

Nina:

Kukkuu. Leikitäänkö tänään piilosta vai jotain muuta?

No ei. Tällä kertaa LAB Talkin-studiossa pohditaan, miten matkailuun lisätään leikillisyyttä.

Itsehän pidän peleistä ja leikeistä, enkä ole tullut ajatelleeksi, että sitä voi toteuttaa hyvin erilaisissa ympäristöissä. Kuten matkailussa. Olen ymmärtänyt, että matkailijat odottavat matkakohteiltaan nykyisin yhteistä tekemistä ja elämyksellisyyttä. Esimerkiksi museossa pelkät rakennukset ja opastetaulut eivät välttämättä enää riitä matkailijoille.

Miten matkailuyrittäjät voisivat vastata tähän tarpeeseen ja millaisia keinoja olisi käytettävissä? LAB Talkissa vieraana on tänään TKI-asiantuntija Minna Aalstein. Tervetuloa.

Minna:

Kiitos paljon.

Nina:

Ja hän on tarkastellut erityisesti tarinoiden ja pelien hyödyntämistä matkailualalla. Kerron Minna, miksi matkailijat nykyisin kaipaavat pelkkää opastaulua enemmän tekemistä ja kokemista?

Minna:

No ehkä ihan ensin pohjustuksena voidaan lähteä katsomaan sitä, että mitä Visit Finland oikein on analysoinut, kun he ovat katsoneet globaaleja matkailijatrendejä. Ja sieltä on tunnistettu 11 erilaista matkailijatyyppejä. Ja niistä tyypeistä noin 7,5 hakee rentoutumista ja viihtyvistä enemmässä määrin.

Eli tämä kertoo ehkä siitä, että se matkailu on edelleen aika usein pakokeinona arjesta ja se on semmoinen hengähdystauko. Nyt kun meillä on tämä maailmantilanne, mikä meillä on, meillä on kasvavassa määrin stressiä arjessa, se on aika sellaista suorittamista, niin ehkä sekin selittää sitä, että minkä takia siltä matkailulta haetaan sellaista viihdykkeellisyyttä enemmän tai viihtyvyyttä.

Mutta sitten myös niin toi tutkimuspuoli kertoo, että onnistunut kokemus, jos sellainen halutaan luoda, niin se vaatii trickereita, mikä ehkä johdattelee meitä enemmän sinne interaktiivisuuden suuntaan. Se tarkoittaa sitä, että siellä pitää olla joku, mikä tökkii meitä jonnekin suuntaan, jotta me teemme ehkä vähän enemmän kuin mitä me ajattelimme alun perin tekevämme. Ja muutenkin siis tämä maailman muuttuu ja kehittyy koko ajan ja digitaalisuus on hurja murros, mikä tietenkin nyt on tullut ja se vaan jatkaa menoaan. Me yritämme pysyä perässä. Eli toisen sanoin ehkä tiivistäisin sen niin, että kun tämä maailma muuttuu teknologian murroksessa ja se vaan jatkaa, jatkaa menoaan, meidän täytyy siihen jotenkin suhtautua ja pysyä kärryillä, niin se matkailija ei ole enää vaan sivusta katselija, vaan myös matkailija on itse asiassa aktiivinen tekijä siinä kokemuksessa. Ja se tekee siitä astetta elämyksellisemmän ja unohtumattomamman.

Nina:

Ja sitten siellä kulki semmoinen romantic path, tämmöinen romanttinen polku aamupalahuoneelta, joka oli ihan täysin vuoren huipulla. Se oli iso alue. Ja vuoren huipulta sitten sinne alas, missä oli uima-altaat ja sitten missä myös meidän tämä majoitustila sijaitsi. Ja ajattelin, että kävelen sen romantic pathin läpi. Sitten siellä tuli vastaan apinoita.

Minna:

Sain vähän seuraa.

Nina:

Sain vähän seuraa, joo. Kaksi oli tiellä siinä halailemassa toisiaan. Ja sitten kävelin eteenpäin ja ajattelin, että otanpa kameran esille. Siinä vaiheessa tuli kolme apinaa sieltä pusikosta, jotka hampaat irvessä hyökkäsivät minun kimppuuni. Ja sain tavallaan tämmöistä elämyksellisyyttä siinä, että lähdin juoksemaan paniikissa. Se puhelin meni, ja menin takaisin sinne aamupala tilaan tai sinne, mikä se oli se rakennus. Ja otin sitten tämmöisen golfauto kyydin takaisin sinne alas.

Minna:

Ai kamala.

Nina:

Siitä tuli tämmöinen yllättävää pelillinen aspekti.

Minna:

Mutta se jäi ainakin mieleen.

Nina:

Se jäi mieleen.

Minna:

Se erottuu sieltä massasta.

Nina:

Kyllä.

Minna:

Kyllä.

Nina:

Joo itse koen olevani sellainen omatoiminmatkailija ja pidän omien suunnitelmien tekemisestä ja erilaisten omien seikkailujen toteuttamisesta. Niin kuin tämä apinaseikkailu. Ja ei ole hullumpi ajatus, että tällaista palvelua voisi saada valmiiksi matkailuyrittäjiltä. Niin miten matkailuyrittäjä voisi sinun mielestäsi tätä tarvetta tyydyttää?

Minna:

Se lähtee siitä, että halutaan vahvistaa osallisuuden kokemusta ja osallistumista. Eli sitä voidaan esimerkiksi vahvistaa sitten tarinoilla. Ja tosi monilla yrittäjillähän tällä hetkellä matkailualalla on todella hyvässä kuosissa tämä tarinapuoli. Koska se on tunnistettu, siitä on puhuttu, sitä on analysoitu, sitä on työstetty. Mutta se ehkä linkittyy myös tähän leikkisyyteen ja siihen viihtyvyyteen. Mitä ei välttämättä vielä ole ihan niin pitkälle ajateltu tai mietitty.

Mikä siellä voisi olla se interaktiivisuus, se osallistaminen siitä tarinan kautta. Eli periaatteessa me voisimme oikeastaan puhua myös leikkisyydestä siinä. Ja se on semmoinen lähtökohta, että yrittäjälle se on enemmän se mindset, se mielen maisema. Eli nyt me haluamme tehdä tälle asialle

jotakin ja lähdetään kartoittamaan sitä, että mitä meillä jo on. Mitä siihen ehkä voisi sitten lisätä, miten sitä voisi ehostaa.

Nina:

Mitä se tarkoita tuolla leikillisyydellä? Onko sinulla hyviä esimerkkejä siitä?

