



KEMIN LUMILINNA

Elinkaari ja vetovoimatekijät

Riikka Vähäsarja

Opinnäytetyö
Tammikuu 2010
Matkailun koulutusohjelma
Pirkanmaan ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Pirkanmaan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

VÄHÄSARJA, RIIKKA

Kemin LumiLinna – elinkaari ja vetovoimatekijät

Opinnäytetyö 73 s.
Tammikuu 2010

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää LumiLinnan elinkaaren vaiheet sekä tutkia sen vetovoimatekijöitä heikkouksineen ja vahvuuksineen. Tavoitteena oli myös löytää näiden seikkojen yhteys toisiinsa. Lukijalle haluttiin antaa kattava kuvaus linnan kehittymisestä kuvailemalla aihealuetta käsitteleviä pääpiirteitä sen kokonaisvaltaisen historian ajalta.

Teoreettisena lähtökohtana oli matkailukohteen elinkaarimalli, jota hyödynnettiin LumiLinnan kehityksen ja historian tutkimisessa. Tutkimuksen pohjana toimivat myös matkailua, elämys- ja attraktiokäsitteitä sekä työntö- ja vetovoimatekijöitä käsittelevät teoriat, joiden lisäksi LumiLinnan asiakkaille teetetyt kyselytutkimuksen sekä linnaa isännöiden henkilöiden haastattelemisen kautta etsittiin vastauksia tutkimusongelmiin.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että LumiLinnalla on lukuisia eri vetovoimatekijöitä, joita vuosien saatossa on kehitetty ja hyödynnetty eri tavoin ja tarkoituksin. Yhdeksi pysyväksi vetovoimatekijäksi lukeutui kuitenkin linnan ainutlaatuisuus. Elinkaarimallin vaiheista ei asiakasmääriin perustuvan tutkimustavan perusteella löytynyt yhtä ainoaa, yksiselitteistä linjaa vaan linnan voitiin todeta kokeneen tiettyjä vaiheita jo useampaan kertaan.

LumiLinnalla on vakiintunut, merkittävä asema Kemin matkailuvalttina. Jatkuvan suosion ylläpitäminen ei silti ole itsestäänselvyys vaan linnan tulee elää ajan hermoilla. Jotta linnan tulevaisuus voidaan taata, sen pitää jatkuvasti pystyä kehittämään toimintaansa ja sitä kautta pitämään asiakkaidensa mielenkiintoa yllä. Uusia ideoita tuotekehittämiseen voitaisiin etsiä muun muassa asiakastutkimusten tai esimerkiksi erilaisten asiakkaille ja yhteistyökumppaneille suunniteltujen kampanjoiden ja kilpailujen kautta.

ABSTRACT

Pirkanmaa University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

VÄHÄSARJA, RIIKKA

The SnowCastle of Kemi – life cycle and attractions

Bachelor's thesis 73 pages
January 2010

The objective of this study is to define the stages of the SnowCastles life cycle and to research its attraction forces with their weaknesses and strengths. Objective is also to find the connection of these points to each other. The reader will be given an extensive description of the development of the SnowCastle by describing the main features of its history.

The theoretical starting point was the life cycle of a destination. Answers to the research problems were looked for with the help of questionnaires and interviews. Also textbooks on tourism, experience, attraction as well as expulsive and attraction forces were also studied.

It was found that the SnowCastle has several attraction forces which have been developed and utilized in different ways and intentions during the course of its history. SnowCastles life cycle isn't either unambiguous: it has experienced certain stages already more times.

Though the SnowCastle has an established, significant position as a tourism asset of Kemi, the maintaining of the constant popularity is not a matter of course. In order to guarantee the future of the castle and maintain the customers' interest its operations must be developed continuously. New ideas could be looked for the different campaigns and competitions planned to the customers and the partners in cooperation.

Key words: tourism, history, development

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
1.1 Tutkimuksen kohde	5
1.2 Käsitteet ja teorialat	6
1.3 Tutkimuskysymykset	9
1.4 Aineisto ja menetelmät	9
1.5 Tutkimuksen kulku	11
2 KEMIN LUMILINNA	12
2.1 Maailman suurin LumiLinna – idean synty	12
2.2 Ensimmäinen LumiLinna	12
2.3 Satumainen kulttuurikeskus Suomen talvessa	14
2.4 Kaksikerroksinen linna	15
2.5 Yö kolmikerroksisessa linnassa	16
2.6 Millennium-linna	18
2.7 LumiLinna 2001	19
2.8 LumiLinna 2002	21
2.9 Yhteistyökumppanina Mammut	22
2.10 LumiLinna 2004	23
2.11 Kymmenes linna, juhlinna	23
2.12 Tulta ja satuhahmoja	24
2.13 Linna meren tarinoista	25
2.14 Teemana matkailu	25
2.15 Linna mallia 2009	26
3 LUMILINNAN ELINKAARI	27
3.1 Elinkaarimalli	27
3.2 Löytäminen	28
3.3 Sitoutuminen	29
3.4 Kehittyminen ja nopea kasvu	30
3.5 Vakiintuminen	30
3.6 Stagnaatio	31
3.7 Kohti taantumaa ja uutta kasvua	32
3.8 Tulevaisuus turvattu hetkiksi kerrallaan	33
4 LUMILINNA USEAMMASTA ERI NÄKÖKULMASTA	35
4.1 Asiakastutkimuksen toteutus	35
4.2 Linnavieraita läheltä ja kaukaa	35
4.3 Matkustustottumuksia ja -motiiveja	37
4.4 Lisää linnamaisuutta	38
4.5 Vahvuuksia, heikkouksia ja unelmien linnoja	41
4.6 Linnanisäntien ja -emännän mietteitä linnan taipaleesta	42
4.7 SWOT	45
5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	47
5.1 Tulosten pohdintaa	47
5.2 Pohdintaa työmenetelmistä	48
5.3 Kehitys- ja jatkotutkimusideoita	49
LÄHTEET	50
LIITTEET	55

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen kohde

Kemin LumiLinna sijaitsee Perämeren pohjukassa, Kemin kaupungissa, lähellä Suomen ja Ruotsin rajaa. Idea Kemin LumiLinnasta syntyi jo vuonna 1994 ja hullun idean toteuttaminen johti jatkuvaan lumilinnailmiöön. LumiLinna on myös ratkaisevasti vaikuttanut Kemin kaupungin imagoon, joka ennen perustui vain teollisuuteen ja punaisuuteen eli vasemmistolaisuuteen, kun taas nykyisin kaupunki tunnetaan valkoisena, talvisena matkailukaupunkina.

