project/light-in-the-dark

www.lightinthedarkbsr.eu

The
Baltic Sea
Region