Minna:

Joo, eli se leikillisuus on ehkä sitä, että tehdään jostakin arkipäiväisestä, ehkä tyyliisestä aktiviteetista kivempaa, viihdyttävämpää. Näin jos mennään aivan juurille, että mitä leikillisuus on.

Nyt en puhu enää siitä yrittäjän kontekstista tai muusta, vaan ylipäätään, että siitä tulee vähän sellaista hausempaa. Eli sitten se leikillisuus, niin se voi tulla myös pelien hyödyntämisen kautta esimerkiksi. Siellä on peleissä erilaisia elementtejä, siellä on pisteiden keruuta tasojen suorittamista, siellä on sellaista yhteisöllisyyttä yhdessä tekemistä ja ehkä jopa jonkun statuksen tai saavutuksen ansaitsemista, joka sitten palkitsee sitä pelaajaa ns.

Mutta myös ehkä muita keinoja, eli voi olla vaikka interaktiivista taidetta. Jos ajatellaan miettimään ihan sieltä luovuuden kautta, niin luovuutta on meissä jokaisessa ainakin jonkun verran. Se on yleensä eri muodoissa. On ihmisiä, jotka sanoo, että en ole luova ollenkaan. Mutta yleensä jos sitä lähtee vähän tökkimään, niin kyllä sieltä sitten tuleekin, että no itse asiassa kyllä minä tätä musiikkia, kuuntelen ja se on aika kivaa. Ei se nyt välttämättä ole, että sinun täytyy itse osata tuottaa yhtään mitään ollaksesi luova, vaan se on se, että sä edes nautit siitä ja sä haluat hakeutua jonkun luovan äärelle. Niin sekin jo riittää.

Nina:

Joo, mulla herää samaan tien, kun kerrot tämmöistä leikillistämisestä ja tämmöistä peleistä, niin mullahan herää semmoinen sisäinen kilpailija itse asiassa samaan tien. Mietin, että jos me ollaan miehen kanssa reissussa ja siellä tulee joku tämmöinen pelillinen juttu, missä pitää tasoja suorittaa, niin vedän siellä hampaat irvessä, että varmasti voitan. Ehkä kohtuus kaikessa sitten niin kuin tällein, että lapsi on terve, kun se leikkii, mutta sairaus, jos se ei osaa lopettaa leikkimistä, vai miten tämä meni, joku sanoi.

Minna:

No just näin, ja tähän itse asiassa palataan vielä myöhemmin, mutta se kumpua sieltä meidän sisäisistä motivaatiotekijöistämme itse asiassa just se kilpailemisen halu, oppimisen halu.

Nina:

Miksi se olisi tärkeää, eli mitä tämä leikillisuus toisi lisää?

Minna:

Kaikki tähtää siihen, että mehän halutaan luoda unohtumattomia kokemuksia, ja se ei tarkoita, että sinulla täytyy olla siellä isoja ilotulituksia ja kalliilla rahalla ostettuja strobovaloja ja kaikenlaista tällaista, vaan se tarkoittaa sitä, että olet löytänyt sen sinun uniikin myyntikulmasi siihen sinun tuotteeseesi, niin kuin todella monethan ovatkin. Ja esimerkiksi jos me mietitään Suomen matkailun näkökulmasta, niin meille se on esimerkiksi se luonto, meillä se on se viileys, mitä me emme aina arvosta, mutta tällä hetkellä se itse asiassa on nouseva trendi, koska maailma muuttuu.

Eli meidän täytyy löytää se jokin erityinen, mikä ei tunnu meistä erityiseltä, mutta itse asiassa jollekin toiselle se voi olla ihan ennenkokematon asia. Ja esimerkkinä niin sienestys, eli tämä on noussut, vaikka tuolla ruokamatkailun parissa trendiksi, että italialaiset matkustavat tuonne Etelä-Karjalaan, ja kun heidät vie sienimetsälle, niin he ovat siellä aivan, että mitä ihmettä, että saadaanko me mennä tänne, voidaanko me ottaa näitä sieniä tuosta, ja mekö tehdään tästä ruokaa, me syödään se, niin se on jotakin, mikä heille on aivan ennalta kokematon, ällistyttävää, ja se jää heille mieleen unohtumattomana kokemuksena.

Ja se, että siinä on sitä interaktiivisuutta kyllä, ja siihen ei välttämättä tarvitse lisätä mitään, koska se leikkisyys ehkä on siellä jo sitten se keräily, eli keräilet, löydät, ja sitten pystyt valmistamaan itsellesi vielä siitä sen annoksen, mikä on todella maukasta. Mutta mitä se tuo lisää, tämä leikillisuus, niin se on nimenomaan se avainkysymys, koska sitä ei pidä väkisin liimata minkään päälle, jos tuntuu, että se ei tuo mitään lisäarvoa. On tilanteita, missä sitä ei välttämättä tarvita, sille ei ole tilaa, ja sen takia se on tosi tärkeätä miettiä sitä, että jos me nyt lisätään tätä leikillisyyttä tähän elämykseen, niin ensinnäkin testata, miltä se tuntuu, onko se hassua, kerään mielipiteitä, ja jos se ei vaan siihen istu, niin sitten sitä ei siihen laiteta, mutta se on ehkä semmoinen asia, mikä on hyvä pohtia ainakin läpimahdollisuutena, koska se voi muokkaa sitä kokemusta todella paljon. Ja miten sitä voi lisätä, niin sillä pellislaistamisella muun muassa, ja nyt päästään näihin motivaatiotekijöihin, eli meissä jokaisessa on sisällä semmoinen pieni oppia. Me halutaan koko ajan oppia jotakin lisää. Jos me emme opi meidän arjessamme välttämättä, niin mehän rakastamme sitä, että katsotaan joitain dokumenttia esimerkiksi ja opitaan siinä vähän niin kuin huomaamatta, että meille annetaan se tieto, tai sitten että mennään sinne metsään ja meillä on siinä joku opas, niin me opimme siinä huomaamatta.

Mutta toinen on sitten se, että se oppiminen voi myös tulla jonkun tällaisen pelillisen asian kautta, että et edes miellä sitä, että nyt opettelen tässä, vaan se tulee siinä. Se viihdyttävyyys. Hedonismi, mikä tarkoittaa sitä, että me haemme nautinnollisia ja rauhoittavia, maaduttavia kokemuksia, eli me voimme vaan mennä ja nauttia olostamme, jos puhutaan matkailukontekstissa. Kun arki on sellaista suorittavaa, niin matkailu on nimenomaan se tasapaino sitten siihen.