LumiLinna on erittäin tärkeä talvimatkailutuote Kemin kaupungille ja Perämeren alueelle. Ensimmäinen linna rakennettiin vuonna 1996 ja sen huiman onnistuneisuuden ja suosion ansiosta yhä uudet linnat ovat vuosittain nousseet Kemin kaupungin talviseksi turistivetovoimaksi jäänmurtaja Sampon sekä muun tarjonnan ohella, josta osa on jopa syntynyt juuri LumiLinnan vaikutuksesta. Jo toisena vuotena päätettiin, että LumiLinnasta tulee pysyvä hanke. Kysymys hankkeen kauaskantoisesta pysyvyydestä toimi lähinnä lähtökohtana opinnäytteeni idealle.

Ensimmäinen linna keräsi suurta valtakunnallista ja kansainvälistä huomiota ja kävijämäärät hipoivat pilviä. Kemiläiset pääsivät jopa Guinnessin ennätystenkirjaan valtavalla lumirakennelmallaan, joka oli laatuaan maailman suurin. Erinäisten tilastojen mukaan kuitenkin niin linnat kuin niiden kävijämäärät ovat vuosien saatossa laskeneet. Myös tapahtumatarjonnan määrä on supistunut huomattavasti verrattuna ensimmäisiin linnoihin eikä mediasirkuskaan ole enää yhtä kattavaa vaikkakin LumiLinnasta yhä ollaan kiinnostuneita niin kotimaassa kuin eri puolilla maailmaa. Millaista mediahuomiota LumiLinna sitten vuosien saatossa on saanut, selviää työn LumiLinnaa käsittelevässä kappaleessa.

Työssäni tutkin siis vetovoimatekijöitä, joihin tapahtumatarjontakin vahvasti lukeutuu. Tutkin myös LumiLinnaa matkailukeskuksen elinkaarimallin avulla. Selvitän, millainen on

ollut LumiLinnan historia, tämä hetki ja millainen tulee mahdollisesti olemaan sen tulevaisuus. Lisäksi pohdin millainen yhteys vetovoimatekijöillä on muun muassa kävijämääriin ja elinkaareen eri vaiheisiin.

Työni tavoite on selvittää LumiLinnan matkailullisia vetovoimatekijöitä. Haluan tutkia niitä asioita, jotka vetävät matkailijoita näkemään tuon valkoisen, vaikuttavan lumirakennelman pienessä perämeren kaupungissa, Kemissä. Jotta ihminen lähtee matkaan, läheiseen tai kaukaiseen kohteeseen, kohti tuttua tai tuntematonta, on hänellä siihen yleensä myös jokin motiivi ja sitä voidaan kutsua päinvastaisesti työntövoimatekijäksi. Työssäni käsittelemän siis myös ohimennen työntövoimatekijöiden yhteyttä vetovoimatekijöihin sekä työntövoimatekijöiden kuin vetovoimatekijöidenkin merkitystä matkakohteen valinnassa. Elinkaaren tutkimisella puolestaan tahdon selvittää, missä vaiheessa LumiLinnan elämäntarinaa eletään tällä hetkellä ja mitkä tekijät ovat vaikuttaneet sen eri vaiheiden muodostumiseen.

1.2 Käsitteet ja teoriat

Tärkeimpinä lähteinä olen käyttänyt muun muassa Hemmin, Lehtisen ja Vuoriston sekä Kauppilan tutkimuksia matkailusta, attraktiosta, työntö- ja vetovoimatekijöistä, matkailukeskuksen elinkaaresta sekä elämyksestä. Esittelen luvussa käsitteet lyhyesti ja perehdyn myöhemmin tutkimuksessani siihen, miten nämä tekijät näkyvät LumiLinnassa.

Matkailu

Matkailun käsitteelle on annettu useita erilaisia, silti toisiinsa liittyviä ja keskenään yhteneväisiä määritelmiä. Varhaisimpien käsitysten mukaan matkailu käsitti vain lomamatkailun, mutta ajan myötä käsite on laajentunut ja nykyään matkailulla tarkoitetaan lähinnä kaikenlaista matkustamista paikasta toiseen esimerkiksi työn, virkistäytymisen, terveyden tai harrastusten vuoksi. Puhuttaessa matkailusta on myös muistettava huomioida kohdealue, jolle matkailu kuitenkin on useimmiten joko pää- tai sivutoiminen elinkeino (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 7-8.) Hemmin ym. (1987, 8-9) mukaan matkailu lyhyesti selitettynä on ihmisten liikkumisen ja vieraalla paikkakunnalla viipymisen

synnyttämien ilmiöiden kokonaisuus. Kai-Veikko Vuoristo (1994, 22) täsmentäisi tätä käsitettä toisin sanoin tapahtumaksi, jossa lähtöalueen työntövoima ja kohteen tai kohdealueen vetovoima löytävät toisensa. LumiLinnan ollessa Kemin yksi merkittävimmistä matkailullisista attraktioista, matkailu on erittäin oleellinen käsite siitä puhuttaessa.

Attraktio

Matkailun tutkija Alan Lew, joka 1980-luvun loppupuolella kehitti attraktiotutkimuksen viitekehikkoa, tarkoittaa attraktiolla maisemia, aktiviteetteja sekä kokemuksia ja elämyksiä (Vuoristo 1994, 24). Järviluoma (1994, 38) puolestaan selittää attraktiokäsitteen paikkaan sidotuilla kohteilla tai tapahtumilla, joilla on erinäinen määrä vetovoimatekijöitä. Näiden teorioiden perusteella voidaan siis jo päätellä attraktion periytyvän englanninkielisestä termistä ”attraction”, joka tarkoittaa suomennettuna nähtävyyttä, vetonaulaa, vetovoimaa. Attraktioilla kuitenkin tarkoitetaan eri asiaa kuin vetovoimatekijöillä, joiden määritelmä selitetään myöhemmin. Epäselvyyksien välttämiseksi voitaisiin kuitenkin vielä Järviluoman (1994, 38) sanojen mukaan selittää attraktion käsittävän matkakohdetta ja vetovoimatekijöiden sen määritelmiä. Käänteisesti tämä siis tarkoittaisi sitä, että kohteet, joilla on matkailullista vetovoimaa, voidaan käsittää attraktioiksi (Järviluoma 1994, 38). LumiLinnasta attraktion tekee esimerkiksi sen tunnettuus maailman suurimpana lumirakennelmana, joka on näkemisen arvoinen.