Sitten se pelaamisen ilo, elikkä on todistetusti huomattu, että pelaaminen itsessään nostattaa ilon tunteita. Elikkä on mitattu sitä, että kun pelaajat pelaavat erilaisia pelejä, on se sitten videopeli tai korttipeli tai jotain, niin se vapauttaa meissä semmoisen riemastumisen tunteen, paitsi jos me häviämme, mutta se häviäminenkin voi olla vain väliaikaista, koska sitten me haluamme revanssin. Niin, ehkä siinä on myös se sosialisoituminen, se täytyy nostaa esille. Elikkä se pelillisuus, leikillisuus, se ei ole vain sitä, että tehdään yksin asioita, vaan siinä on aina se, että itse asiassa meillä onkin tässä joku toinen, kenen kanssa me voidaan jakaa se kokemus.

Monesti vaikka pelit, joita pelataan yksin, niin niissä saattaa olla semmoinen toiminnallisuus, että voit jakaa sen sitten vaikka sosiaalisessa mediassa, että kuinka pitkällä olet siinä tai että kuinka huippupisteet olet nyt saanut. Ja itse asiassa pelipiireissä se on hyvin, hyvin normaalia, että jaetaan screenshotteja, elikkä otetaan kuvia esimerkiksi siitä omasta tilanteesta ja muusta, ja ihan vaan siis ilosta, siitä ilosta, että voidaan hehkuttaa siitä yhdessä, että oho, että toi on jo aika kova. Toisin sanoen tämä leikillisuus, pelillisuus, se lisää vaan yhden kerroksen siihen kokemukseen, joka puhuttelee sitä sisäistä motivaatiota näitä kaikkia asioita kohtaan, mikä löytyy meistä kaikista.

Nina:

Vau. Tässä just rupesin miettimään, että kun kerroit näistä kaikista asioista, niin tässähän tulee yrittäjille ihan törkeän hyviä vinkkejä siitä, että mitä kaikkea voisi, että tämä herättää ajatuksia yrittäjissä myöskin, että mitä kaikkea voisi pelillistä, leikillistä omassa yrittäjyydessään, tai jos varsinkin puhutaan matkailun tai maatalan matkailusta, niin pääasiassa, että siellä on sitten se, joka sieniretkelle vie, että se tunnistaa ne sienet, ettei kerätä vääriä sieniä sieltä, mutta et paljon hienoja ideoita. Jonkun verran on siis tehty kokeilu, ja mitä osaamista sinun mielestäsi tällainen sitten vaatii yrittäjältä?

Minna:

Se toki vaihtelee sitten sen mukaan, että mitä yrittäjä haluaisi tehdä, eli jos on kovin korkea lentoisia ajatuksia, niin sehän saattaa vaatia koodaamista tai muuta, mutta ehdottomasti haluaisin sanoa, että yrittäjän ei tarvitse kaikkia yksin osata, eikä yksin tehdä, ja jos me mietimme ihan vain pelillisyyttä ja tarinoita, niin ne ei ole lähtökohtaisesti hirveän vaikeita toteuttaa, että ihan yksinkertaisia pelillistämisen muotoja on se leimapassi esimerkiksi, et sehän ei vaadi muuta kuin, että käyt paikallisessa kirjastossa tai jossakin, missä saat printterin, niin printtaamassa paperin palasen, jossa on vaikka viisi palluraa, ja sitten aina annat niitä leimoja sen mukaan, kun siellä sinun liikkeessä tai majoituksessa on käyty, ja ne tarinat itsessään, niin niihinkin toki kannattaa paneutua vähän enemmän, eli ne tarinat ovat sellaisia, että niitä tulee yllättävän luontevasti, niihin palataan vielä myöhemmin tässä, mutta nekään ei loppujen lopuksi ole kauhean vaikeita asioita, että olen kuullut sitä, että myös sana tarinallistaminen voi tuntua aika päälle liimatulta tarinan väkisin keksimiseltä, mutta loppujen lopuksi sekin on vain tarina, se tarkoittaa, että siellä on jo luultavasti olemassa olevia tarinoita, niin hyödynnetään, mitä on.

Nina:

Eli kerro tarkemmin ensin, mitkä ovat näitä yksinkertaisesti pelillistämisen keinoja. Esimerkkinä niin QR-koodit, niitä itse asiassa on ollut käytössäkin jo jonkun verran, koska nehan on aika yksinkertaisia, tarvitset vain nettiosoitteen, ja netti on väärellään näitä generaattoreita, jotka on aivan ilmaisia ja tekee sinulle sitten QR-koodin, minkä voit kopioida mihin tahansa Word-tiedostoon tai jonnekin muualle, ja sitten jengi voi sen kännykällään skannata ja pääsee suoraan sinne, minne halusitkin heidät ohjata.

Sitten on ne leimapassit, mitkä on mainittu jo varmaan muutaman kertaan tässä, ja arvoitusten ratkominen on itse asiassa myös toinen, eli jos mietitään ihan pelejä, niin sellaiset strategiapelit tai palapelit, ne ovat tosi, tosi suosittuja.

Ne ovat aika semmoista kausaalitekemistä, voidaan puhua esimerkiksi sudokusta, ristikoista tai sitten niistä, mitä on digitaalisessa pelimaailmassa, niin siinä on kanssa se, että se on pientä aivojumbppaa, se on vähän sellaista haastetta meille, että hei, tässä on nyt tällainen pulma, että osaanko ratkaista tämän, ja mehän rakastetaan sitä, kun me voidaan ratkaista se.

Nina:

Minä olen sudokuihminen.

Minna:

No joo, minä myös, minä myös. Niin sehän on ihan mahtavaa silloin, kun siinä onnistuu, ja jälleen kerran myös se on aivan p*riseestä, kun siinä ei onnistu, mutta se pointti on se, että niitä onnistumisia tulee, ja silloin se palkinto itselle siitä on paljon suurempi. Sitten ehkä yksi tosi mielenkiintoinen

esimerkki on se, että Kempinkiset on yhdistäneet onnistuneesti perinteisen teatterin ja pelit, eli kyseessä on teatteriesitys, missä ilmeisesti yleisön joukosta valitaan kaksi henkilöä pelaajiksi.

He tulee sinne lavalle samaa aikaa, kun itse teatteriesitys alkaa. Heidät puetaan myös teatterivaatteisiin, ja he pelaavat sitten tarinan alusta tarinan loppuun asti peliä, johon sitten taas ne katsojat pystyvät interaktiivisesti vaikuttamaan, että mitä nämä pelaajat siellä lavalla loppujen lopuksi tekee sen esityksen aikana. Ja tämä sitten taas heijastuu siihen itse tarinaa siihen esitykseen siellä lavalla, että mitä siellä lavalla tapahtuu.

En itse tunne tätä tarinaa ihan täysin yksityiskohtaisesti, Yle oli tehnyt siitä hyvän artikkelin, se oli erittäin mielenkiintoinen, ja tämä on aika hyvä osoitus ehkä siitä, että sen ei loppujen lopuksi tarvitse olla tosiaan niin vaikeita, eli he on ottanut sieltä vaan kaksi ihmistä sekoittamaan pakkaa niin sanotusti, ja se muuttuu sitten improteatteriksi. Elikkä sitten pelaajat saa sieltä yleisöstä niitä triggeriä niin sanotusti, elikkä yleisö työntää heitä tiettyihin tilanteisiin, ja sitten näyttelijät reagoivat siihen, jolloin se tekee myös sen, että joka ikinen katsoja, joka käy katsomassa tämän kempinkiset esityksen, niin saa uniikin kokemuksen, teatterikokemuksen. Se ei ole ikinä se sama kaikille.

Sitten peli elementtejä on käytetty tosi paljon myös perehdyttämisessä ja opetuksessa. Se on ihan ymmärrettävää, koska nimenomaan on todistettu, että pelillistäminen vahvistaa sitä meidän uuden oppimistamme todella paljon. Mutta Deloitella oli tosi hauska esimerkki tästä, elikkä he ovat konsultointitoimisto, ja he on luonut digitaalisen perehdytysympäristön aloitteleville konsulteille, elikkä data analyytikoille. Tämä ympäristö on luotu niin, että se on periaatteessa zombien maailmanlopun hyökkäys, mihin he joutuvat.

Se tarkoitus on, että nämä aloittavat analyytikot, niin he oppivat sen konsultoinnin perusteet pelastamalla sen maailman siellä pelissä, digiä alustalla. Näin ne pelaajat pystyvät etenemään omaan tahtiinsa. He tekevät sitä silloin, kun he pystyvät. He ottavat sen informaation, mitä pystyvät käsittelemään, ja sitten vasta jatkavat. Tämä itse asiassa korvasi sen perinteisen perehdytyksen, toisin sanoen toisaalla se vapautti resursseja.

Elikkä he, jotka olisivat normaalisti olleet siellä luennoimassa heille, että no meillä käytetään järjestelmiä näin, ja konsultointiprosessi menee näin, niin he pystyvät sitten keskittymään siihen oman työnsä suorittamiseen, ja tämä alusta hoitaa sitten sen. Ja se on hauska, siis sen nimi on myös The Chosen Analyst. Elikkä hyvin tällainen elokuva teatterimainen opetusympäristö. Se on julkaistu 2018, ja se sai valtavan hyvää palautetta.

Elikkä nämä uudet analyytikot kokivat sen jännittäväksi tavaksi oppia uutta, ja yllättäen itse asiassa he olikin päättänyt, että he pelaavat sitä tiimeissä. Ja tätä ei ollut siis suunniteltu. Se oli ajateltu, että kaikki pelaa sitä itsekseen, mutta ne olivat alkaneet pelaamaan sitä tiimeissä, ja se mahdollisti sen, että he pelaavat siitä yhden osuuden. Sen jälkeen he tiimillä keskustelevat siitä, mitä siinä nyt tapahtui, ja mitä he oppivat siitä.

Elikkä mitä se opetti heille siitä heidän tulevasta työstään. Tämä oli minun mielestäni aika hauska esimerkki. Tämä on toki siellä ei-helppoisuudessa päässä, koska se on digitaalinen ympäristö. Mutta sanotaan, että Deloittekin on digitaalisuuteen nojaava firma, niin se käy järkeen, että heillä tämä tällainen oli mahdollista. Mutta tämä on ehkä taas yksi sellainen asia, että jos sitä miettii, niin alkaa vaan mieleen tulemaan tosi paljon ajatuksia siitä, että mitä kaikkea itse asiassa voikaan suunnitella ja tehdä, ja mikä meitä oikeasti motivoi, että kun tällaisenkin asiaan saa väännettä tuollaisen muotoon ja se toimii, niin se on aika nerokasta.

Mutta silti tämä leikillisuus, pelillisuus, niin se ei tarkoita pelkästään graafisia videopelejä tai tällaisia digitaalisuuden ympäristöjä. Se mielikuva tuntuu rajoittavan tosi paljon sitä ajattelua, että mitä tällä voi tehdä ja mitä ei voi. Sitä pelätään, että se varsinainen matkailukohteen liiketoiminta ja ydin, niin se jää siinä ihan paitsioon ja se jää jonkun asian peittoon, joka on tullut jostain ulkopuolelta ja ei ole siinä keskiössä.

Mutta myös nämä matkailijat, niin nehan saattavat olla itsessään jo hyvin aktiivista porukkaa usein onkin, koska he on kuitenkin matkannut jostakin jonnekin ihan vain kokemusten perässä. Niin se antaa vähän, jos viittaa siitä, että kyllä he ovat valmiita siellä jotakin tekemään, että tuskin he ihan linnoittautuvat vain sinne hotellihuoneeseen tai majoitukseen.

Geokätköily on sitten toinen hauska esimerkki tällaisesta vähän pelillisyydestä ja yhteisöstä, joka aktiivisena toimii ihan itsessään siellä. Sitä ei oikein luotsata minkään firman toimesta, siellä varmasti on jonkun näköistä järjestäytyneitäkin toimintaa sen ympärillä, mutta ne harrastajat, niin ne on yleensä itse alun perin kiinnostunut siitä, perehtynyt siihen ja lähtenyt tekemään sitä. Ja se on matkailussa aika mielenkiintoinen konsepti, koska sehän on jo hyvin lokaatioperusteista.