Työntövoimatekijä

Kun mietitään, miksi lähdetään matkalle, mietitään motiiveja. Työntövoimatekijät ovat juuri näitä motiiveja. Motiiveille on erilaisia, jälleen kuitenkin toisiansa tukevia teorioita ja luokitelmia. Esimerkiksi Cromton (1979) on jakanut motiivit kahteen pääryhmään; sosiopsykologisiin sekä kulttuurisiin. Sosiopsykologisia motiiveja hänen mukaansa ovat mm. pako arjesta, rentoutuminen sekä perhesiteiden tiivistäminen (Järviluoma 1994, 33-34.) Matkalle lähdön uskotaan Järviluoman (1994, 35-36) mukaan tyydyttävän inhimillisiä tarpeitamme, jonka vuoksi motiiveja eli vetovoimatekijöitä voidaan tarkastella myös erilaisten tarveteorioiden, kuten Maslow'n tarvehierarkian, perusteella. Etenkin ulkomaalaisille matkaajille LumiLinna tarjoaa normaaliarjesta poikkeavan ympäristön sekä erilaisia elämismahdollisuuksia. Tällaisten kaipaaminen voi siis toimia matkaan lähdön kimmokkeena.

Vetovoimatekijä

Jos työntövoimatekijät vastaavat kysymykseen, "miksi lähdetään matkalle", vetovoimatekijät puolestaan vastaavat kysymykseen "millä perusteilla matkakohde valitaan". Vetovoimatekijöitä voivat olla kohteen tarjoamat eri puitteet, kuten ilmasto tai majoitus- ja ravitsemuspalvelut yhtä hyvin kuin kohteen saavutettavuus tai hintatasokin (Järviluoma 1994, 32.) Lumen ja jään näkeminen ensimmäistä kertaa tai mahdollisuus yöpymiseen ja ruokailemiseen LumiLinnassa voivat muun muassa toimia tällaisina houkuttimina. Vetovoimatekijät ovat siis asioita, joilla attraktiota eli matkakohhteita markkinoidaan ja myydään. Niillä pyritään luomaan mielikuvia sekä herättämään osto- ja matkustushalua kohteeseen. Toisaalta, vetovoimatekijöiden tulee myös vastata matkustajan matkustusmotiveihin.

Matkailukeskuksen elinkaari

Richard Butler kehitti matkailukeskuksen elinkaariteorian vuonna 1980. Butlerin teorian mukaan elinkaari käsittää seuraavat vaiheet: löytäminen, sitoutuminen, kehittyminen, vakauttaminen ja stagnaatio, eli ”seisaus”, pysähtyminen. Stagnaatiovaiheen jälkeen elinkaarella on useita vaihtoehtoisia kehityssuuntia, joista selkeimmät suunnat ovat taantumisen ja uusi kasvu. (Kauppila 1994, 50.) LumiLinnan elinkaarta käsitellen luvussa kolme.

Elämys

Elämystuote on asiakaslähtöisesti suunniteltu, tuotteistettu kokemus. Se ei ole pelkästään mukava kokemus tai miellyttävä palvelu vaan usean eri tekijän summa. Elämys voi tuottaa kokijalleen jopa henkilökohtaisen muutoskokemuksen, jolla voi olla vaikutusta henkilön mieltymyksiin tai jopa maailmankuvan muuttumiseen. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009.) Esimerkiksi kaste- tai häätilaisuus linnassa voi toimia elämyksen aikaansaavana tapahtumana.

1.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimusongelmia työssäni ovat pääasiassa LumiLinnan matkailulliset vetovoimatekijät sekä elinkaari. Pohdin, mitä vetovoimatekijöitä LumiLinnalla on ja miten niitä tulisi hyödyntää. Mitä vetovoimatekijöitä voitaisiin yhä kehittää ja millä keinoilla? Mitä vaihetta LumiLinna elää parhaillaan omassa elinkaarensa? Mitä vaiheita on koettu ja mitä mahdollisesti tullaan vielä kokemaan? Lisäksi tutkin, mikä on vetovoimatekijöiden ja elinkaaren eri vaiheiden yhteys toisiinsa.

1.4 Aineisto ja menetelmät

Tutkimukseni on pääasiassa kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Käytän työssäni myös osittain kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on päämääränä löytää ja paljastaa tosiasioita enemmän kuin todentaa jo olemassa olevia väittämiä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157). Kvalitatiivista menetelmää käytän lähinnä elinkaariteorian tutkimiseen, kun taas vetovoimatekijöiden selvittämisessä nojaan kvantitatiivisiin tutkimustapoihin ja menetelmiin. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa tuloksia kuvaillaan prosenttitaulukoiden avulla ja päätelmiä tehdään tilastolliseen analysointiin perustuen. Lisäksi kvantitatiivisissa tutkimuksissa hyödynnetään aiempia teorioita ja tehdään johtopäätöksiä aiemmista tutkimuksista ja niiden tuloksista (Hirsjärvi ym. 2007, 136.)

Aineistonkeruumenetelmänä työssäni olen käyttänyt pääasiassa survey-tutkimusta. Kyselyn teettäminen on yksi survey-tutkimuksen keskeisimmistä menetelmistä (Hirsjärvi ym. 2007, 188). Kyselylomakkeeni ovat puolistrukturoituja kyselylomakkeita. Tämä tarkoittaa sitä, että kyselylomakkeet sisältävät sekä avoimia kysymyksiä että kysymyksiä, joille on annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Lisäksi mukana on kysymyksiä, jotka noudattavat tyyliään strukturoitujen ja avointen kysymysten välimuotoa, eli annettujen vastausvaihtoehtojen jälkeen esitetään avoin kysymys. Näiden kysymysten avulla yleensä toivotaan saatavan sellaisia vastauksia, joita tutkija ei ole osannut etukäteen ajatella (Hirsjärvi ym. 2007, 194.) Kun annetaan tällainen avoin vastausvaihtoehto, siitä saatavien vastausten määrä ei

kuitenkaan saisi muodostaa vastausryhmää, jonka koko olisi suurempi kuin annettujen vaihtoehtojen muodostamat vastaukset. Tätä ongelmaa ei esiintynyt vastauslomakkeissani. Vastauksien pohjalta laadin taulukkolaskentaohjelman avulla erilaisia kaavioita hahmottamaan saatuja tuloksia sekä analysoin niitä tekstissä kirjallisesti.