Eli se, missä geokätköilyä tehdään, se voi olla jossain matkailukohteen lähetyvillä, jotka eivät välttämättä edes tiedä sitä. Ja siellä käy sitten tosi motivoitunutta pelaajaporukkaa katsomassa niitä aarteita, täydentämässä niitä jättämässä oman jälkensä ja ihailevat ehkä siinä sitten sivusilmällä niitä. Ja voihan se olla, että se on sitten huomioitukin jo joissain matkakohteissa, mutta tämmöisistä en onnistunut vielä löytämään esimerkkejä. Mutta ehkä pelillisyyden lisääminen omaan liiketoimintaan niin tarkoittaisi alussa aivan minimaalisten lisäysten tekemistä siihen olemassa olevaan tarjontaan. Jos se on se majoitustoiminta, niin tämä leimakortti kerran viisi saat seuraavan majoituksen pienellä alennuksella esimerkiksi.

Sitten opastuksissa. Voiko siellä reitillä bongata jotain asioita? Voiko niistä bongauksista antaa sitten lisäpisteitä? Ja sitten jokaisessa kohteessa on tarinoita. Niihin tarinoihin on tosi luontevaa liittää jotain leikillisyyttä, pelillisyyttä.

Minulle tulee mieleen tässä näin, että meillähän voisi olla LAB-ammattikorkeakoulussa, niin perehdytys voisi olla esimerkiksi kadonneen aarteen metsästys teemainen, olisi ihan törkeän hyvä siinä. Jokainen seikkailema, uusi aloittanut työntekijä, niin pääsisi seikkailemaan erilaisessa ympäristössä.

Kyllähän tämä paljon ajatuksia herättää. Kun sinä sanoit tuosta geokätköilystä, niin silloin kun korona puhkesi, jouduttiin eristäytymään ja meillä oli sellainen tilanne, että kaksi teinaria, jotka nyt ei kauhean mielellään lähde vanhempien kanssa ja aikuisten kanssa minnekään vaeltelemaan tai kävelylenkeille, niin minä piti keksii, että millä tavalla me saamme ne meidän kanssamme vaeltamaan. Niin tämä oli tämä geokätköily, tuli meille silloin. Eli minähän tiedän jonkun verran geokätköilystä, mutta en ottanut sitä pro-jäsenyyttä, mutta aina jos menen jonnekin eri paikkaan, niin katson kyllä, että missä geokätköt sijaitsevat ja lähden niitä etsimään. Ja on se semmoista ihan hauskaa puuhaa, että lenkinkin voi tehdä ihan eri tavalla.

Vaikka lähtisi puolison kanssa tai ystävän kanssa juoksulenkille, niin voit tehdä niin, että katsot sen reitin niiden geokätköjen mukaan. Jossain kivassa harjuympäristössä, niin juokset aina sen pätkän ja sitten kun geokätkö ilmoittaa, että nyt on lähellä, niin sitten pidetään pieni tauko ja etsitään sitä geokätköä. Ihan hauska harrastus.

Minna:

Just niin, joo. Ja matkailussa puhutaan paljon ensin pyöräreiteistä ja pyöräreittien ympärille suunnitellusta matkailutoiminnasta, mutta enpä vielä ole kuullut, että puhuttaisiin samalla tavalla geokätköistä, niiden ympärille suunniteltavasta matkailutoiminnasta.

Nina:

Joo, ja kyllä se niiden teinnareitten kanssa hetken aikaa auttoi ne geokätköt, mutta sitten ne kyllästyivät niihinkin ja okei, on nyt maailma mennyt tässä eteenpäin. Entäpä kun puhuit noista tarinoista, niin mistä niitä syntyisi?

Minna:

Eli tosiaan tarinoista, kun puhutaan, niin muistetaan, että se tarinallistaminen ja tarina, niin sama asia. Ja tarinoita syntyy tosi luontevasti, vaikka sitä ei aina sitten huomaa.

Nina:

Mistä kaikesta näitä tarinoita voi syntyä?

Minna:

Eli siellä voi olla se yrittäjän oma tarina, se voi olla kohteen, ympärillä kohteen historiaa, tai sitten se voi olla erilaisia teemoja, eli sinulla on joku kohde ja sanotaan, että teemat ovat vaikka eri vuoden ajat, niin mitä sieltä sitten syntyy, eli mitä siellä on syksyllä tapahtunut, mitä siellä on keväällä tapahtunut ja näin edespäin.

Sitten on kylätarinat, eli jos puhutaan pienistä kylistä, joilla on vahva identiteetti varmastikin, mitä ei vaan välttämättä vielä oikein tiedetä, niin mitä henkilöitä siellä on ollut, mitä siellä kylätalolla on tapahtunut, onko se kylätalo mahdollisesti yhdessä kylässä, käytiin vierailmassa, niin kylätalo oli rakennettu talkootöillä.

Todella hieno, todella upea kylätalo keskellä Pientä kylää, mikä oli myös todella upea tarina, mikä olisi mahtavaa saada sitten jakaa suuremmallekin yleisölle, mutta ehkä se haaste tarinoissa on se, että niistä pitäisi punoa sitten yhtenäinen punainen lanka, jos mietitään sitä matkailukokemusta, ja että tämä lanka sitten kantaisi sen koko kokemuksen läpi, niin se on se vaikein osuus.

Nina:

Mikä saattaa sitten estää nämä uudenlaiset kokeilut, vaikka keinot olisivatkin yksinkertaisia?

Minna:

Monesti siinä ongelmana on aika ja raha, ja itse olen hahmotellut asiaa niin, että jos kaupungit ja kunnat pystyisi tukea tällaista lisää, niin se olisi aivan mahtavaa. Siihen ehkä nojaa pikkusen pelialalle, eli siellä on sitten kaupungit rahoittamassa tällaisia tietyntavalla kokeilu ympäristöjä, inkubaattoreita, muita.

Niitä on ollut matkailualalla jonkun verran, mutta voitaisiin ehkä kehittää sitä toimintaa sitten pikkusen lisää. Sitten vielä niin yhteistyötä voisi olla lisää yrittäjien välillä. Valitettavasti matkailubusiness on aika lokaatio keskeistä, mikä on todella hedelmällinen siihen, että jos on pieni paikka ja siellä paljon matkailutoimijoita, niin sitä kilpailua valitettavasti vain syntyy.

Mikä tekee ehkä välillä sitten sen yhteistyön eri yrittäjien välillä vähän haastavaksi, kun ajatellaan sitten sitä, että kaikkien pitää kuitenkin saada se elanto siitä, mikä on todella ymmärrettävää. Mutta jotenkin myös sitten se, että miten näitä rakenteita tämän koko matkailun taustalla Suomessa

voitaisiin vahvistaa niin, että tämä kilpailuasetelma ei tulisi sitten sen innovaation ja uuden kokeilemisen väliin, vaan että siihen nimenomaan pystyttäisiin tarjoamaan semmoiset työkaluja, että millä sitä voisi tehdä.

Nina:

Eli tarvitaan siis jonkinlaista yhteistä temmellyskenttää, jossa kokeiluja voisi tehdä. Mitä se voisi mahdollistaa matkailualalla tai mitä kaikkea uutta voisi tulla?

Minna:

Esimerkiksi luovien alojen mukaanotto entistä voimakkaammin olisi todella mielenkiintoista matkailukentällä. Tätä on jonkun verran hankkeissa jo pyritty edistämään, mutta siinäkin sitten se haastavuus on se, että vaikka sieltä löydetään tosi hedelmällisiä yhteistöitä, niin mistä sitten rahoitetaan niiden yhteistöiden jatko tai että miten voitaisiin mahdollistaa se, että yrittäjät voisi yrittää ainakin kaksi tai kolme vuotta ylläpitää sitä toimintaa ja sitten seurata sitä dataa, että onko se ollut kannattavaa, eikö se ollut kannattavaa ja miten sitä olisi voitu sitten tehdä kannattavammaksi, jos näin on.

Mutta se myös sitten pelialan törmäyttäminen matkailuun olisi oma intohimo nähdä mitä siinä tapahtuu, koska jos mietitään, että peliala on hyvin digitaalista usein. Siellä on koodareita, siellä on ohjelmoijia, siellä on taidepuolentekijöitä, siellä on projektihallintaosaamista, siellä on aika lailla sitä kaikkea ja sitten meillä on matkailuala, missä meillä on paljon pieniä yrittäjiä, puhutaan yhdestä tai kahdesta henkilöstä, jotka pyörittävät koko hommaa, heillä on tosi paljon ideoita mielessä mitä he haluaisivat tehdä, mutta yleensä se vaatisi sitä koodausosaamista, se vaatisi sitä ohjelmointiosaamista, se vaatisi jotain grafiikkaa tai muuta, niin itse näkisin siinä ehkä sellaisen win-win asetelman, mutta se on toki haastavaa, jos puhutaan kahdesta alasta ja heidän toimijoiden yhteen saattamisesta ja edelleen siitä, että kuka sitten niin sanotusti maksaa viulut näistä kokeiluista, kuka sitä ylläpitää ja muuta, mutta varmasti siis tällainen kultainen keskitietähän voisi olla löydettävissä.

Tärkeintä on se laatikon ulkopuolelta ajattelu, eli ehkä jos lähdetään sieltä matkailusta, niin mitä resursseja siellä matkailualan yrityksillä on tällä hetkellä tyhjillään niin sanotusti, eli ei tarvitsisi mitään uutta, vaan ihan se, mikä siellä on jo, onko siellä jotain latoja tyhjänä, voisiko niissä olla jotakin, esimerkiksi justuinsa luovan alan teatterin epätyypilliset tilat, eli siellä tapahtuisikin jotain odottamatonta ja sen takia sinne matkustettaisiin näkemään kokemaan se, tai voisiko se olla itsessään yksin seisova matkailukokemus, jonne vois matkailija jättää sitten tipin, koska se oli niin makeaksi laitettu tai muuta, tai sitten löytämättömiä nähtävyyksiä kohteita, mitä meillä varmasti riittää myös tuolla rajaseuduilla, sitten niitä kansantarinoita, miten me saisimme niitä enemmän esiin, ja nyt puhutaan, vaikka sitten näistä kylätarinoista, niin siellä on sellaisia, mitkä ei jää mihinkään historian kirjoihin, koska ne vaan ovat huhuja taruja, loruja, mitä siellä kylillä on ollut, mutta jos ne vaipuu unohduksiin, niin se on vähän sääli.

Mutta jos me saadaan ne luovat alat mukaan siihen ideointiin, toteutukseen, että miten se potentiaali saataisiin hyödynnettyä, niin siinähan kaikki sitten hyötyisi. Ja nämä kaikki voisi tulla sille temmellyskentälle sitten kokeilemaan, että miltä se uusi toiminta näyttäisi ja olisiko se houkutteleva niille valitulle kohderyhmille.

Luotan vahvasti siihen, että matkailualalla on todella osaavaa, todella loistavaa porukkaa, kenellä on hyviä, erittäin hyviä ideoita, monesti ne ovat tosi pitkälle vietyjä, mutta se ainoa asia on se, että ei voi oikein testata sitä, pilotoida, koska siellä vie sitten liikaa siitä päivittäiseltä bisnekseltä.

Nina:

Yhteistyötä tarvitaan.

Minna:

Kyllä.

Nina:

Hei, me halusin vielä itselleni selvyyden vuoksi kysyä, että onko me nyt tässä puhuttu pääsääntöisesti suomalaisen matkailuosalta aiheesta, eikä vaan?

Minna:

Kyllä, just näin.

Nina:

Ja millainen sinun mielestäsi on trendi maailmalla, eli onko sinulla esimerkkiä erilaista matkakohteista tai matkailuyrittäjyydessä leikkisyyden ja aktiviteettien osalta? Tuleeko mieleen tällaisia ulkomaisia tai maailmalta?

Minna:

Joo, minä voin maaloilla tosiaan tämän kehysten, mikä tässä nyt ympärillä on. Eli tämä kaikki perustuu siihen, että itse olen graduani varten tehnyt paljon tutkimusta ja olen katsonut, että akateemisessa tutkimuksessa on katsottu jo, että mitä pelityyppejä esimerkiksi matkailussa on hyödynnetty, mitä ne matkailijoiden muuttuvat odotukset tällä hetkellä on.

Videopelien matkailun välillä on tunnistettu yhteys, eli videopelit motivoivat jengiä matkustamaan jonnekin kohteeseen. Ja pelillistämisen soveltaminen matkailun eri vaiheisiin, eli ennen matkailua, matkailun aikana, matkailun jälkeen, se on olemassa. Ja omassa gradussa mittailin, että miten tämä pelillistämisen hyväksyminen kautta omaksuminen matkailuorganisaatioiden parissa, millä tasolla se tällä hetkellä on. Ja muuten sitten pelillistämistä on tutkittu koulutuksessa, työelämässä aika laajasti, eli siellä voi olla työpajoja, mitä järjestetään yrityksen sisällä, sitä perehdytystä, markkinointia, elämysten suunnittelua. Ja tämä on nyt se teoriapohja, mihin tämä kaikki nojaa.