Vastauslomakkeiden avulla tutkin LumiLinnan asiakkaiden mielipiteitä linnan vetovoimatekijöistä niiden hyvine ja huonoine puolineen. Olen myös tiedustellut heiltä myös mm. linnan vahvuuksia ja heikkouksia. Näitä seikkoja tulkitsen muun muassa SWOT analyysin avulla. SWOT analyysi on Albert Humphreyn kehittämä ideointiin ja jatkokehittelyyn käytettävä nelikenttämenetelmä. Swot analyysia voidaan käyttää matkailuyrityksen sisäisten seikkojen eli vahvuuksien (strengths) ja heikkouksien (weaknesses) sekä ulkoisten asioiden eli uhkien (threats) ja mahdollisuuksien (opportunities) kartoittamiseen. Analyysin avulla voidaan laatia erinäisiä kehittämissuunnitelmia ja näin pyrkiä kääntämään niin uhat kuin heikkoudetkin mahdollisuuksiksi. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2002, 123-124.)

Toisena tiedonkeruumenetelmänä käytän haastatteluita, joissa haastattelen linnan eri vaiheiden aikana vaikuttaneita linnanisäntiä ja -emäntää. Haastatteluiden avulla pyrin hahmottamaan myös paremmin elinkaaren vaiheita. Käytän analysoimisessa ja tulkittamisessa apuna myös Butlerin kehittämää matkailukohteen elinkaarimallin teoriaa. Aineistona käytän työssäni myös LumiLinna News-lehtiä sekä muita LumiLinna lehtipainoksia ja esitteitä.

1.5 Tutkimuksen kulku

Toisessa luvussa kerron tutkimuskohteesta. Kerron siitä, mistä kaikki lähti – mistä syntyi idea LumiLinnan rakentamiseen ja kuinka idea lopulta toteutettiin. Lisäksi esittelen tärkeimpiä tietoja ja pääkohtia menneiden talvien linnoista koittaen muodostaa lukijalle selvän ja kattavan historiikin linnakausista. Kolmannessa luvussa puolestaan tutkin LumiLinnan elinkaarimallin avulla ja selvitän, missä vaiheessa eletään nyt.

Neljäs kappale koostuu pääasiallisesti tutkimusta varten tehtyjen kyselylomakkeiden vastausten analysoimisesta. Esittelen tekstissä tuloksia havainnollistaen niitä erilaisin kaavion ja diagrammein. Se käsittelee myös veto- ja työntövoimatekijöitä, niiden suhdetta toisiinsa sekä matkailukohteen valintaan. Pyrin selvittämään LumiLinnan tämän hetkisen sijainnin sen omalla elinkaarellaan ja mahdollisesti ennustamaan sen tulevaisuutta hyödyntäen myös muita tutkimuksessani käytettäviä analyysimenetelmiä.

Viides ja viimeinen kappale on pohdintaluku, jossa kokoan työstä saadut tulokset ja johtopäätökset yhteenvedoksi. Pohdintaluku kertoo työn vaiheet tiivistettynä kuitenkin tiivistelmää kattavammin.

2 KEMIN LUMILINNA

2.1 Maailman suurin LumiLinna – idean synty

Vuonna 1994 Kemiin kaavailtiin tapahtumaa, keinoa, jolla markkinoida kaupunkia sekä parantaa samalla sen negatiivista imagoa. Samana keväänä Kemin silloinen kaupunginjohtaja Juhani Leino lähetti tuoreelle markkinointisihteerille Seppo Lankiselle, sähköpostin, jossa hän kysyi, josko lumilinnaa voisi käyttää jotenkin hyödyksi kaupungin markkinoimisessa. Idea ei auennut Lankiselle ennen kuin tämän ollessa jäänmurtaja Sampolla Yleisradion tuottajan Heikki Kahilan kanssa. Kun Lankinen kertoi Kahilalle lumilinnaideasta, he innostuivat kuin pikkupojat ideoimaan valtavaa lumirakennelmaa ja samalla reissulla päätös lyötiin lukkoon; Kemiin kohoaisi maailman suurin lumilinna! Tarkoitus ei kuitenkaan ollut rakentaa pelkkää valtavaa lumikyhäelmää, vaan linna lämmitettävine estradeineen sekä korkeatasoisine ohjelmineen. Pohjimmaisena ideana oli luminen huvipuisto ja talvinen kulttuurikeskus, jonka markkinointi ja vetovoima rakentuisivat vuosittaisen uusiutumisen varaan. Pelkällä ideoinnilla eikä vielä sentään samaisena keväänä linnaa lähdetty rakentamaan, vaan mukaan tarvittiin ensin lukuisa joukko asiantuntijoita, arkkitehti sekä rakentajia sekä muutama testausversio. (Lankinen 2009.) Eräs merkittävä puhallus hiileen oli myös AP:n (Associated Press) tekemä, maailmanlaajuisen uutiskynnyksen ylittänyt juttu tulevasta linnasta (Rintala 2009, 24). Valmistuttuaan kaksi kevättä myöhemmin ensimmäinen linna saavutti mitoillaan Guinnessin maailman ennätyksen.

2.2 Ensimmäinen LumiLinna

Vuonna 1996 valmistuneen maailman suurimman lumilinnan pinta-ala oli huikeat 13 500 neliometriä. Linna sijaitsi Perämeren rannassa, Kemin Ruutinpuistossa ja se sulki sisäänsä leikkipuiston, linnantorin, kappelin, ravintoloita sekä konsertteja varten rakennetun näyttämön. Yhteispituutta linnan muureilla oli 1100 metriä ja korkeutta kolmesta

yhdeksään metriin. (Guinness Suuri ennätyskirja 1997, 136-137.) Lapsille suunnattu Elämyspuisto koostui 12 katetusta lumihuoneesta, jotka kätkivät sisäänsä interaktiivisesti ohjatun, elävän sadun. Seikkailua johti opas, jonka avustuksella lasten tarkoitus oli pelastaa linnan lumipallomaskotti, Arttu. (Sainio 1996, Kakon ja Juutisen 2006, 25 mukaan.) Ihmetystä herättivät myös oikeasti toimivat lumiset puhelinkopit, jotka olivat ehdottomasti kuvatuimpien kohteiden joukossa Maailman Suurimmassa LumiLinnassa (Linnan Uutiset 2/1997, 11).

Maailman suurin lastenjärjestö Unicef oli vahvasti mukana hankkeessa ja se piti sitä myös eräänä 50-vuotisjuhlavuotensa päätapahtumana Euroopassa (Kakko & Juutinen 2006, 23). Kulttuuritarjonta oli myös alkuperäisten suunnitelmien mukaisesti varsin kattava: muun muassa Kemin kaupunginteatterin Jääsatu-näytelmä, kansainvälinen kuumailmapallotapahtuma sekä -lumiveistoskilpailu, Ebony Operan ja Karita Mattilan konsertit sekä Unicefin oma juhlakonsertti keräsivät paitsi runsain mitoin linnavieraita myös arvokasta mediahuomiota (Rintala 2009, 40).

Tiedotusvälineissä Maailman Suurimman LumiLinnan potentiaalinen kontaktipinta kattoi miljardeja ihmisiä ympäri maailman Kiinan televisiosta amerikkalaisiin maailmanlevikkisiin julkaisuihin ja pikkukaupunkien paikallislehtiin, lukuisilta satelliittikanavilta satoihin radioasemiin ja lehtiin; Japani, Saudi-Arabia, Peru, Arabiemiirikuntien Liitto, Uusi Seelanti, Australia, Kanada, Singapore, Bangla Desh, eurooppalaisista viestimistä puhumattakaan. (LumiLinna-painos 1997, 3.)

Kaiken tämän lisäksi Suomen Yleisradio tuotti ja kuvasi ensimmäiseltä linnavuodelta ohjelmaa yli viiden tunnin verran. LumiLinnan saama mediahuomio on siis rahassa mittaamattoman arvokas ja ilman sitä linna olisi saattanut hyvinkin jäädä ainoastaan yhden talven kestäneeksi nähtävyydeksi. (Rintala 2009, 30.)

Kemin ensimmäinen LumiLinna oli avoinna 17.2-27.3.1996 ja vierailijoita siellä kävi yhteensä 273 000 (Sainio 1998, Kakon ja Juutisen 2006, 24 mukaan). Kaukaisimmat heistä saapuivat muun muassa Etelä-Afrikasta, Japanista, Yhdysvalloista, jopa Australiasta saakka (LumiLinna-painos 1997, 3). Kävijämäärätavoite täyttyi siis lähes kymmenkertaisena budjetoidun 30 000 kävijän sijaan kun pelkästään jo maksullisiin tilaisuuksiin lippuja myytiin vastaava määrä (Linnan Uutiset 2/1997, 35). Onnistunut kulttuuritapahtuma

keräsiikin matkailun saralta useita kunniamainintoja, kuten esimerkiksi: ”Vuoden matkailuidea 1996”, ”Vuoden tuottavin idea Pohjois-Suomessa”, ”Vuoden viestintäteko”, ”Kemi - eniten imagoaan kehittänyt kaupunki” sekä palkintoja, kuten: ”Blue Wings - matkailupalkinto” ja ”Matkailuhistoriallinen palkinto” (LumiLinna-painos 1999, 5).

2.3 Satumainen kulttuurikeskus Suomen talvessa

Toisena rakentamisvuonna linna sijoittui jälleen meren rantaan, tosin tällä kertaa kaupungin sisäsatamaan. Edellisvuonna linnaan rakennettiin varta vasten erillinen estradi, mutta tänä vuonna hyväksi käytettiin Meripuistossa jo valmiiksi sijaitsevaa lavaa, jonka ympärille linnan muurit pystytettiin. (Sainio 1998, Kakon ja Juutisen, 2006, 28 mukaan.) Olennaisena osana linnapihaa tällä kertaa olivat nyt myös sisäsataman historialliset makasiinit, jotka toimivat lähinnä basaari- sekä anniskelurakennuksina. Paikanvaihdon ja rakennuskannan hyväksikäyttämisen taustalla piili muun muassa pyrkimys kustannusten säästämässä. (Linnan Uutiset 1/1997, 2.) Pinta-alaa toisessa linnassa oli 15 000 neliometriä (Kakko & Juutinen 2006, 29).

Estradin ohjelmisto pyörähti käyntiin jo itsenäisyyspäivänä, 6.12.1996, mutta itse linna avautui yleisölle vasta keväällä, 7.2.1997 (Sainio 1998, Kakon ja Juutisen 2006, 28 mukaan). Tarjonta oli jälleen laadukasta ja kansainvälistä. Esiintyjäkaartiin lukeutuivat muun muassa Jaakko Ryhänen, Tamara Lund, CMX sekä J. Karjalainen. Lisäksi linnassa nähtiin Hollywood Stuntmen's Show, joulu-evankeliumiin perustuva pienoisooppera sekä edellisvuoden suositut Jääsatu-näytelmä sekä Unicef-konsertti Unicefin ollessa tälläkin kertaa LumiLinnan yhteistyökumppanina. (Kakko & Juutinen 2006, 30-31.) TV1 esitti myös edellisvuonna linnassa kuvattua materiaalia jouluohjelmistossaan (LumiLinna-painos 1997, 15).

Uutta linnassa oli erillinen taidehalli, jonne sijoittui kolme erillistä näyttelyä. Sisäänpääsymaksu hallin puolelle oli 20 markkaa, mutta muuten pääsy linnaan oli yhä ilmaista. (Rinne 1997, Kakon ja Juutisen 2006, 30 mukaan.) Uutuutena toimi lisäksi linnaravintolan merenpuoleiseen kylkeen rakennettu aurinkoterassi, joka tarjosi upeat

puitteet kevätaringosta nauttiville (Linnan Uutiset 1/1997, 21). Lapsiasiakkaiden viihtymiseen oli myös pyritty satsaamaan edellisvuotta enemmän muun muassa rakentamalla huikea 70 metrin mittainen liukumäki (Kakko & Juutinen 2006, 30) eikä ponijelutkaan linnan pihassa jättäneet takuulla pienten siinä missä isompienkaan linnavieraiden mieliä kylmäksi (Linnan Uutiset 1/1998, 9). Lapsivieraita silmällä piti myös Linnan alkuperäinen maskotti Arttu uuden ystävänsä, Tertun, kanssa (Linnan Uutiset 1/1999, 18).

Kävijämäärätavoitteissa päästiin jälleen reilusti plussan puolelle ja lukemat olivat jopa suuremmat kuin edellisvuonna. Budjetoitu kävijämäärä oli 200 000 (Linnan uutiset 2/1997, 35), mutta jo pelkästään rakentamisvaiheessa linnaa kävi ihastelemassa 30 000 ihmistä, minkä lisäksi varsinaisen linnakauden aikana muurien sisäpuolella kävi vielä 370 000 vierasta lisää (Rintala 2009, 44). Linna suljettiin yleisöltä huhtikuun 13. päivänä (Kakko & Juutinen 2006, 28).