Sitten se kysy siitä, että millainen trendi tämä on maailmalla, niin siis ensimmäinen asia, mikä täytyy tuoda esille, on Pokémon Go tietenkin. Ja siitä voidaan ehkä vähän keskustella, että no onko se peli vai onko se pelillistämistä. Koska se on kuitenkin AR-rään perustuva peli, eli se tarkoittaa sitä, että menet matkakohteeseen, sinulla on kännykkä kädessä, näet kännykästä kameralla sen sinun edessäsi olevan maiseman, mutta AR-tekniikka on lisännyt siihen sinun kännykkäsi näytölle jonkun Pokémonin, ja sillä näytöllä pelaat sitä peliä ja saat kiinni niitä Pokémoneita.

No oikeastaan siis Pokémon Go menisi sinne pelilaatikkoon ehkä enemmänkin, koska se on niin pitkälle viety peliympäristö, mutta se on myös loistava esimerkki siitä, että sehän oli globaali ilmiö. Se sai ihmisiä liikkeelle ihan melkein missä vaan, ja se oli hauska esimerkki.

Meillä oli Hal Ikda, Finlandin puheenjohtaja puhumassa meidän videollamme, ja hän sanoi sitä, että hän oli itsekin pelannut sitä, hän oli mennyt ulkomaille pelaamaan, ja siellä oli niin sanotusti normaalisti hiljaiset suomalaisetkin löytäneet toisensa, kun oli alkanut kyselemään, että hei, että oletko sinä muuten nähnyt tätä Pokémonia, että onkos se jossain tässä lähistöllä, ja sitten jaettu siellä

parhaat vinkit, että joo kannattaa mennä, mutta tuolla käymään, että sieltä sinä saat semmoisen. Niin tämä on niin kuin tosi hyvä esimerkki siitä, että mitä sieltä ulkomailta on tullut ehkä tännekin inputia.

No sitten toinen on taas videopelimaailmasta, nämä tulee ehkä nyt enemmän sieltä, koska jos mennään globaaliin kuvaan, niin siellä enemmän ne videopelit ovat sellainen tosi iso tunnistettavissa oleva ilmiö.

Assassin's Creed-videopelit, ne on nimenomaan oikeisiin ympäristöihin perustuvia videopelejä, joihin on realistisella taidetyylillä tehty se ympäristö, mikä tarkoittaa sitä, että kun sinä seikkaillet siellä pelissä tietyssä paikassa, niin sitten kun tämä pelaaja on matkustanut sinne paikkaan, niin hän tietää jo ne kadut, hän tietää minne kääntyä, minne mennä, ei tarvitse mitään opasteita tai muita, koska hän on siinä pelissä niin monta kertaa kulkenut ne mukula kivikadut ja tehnyt siellä erilaisia asioita.

Toki myös kääntöpuoli on se, että kun pelissä hypitään katolta toiselle ja tehdään hullua parkouria, niin siellä on sitten nämä extreme fanit, jotka haluavat päästä sinne katoille ja tekemään samoja asioita kuin siellä pelissä. Mutta se on ehkä sitten totta kai vähemmistö, eli aina kaikessa on hyvä puoli, huono puoli ja se huonopuoli yleensä tuntuu olevan vähemmistössä.

Mutta tässä pelissä löytyy sellainenkin yhteys matkailuun. Tämä itse asiassa on kiistanalainen ollut sitten myöhemmin, mutta Ubisoft, joka tämän on kehittänyt, niin olisi lahjoittanut 500 000 euroa Notre Dameen jälleenrakennukseen, koska sehän on isossa osassa heilläkin sitä peliympäristöä. Ja kun Notre Dame paloi, niin he huolestuivat siitä, että kun heidän pelaajansa sitten menee sinne paikan päälle, niin he ei saa enää sitä samaa kokemusta. Plus, että siellä argumentoitiin, että heillä oli pelin kehittäjillä niin tarkimmat 3D-mallinnukset siitä kirkosta, sillä hetkellä kuin missään muualla. Koska he oli tehnyt sen työn jo aiemmin, kun he oli luonut sen sinne peliin, niin tietyllä tavalla se uudelleen rakennus oli sitten helpompaa, kun pystyttiin heidän kanssaan sitä tekemään kimpassa, mikä on se sitten kiistanalaista tai ei, niin yhteyksiä siinä kuitenkin sitten on.

Toinen on Witcher-videopeli, joka on mielenkiintoinen siinä mielessä, että se on saanut niin vakaan ja lojaalin fanikunnan, että kun se perustuu puolaan, se ei ole aivan yksi yhteen realistinen peliympäristö, vaan se on puolan ympäristöstä inspiroitunut ympäristö, niin pelaajat on matkustanut sinne ja fanit on itse asiassa perustanut puolaan 2015 tämmöisen Witcher-koulun, mikä menee sitten taas live-roolipelaamiseksi. Eli nyt me tullaan live-roolipeleihin, mikä on myös pelaamisen muoto, voisiko se olla vähän pelillistämistä, ehkä, mutta siellä on 2015–2022 pyörinyt tämä koulu, sinä menet sinne, saat samanlaiset roolivaatteet, sinusta luodaan sellainen hahmo, mikä voisi istua sinne peliin, he on luonut sinne niitä monstereita, mitä siellä sitten taistellaan vastaan ja saat siitä sitten vähän kaikenlaista ja totta kai heillä oli oheistuotteista mistä ja muutakin sitten siellä. Siellä oli ollut siis näiden seitsemän vuoden aikana päälle 3000 osallistujaa 54 eri maasta ja ajatellaan, että tämäkin bisnes on lähtenyt ihan täysin vaan siitä, että on fanitettu videopeliä niin kovaa, että siihen on ollut kysyntää ja sitten on lähdetty tarjoamaan.

Mutta toki myös se Deloitten esimerkki siitä zombi peliympäristöstä, niin se on hyvä esimerkki ulkomailta, koska se ei ollut täällä Suomessa, vaan se oli myös ulkomailla, että kyllä näitä tällaisia hauskoja mielettömiä juttuja on.

Nina:

Paljon on hyvää asiaa tullut. Haluatko Minna vielä lisätä jotain aiheeseen liittyen tai kertoa vaikka itsestäsi sekä miten yrittäjien kannattaisi edetä, jos yhteistyö aiheen tiimoilta kiinnostaa sitten asiantuntijoiden tai sitten meidän ammattikorkeakoulumme kanssa?

Minna:

No itsestäni ehkä ihan lyhyesti, että tämä minun kiinnostukseni pelillisyyteen matkailussa, niin en oikeastaan tiedä mistä se tuli. Itse en ole kovin innokas pelaaja, mutta olen hyvin innokkaasti siellä pelikentällä, peliverkostoissa. Minä olen jopa opiskellutkin sitä kesäopintoina tehnyt sivuaineen maisterin tutkinnossa pelisuunnittelusta, todetakseni, että se on tosi vaikea, monimutkainen, monikerroksinen kuvio. Mutta sitten näiden kahden alan välissä on todella mielenkiintoista olla. Se on se, mikä ruokkii tätä omaa paloa, koska näen niin paljon niitä yhteyshetkiä näiden välillä ja sitten niitä mahdollisuuksia. Ja toki välillä maalaan, on aika paksulla pensselillä, koska itse tästä on niin innostunut.

Mutta minusta tuntuu, että kyllä meidän on mahdollista ottaa jotain pieniä askeleita ainakin sitten sen eteen, että voidaan vähän rikkoa niitä eri alojen välillä olevia rajoja, eikä pelkästään peliala, siis kaikki luovat alat ja kaikki muutkin alat. Jotenkin tuntuu, että vähän liian vähän tuijotetaan sitä, että mitä me voisimme oppia joltain toiselta alalta esimerkiksi. Ja se voi myös olla siinä, että kun ollaan sillä omalla alalla, niin emmehän me näe niitä, että mitä muualla tehdään. Ja se on yrittäjille tosi raskaista kanta, että heidän täytyisi pystyä sitten menemään joka paikkaan ja tietää mitä missäkin tapahtuu.

Minä koen, että se on myös meidän tehtävänä ammattikorkeakoulutyössä, hanketyössä, että me voimme käydä katsomassa ja haastamassa niitä omiakin näkökulmia sitä laatikkoa, missä me olemme.

Sitten ehkä siitä pelillisyydestä, niin onhan sillä myös nurjia puolia. Eli ei niin, että tämä on palopuhe ihan vaan, että pelillisuus on mahtavaa, upeaa ja leikillisuus ja tarinat ja muuta, että siis pelillisyydessä esimerkiksi nostetaan esille se koukuttavuus. Eli miten se sitten suunnitellaan, koska se sen mekanismi, millä se toimii, on se, että koukutut siihen tekemiseen, palaisit sen äärelle mahdollisimman pian uudestaan. Ja tietyllä tavalla et pääsi sitä pyörästä niin helposti irti, mutta sitä on mahdollista tehdä ihan täysin terveesti ja eettisesti, että sitä ei tarvitse viedä niin äärimmäisyyksiin kuitenkaan.

Ehkä se rakenteiden puute on se, mitä tässä omassa puheessani on halunnut tuoda esille, eli tuntuu vielä tosi haastavalta löytää niitä mahdollisia temmellysalustoja, minne voisi sitten ohjata justinsa yrittäjiä. Mutta ensimmäinen este yrittäjien taklattavaksi, niin on ne omat ennakkoluulot.

Esimerkkinä yksi yrittäjä kysyy, että muuttaako tämä peli nyt sitten minun brändiäni, minun yritykseni brändiä, että jos lähdän suunnittelemaan jotain pelillistämistä tai peliä. Ja se on semmoinen tosi ymmärrettävä kysymys kyllä, mutta se ei ollut koskaan tullut itselle mieleenkään, koska itse on niin syvällä tässä pelillisyyden asiassa, niin se oli silmiä avaavaa kuulla se. Ja todella mielelläni jatkossakin kuulen yrittäjiltä suoraan, että mitä ajatuksia heillä siitä herää, koska sitten päästään nimenomaan keskustelemaan näistä. Se pelillisyyksikin, kun se ei sinänsä luo omaa brändiään, vaan se ajatus on se, että se istuu siihen sinun brändiisi ja se täyttää sieltä sen jonkun aukon, mikä siellä ehkä on ollut.

Nina:

Ja tuo lisäarvoa siihen.

Minna:

Niin ja tuo lisäarvoa siihen, että se ei missään nimessä ole tarkoitus ollut, että siinä luodaan oma digitaalinen peli ja sille luodaan oma brändi ja sitä aletaan markkinoimaan omana brändinä, vaan

että se nimenomaan on siinä sen olemassa olevan brändin kanssa, tai se on itse asiassa sen olemassa olevan brändin alla.

Mutta ehkä se, että miten yrittäjien kannattaisi edetä, niin hankeyhteistyöllä sitä kehitystä on ehdottomasti, ei nyt helpoin tehdä, mutta mahdollista tehdä. Mutta siihenkin niin ammattikorkeakoulut ja hankehenkilöstö tarvitsee niitä signaaleja myös sieltä kentältä, että onko se sellainen, mikä on ajankohtainen yrittäjille ja onko se sellainen, mistä yrittäjillä on jo vahvoja visioita, vai onko se sellainen, että se nimenomaan vaatisi sitä temmellyskenttää, tai se vaatisi jonkun ihan vain sparrauskumppanin.

Hei, että mulla on nyt vähän tämmöinen fiilis, että jotain voisi olla, mutta minä en tiedä mitä. Voidaanko istua alas ja keskustella tästä. Niin kyllä minä sanoisin, että ammattikorkeakouluun kannattaa olla yhteyksissä allekirjoittaneeseen, eli Minna Ahlsten, niin voi olla yhteyksissä. Minä tosi mielelläni sparrailen kaikkien kanssa ja pohdin niitä, mutta meillä on paljon, paljon muutakin loistavaa asiantuntemusta täällä, ketkä on ollut tekemisissä pelillistämisen kanssa. Eli yksin en täällä ole, meitä on paljon, niin kunhan vaan ammattikorkeakouluun on yhteydessä, niin se jo riittää.

Nina:

Kiitos. Palautetta niin tästä jaksosta, kun aikaisemmistakin jaksoista voi antaa sähköpostin kautta talk@lab.fi.

Ilaa, leikkejä ja elämyksellisyyttä kaikille tähän päivään. Lämmin kiitos Minna sinulle vierailustasi ja oli äärimmäisen mielenkiintoista sukeltaa pinnan alle tämän aiheen tiimoilta. Otan vastaan hyviä leikki- ja peli ideoita tulevia lomia ajatellen kohderyhmänä niin aikuiset kuin teinaritkin.

Minna:

Kiitos paljon tästä mahdollisuudesta. Oli oikein kiva olla teidän kanssanne täällä.