2.4 Kaksikerroksinen linna

Vuonna 1998 linnan kokonaispinta-ala oli edellisvuosiin nähden hieman pienempi, mutta linna olikin rakennettu tällä kertaa kahteen kerrokseen (Kakko & Juutinen, 2006, 32). Ensimmäistä kertaa linnan alueelle pääsemisestä myös veloitettiin pääsymaksu, joka oli aikuisilta 20 ja lapsilta 10 markkaa. Pääsylipputuloilla oli tarkoitus kattaa suurin osa linnan kustannuksista. Vaikka käyntejä kolmannen vuoden linnassa kertyikin kaikkiaan 300 000, ei lipunmyynnissä kuitenkaan päästy tavoiteltuihin lukemiin. (Knihtilä 1997, 1998 Kakon ja Juutisen, 2006, 32 mukaan.) Tähän syynä lienee hienoinen yleisökato yleisömenestyksiksi ennakoitujen ohjelmien keskuudessa. Paikallisen ammattikorkeakoulun tekemän tutkimuksen mukaan vika ei kuitenkaan ollut esiintyjävalinnoissa, vaan ohjelmistotiedottamisen puutteissa. (Pohjolan Sanomien talvimatkailuliite 1999, 11.)

Kolmannen linnakauden tapahtumalistalla oli liuta urheilullisia tapahtumia, kuten Kemi Boxingin ja Lautiosaaren Hakan järjestämä LumiLinna -nyrkkeilyturnaus, kansainvälinen

”vanhojen herrojen” jalkapalloturnaus Gentleman Arctic Soccer Cup Tournament, sekä jäätanssijapari Susanna Rahkamon ja Petri Kokon jääshow. (Kakko & Juutinen 2006, 34.) Lisäksi lumilautailijoille rakennetussa X-Areassa järjestettiin useampaan otteeseen hyppykilpailuja alan harrastajien kesken (Linnan Uutiset 1/1998, 13).

LumiLinnassa nähtiin myös toistamiseen kansainvälinen kuumailmapallotapahtuma ja edellisvuosina suosiota niittänyt Jääsatukin sai jatkoa musiikinäytelmästä Lumikuningatar. Lapsia kävivät viihdyttämässä muun muassa taikuri Iiro Seppänen ja tietysti linnan omat maskotit Arttu ja Terttu. Yhteistyökumppanina toiminut SPR järjesti myös omat konserttinsa niin aikuisille kuin lapsillekin (Kakko & Juutinen 2006, 34-35), joiden lisäksi lapsille järjestettiin erillinen lasten viikonvaihe. Nuorisoa puolestaan tanssitti Apulanta, jonka keikan päätteeksi järjestettiin myös disco. (Linnan Uutiset 1/1998, 9, 14.)

Lapsille löytyi linnasta jälleen oma Lastenmaailma, joka koostui tällä erää mm. valtaistuinsalista, vääristävien peilien ja muiden kujeiden labyrintistä, pikkunäyttämöstä ja huimasta liukumäestä. Linnan ulkopuolella oli erillinen leikkimaa leikkivälineineen (Kakko & Juutinen 2006, 33), minkä lisäksi poni- ja huskyajelut olivat mahdollisia koko linnan aukioloajan 7.2 alkaen aina kauden päättymiseen saakka, tosin linnan ulkopuolisen tahon järjestäminä (Linnan Uutiset 1 /1998, 13, 18). Linna suljettiin suotuisten kelien ansiosta poikkeuksellisesti vasta 19.4.1998 (Pohjolan Sanomien talvimatkailuliite 1999, 11).

2.5 Yö kolmikerroksisessa linnassa

Linnan pinta-ala neljännessä linnassa oli vain 1420 neliömetriä, mutta kerroksia peräti kolme. Linnan julkisivu oli rakennettu näyttäväksi, tasasivuiseksi kolmioksi, joka muistutti intiaanien muinaisia rakennusperinteitä. (LumiLinna 1999, 6.) Linnan rakenteet nousivat jopa kuudentoista metrin korkeuteen ja uusinta uutta linnassa oli myös mahdollisuus yöpyä sen viileimmässä uutuudessa, lumihotellissa. Arktisia öitä vuoden 1999 linnassa uskaltautuikin viettämään yhteensä 89 vierasta. (Rintala 2009, 52.) Lumihotellin kapasiteettiin kuului neljä kahden hengen huonetta sekä yksi hääsviitti huonevarustuksen koostuessa tuoleista, pöydistä, lumirungolle rakennetuista sängyistä, sähköllä toimivasta

valaistuksesta ja jopa televisioista! Huoneiden sisustamisesta vastasivat Länsi-Lapin ammatti-instituutin käsi- ja taideteollisuusalan opiskelijat. (Kakko & Juutinen, 2006, 37-38.) Hinta yöpyjää kohden normaalihuoneessa oli 500 markkaa (Linnan Uutiset 1/1999, 3).

Kolmen kerroksen sekä lumihotellin lisäksi uutta linnassa oli myös Linnanpidot sekä suksien vuokrausmahdollisuus. Keskiajan tyyliin järjestetyissä Linnanpidoissa oli tarjolla erilaisia herkkuja trubaduurin säestämänä. Pitoja järjestettiin yleisölle kauden aikana kolmesti, minkä lisäksi niitä oli mahdollista järjestää erikseen asiakkaan tilauksesta. (Linnan Uutiset 1/1999, 5.) Suksivuokraaminen puolestaan tapahtui urheiluvälineliike CitySportin toimesta. Suksien lisäksi vuokrausvalikoima oli laajennettavissa aina varusteista vetoahkioihin saakka. (Linnan Uutiset 1/1999, 26.)

Kolmikerroksista linnaa vuonna 1999 koristi paitsi näyttävä, pyramidimainen sisäänkäynti, myös keminmaalaisen jäänveistäjän Mauri Markkasen upea jäästä veistetty Linnanherran suihkulähde, joka pulppusi vettä kylmyydenkin keskellä (LumiLinna 1999, 9). Markkasen apuna oli myös maineikkaita kiinalaisia jäänveistäjiä, jotka toivat linnaan ja sen jäisiin veistoksiin ripauksen aasialaista eksotiikkaa (Linnan Uutiset 1/1999, 21). Ihmetystä saattoi aiheuttaa myös pala Afrikkaa keskellä lunta ja jäätä. Suomen Lähetysseura ja Meri-Lapin seurakunnat rakennuttivat nimittäin parin viikon ajaksi LumiLinnaan olkikattoisen savimajan, jossa pystyi tutustumaan afrikkalaiseen elämäntyyliin leikeistä arkirutiineihin (Linnan Uutiset 1/1999, 38-39).

Estradille nousivat tällä kertaa muun muassa Apocalyptica, Ultra Bra sekä Kirka. Paikalliset bändit saivat myös tilaisuuden tulla kuulluksi erillisessä tapahtumassaan. Peltipappamopojen kokoontumisajot, Kemin kaupungin 130-vuotisjuhla, lumenveiston SM-kisat, hiihtosuunnistuksen puistokisa, TV2:n Huvitutti-konsertti, SPR-viikonloppu sekä edellisvuodelta tutut Kemi Boxing -nyrkkeilytapahtuma ja Rahkamo & Kokko -jäätantansshow toivat myös vipinää ja väkeä linna-alueelle tänäkin vuonna. (Kakko & Juutinen 2006, 38.)

Lapsille linnan pihalta löytyi oma estradi sekä katsomo pienempiä esityksiä varten. Hiruinen liukumäki, kahden kerroksen läpikulkeva Jättiläisen korvakäytävä, takasi myös kunnan vauhdit niin lapsille kuin lapsenmielisillekin linnavieraille minkä lisäksi poni- ja

huskykydytkin olivat edelleen mahdollisia linnan maisemissa. (LumiLinna-painos 1999, 18, 20.) Viikonloppuisin linnassa lapsia viihdyttivät Pelle Piparminttu sekä teatteriryhmä Pinocchio satunäytelmiseen ja tarjolla oli myös runoja ja lauluja sekä muuta ohjelmaa pikkuestradin puolella (Linnan Uutiset 1/1999, 20).

Kokonaiskävijämäärä neljännen vuoden linnassa oli kuitenkin hieman aiempia vuosia pienempi, vaikkakin edelleen kiitettävä n. 250 000 lukemalla. Kävijöistä ulkopaikkakuntalaisten osuus oli 55 %. Kertalippujen hinnat tällä kertaa olivat aikuisilta 30 ja lapsilta 10 markkaa ja kausilippu aikuisilta 50 ja lapsilta 30 markkaa. (Knihtilä, 1999, Kakon ja Juutisen 2006, 36 mukaan.) Linna oli avoinna joka päivä klo 9.00 - 20.00 ajalla 5.2 – 19.4.1999.

2.6 Millennium-linna

Vuoden 2000 linnan suunnitteli italialainen arkkitehti Venanzia Rizzi-Piira, joka käytti innoituksenaan antiikinaikaisen kotikaupunkinsa Materan rakennustaidetta. Tyyli poikkesi aikaisemmista vuosista mm. sillä, ettei linna koostunut nyt ainoastaan yhdestä, vaan peräti neljästä erillisestä osasta; kappelista, ravintolasta, tornigalleriasta sekä hotellista (Hiltunen 2000, Kakon ja Juutisen 2006, 38-39 mukaan). Linnassa oli ”hammastettuja” torneja ja muureja, sisäänkäynnillä laskusilta ja linnan kappelikin muistutti roomalaiskatolista rauniokirkkoa. Lisäksi linnan alueelta löytyi jääpuisto, jossa siperialaiset jäänveistäjät olivat taikoneet jäästä eri eläin- ja ihmishahmoja. Näyttävimpiin jääveistoksiin takuulla lukeutui kuitenkin jäänveistäjä Mauri Markkasen edellisvuoden kaltainen, ääni- ja valotehostein varustettu elävä suihkulähde. Visuaalisuuteen siis panostettiin huomattavasti enemmän kuin linnojen historiassa aiemmin. (Lapin Talvi 2000, 14-15.)

17 000 lumisen neliömetrin alueelle uutuutena tuli mm. Cumuluksen viinitupa, joka sijoittui lämpimiin tiloihin, yhteen sataman rantamakasiineista. Ja koska lapset ovat olleet linnan tärkeä asiakasryhmä alusta lähtien, myös heille rakennettiin Millennium-linnaan oma seikkailumaa, lasten kasino sekä uuden karhea minikelkkarata. Lisäksi myös Kallivuoren

Peikot, Pelle Piparminttu sekä Arttu ja Terttu vastasivat lasten viihtymisestä tuttuun tapaan. (Lapin Talvi 2000, 14.)

Linnan ohjelmistoon lukeutuivat Mikko Alatalo, Pave Maijanen, Kaartin soittokunta, Jaakko Löytty (Kakko & Juutinen 2006, 42), Lenni-Kalle Taipale Trio, Kolme Rouvaa, Vesa-Matti Loiri, Bomfunk MC's sekä Fröbelin Palikat. Lisäksi linnassa järjestettiin kevään mittaan myös mm. Night Glow-kuumailmapallotapahtuma, nyrkkeilykilpailut, muotinäytös, LumiLinna-rock sekä koululaiskonsertti. (Lapin Talvi 2000, 14.)

Vuonna 2000 linna toimi ensimmäisen kerran yhtiötettynä, neljän eri osakkaan alaisuudessa (Varila 2004, 8). Asiakastavoitteeksi asetettiin 280 000, josta jäätiin hurjasti jälkeen, kun kävijöitä laskettiin lopullisen, uuden johtokunnan valitseman lukeman jälkeen olleen vain 100 000. LumiLinnan kävijätilastot puolestaan näyttivät yli 200 000 kävijämäärää. (Kilpeläinen 2000b ja Lankinen 2006 Kakon ja Juutisen, 2006, 39 mukaan.) Olipa kävijöitä sitten enemmän tai vähemmän, kohde oli kuitenkin nähtävissä kautta maailman kun linnan Millenniumjuhlat televisioitiin juhlayönä (Lapin Talvi 2000, 14). Linna oli avoinna 11.2 alkaen (Kakko & Juutinen 2006, 42). Yöpyjien määrä oli 486, eli edellisvuoteen verrattuna yli viisinkertainen (Lumilintojen historiaa).

2.7 LumiLinna 2001

LumiLinnan pinta-ala pieneni jälleen 8000 neliömetriin (Rintala 2009, 60). Yksikerroksinen, Meripuistossa sijaitseva linna tarjosi kuitenkin paljon uutuuksia, joita olivat mm. pyöreät linnantornit ja holvirakenteet, putken sisällä kulkeva liukumäkilabyrintti ja lumikiipeilyseinät. Uutta oli myös Linnankylä, jossa sijaitsi eri kauppiaiden myyntipaikkoja. (LumiLinna Magazine 2001, A4-A6.) Vuoden 2001 linna tarjosi mahdollisuudet myös lumen- ja jäänveistoon sekä jääkiipeilyyn ja ryhmille erikseen järjestettyihin Linnan Seikkailuihin. (LumiLinna Magazine 2001, A17.) Pieni luisteluratakin oli sijoitettu labyrintin päähän rakennettuun igluun (Kakko & Juutinen 2006, 44) ja jäisiä merimaisemia pystyi ihailemaan linnan ylätasanteen aurinkoterassilta. Lapset pääsivät tutkimaan linnaa 10 markan sisäänpääsyhintaan. Aikuisilta samasta ilosta

veloitettiin 30 mk. Vastaavasti kausilippujen hinnat olivat 30 ja 50 markkaa. (LumiLinna-
esite 2001, A19.)

Lumihotellissa huoneita oli jo kaikkiaan 19, joista kaksitoista oli kolmen hengen huoneita, viisi kahden hengen huoneita sekä yhden hengen huonetta ja sviittiä yksi kumpaakin (LumiLinna Magazine 2001, A8). Yöpymisen hinta 1-3 hengen huoneissa oli 300 markkaa henkilöltä ja lumisviitin sai käyttöönsä 1500 markalla (LumiLinna Magazine 2001, A19). Yöpyjiä linnassa riitti kuluneella kaudella 459 henkilön verran (Lumilintojen historiaa).

LumiLinna avattiin 2001 kaudella ensimmäistä kertaa poikkeuksellisen myöhään, 16.2. Avajaisia tähditti kemiläinen Sonata Arctica ja lisää musiikillista ohjelmaa linnassa kevään aikana tarjosivat mm. Mamba, Marika Krook, Vocapella, Virve Rosti ja Menneisyyden vangit sekä Freeman. Lisäksi linnassa järjestettiin LumiLinna-ajot, kansainvälinen nyrkkeilyturnaus sekä peltipappamopojen Väinönpäiväajot. Lasten ohjelmasta vastasivat päivittäin Kallivuoren Peikot sekä linnan maskotit, Arttu ja Terttu.

LumiLinna jatkoi myös yhteistyötä safariyritysten kanssa, jotka tarjosivat vauhtia ja arktisia elämyksiä niin huskyjen, porojen kuin ponienkin kyydittämisenä. Retket ja ajelut olivat varattavissa linnan aukioloaikoina. Linnan alueella sijaitsevat edelleen myös linnan oma kelkkaparkki, josta niin lapset kuin aikuiset saivat maksua vastaan ajaa omia ratojaan moottorikelkoilla. (LumiLinna Magazine 2001, A23-A24.)

LumiLinnan portit aukaistiin joka päivä klo 10.00 lipunnostolla sekä suljettiin iltasoiton ja lipunlaskun merkeissä iltakahdeksalta (LumiLinna Magazine 2001, A18). Linnassa vieraili kuluneen kauden aikana 108 000 henkilöä (Kakko & Juutinen 2006, 43) tavoitteen ollessa 200 000, eli paljon saavutettua lukemaa korkeampi, (Kansan tahto 22.2.2001). Edellisvuonna aloitettu yhtiöitetty toiminta päättyi linnayhtiön konkurssiin. Linnan toiminta ei silti loppunut, vaan uusi yhtiöittäminen tapahtui jo saman vuoden syyskuussa, jolloin linna siirtyi kaupungin omistaman Icebreaker Ltd/Jäänmurtaja Sampon tytäryhtiöksi. (Varila 2004, 8.)

2.8 LumiLinna 2002

Konkurssista selvinneen uuden emoyhtiön suojissa toimivassa LumiLinnassa kokeiltiin tänä vuonna täysin uutta sijaintia. Se nimittäin rakennettiin keskelle kaupunkia, kauppatorille. Uutta oli myös lumihotellin rakentaminen kahteen kerrokseen (Rintala 2009, 64) sekä tuore linnanisäntä, Tommi Hinnö. Lumiravintola avattiin käyttöön 19. tammikuuta, mutta varsinaisia linnan avajaisia vietettiin kuitenkin vasta 15. helmikuuta. (Kakko & Juutinen 2006, 44-45.) Avajaiskulkuetta ja -karkeloita johti rovaniemeläinen kansantanssiryhmä Rimpuremmi (Lumilinnon historiaa).

Kauppatorin linnalle pinta-alaa kertyi uuden paikan myötä vain 4200 neliömetrin verran ja tapahtumiakin oli vähennetty edellisvuosista niiden kannattamattomuuden vuoksi. Näin ollen linnassa ei päästy kuulemaan musiikkia aikuisempaan makuun yhtä ainoata konserttia enempää. (Kakko & Juutinen 2006, 47.) Paikallisasukkaiden ja -asiakkaiden viihdyttämisen vähentäminen oli tietoinen ratkaisu ja sen sijaan linna suunnattiin enemmän maksavien yritysasiakkaiden kohteeksi (Pohjolan Työ, 8.11.2001). Tosin lapsille järjestettiin yhä erinäistä ohjelmaa lastenkonserttien, satunäytelmien, hovikerhon ja Artun ja Tertun tarinoiden muodossa, joiden lisäksi leikkikätkötkin huolehtivat päivittäin pikkuvieraiden viihtymisestä. (Kakko & Juutinen 2006, 47.) Myös kaksi labyrinttihuonetta, vankityrmä, timanttigalleria, Lohikäärmemäki, lasten oma linna sekä kauden uutuus, lumipallomeri takasivat pikkuvieraille jännittäviä hetkiä ja leikkejä linnan uumenissa (Lapin Talvi 2002, 16).

Vaikka linnan kestejä oli karsittu, ei kuitenkaan näyttävyydestä sentään tingitty. Massiiviset muurit ja korkeat tornit ympäröivät linnaa, jonka sisään kulki tie laskusillan kautta. 24 huoneen Lumihotelli oli rakennettu kahteen kerrokseen ja hotellin aulaa koristi massiivinen jääveistos (Lapin Talvi 2002, 13). Ravintolan aulatilatkin oli sisustettu upeaksi, olohuonetta muistattavaksi tilaksi jäisine sohvine, pöytine ja lamppuineen.

Linnassa kävi 110 000 asiakasta, joilta perittiin ensimmäistä kertaa lippuhinnat euroissa. Aikuisten kertalippu maksoi 5 ja lasten 2,5 euroa. Vaikka euroihin siirtyminen ei juuri näkynyt kertalippujen hinnoissa niin kausilippujen kohdalla ero oli jo huomattava: lasten

kausikortti maksoi 8,4 ja aikuisten jopa 15 euroa. (Kakko & Juutinen 2006, 45.) Yöpymistä vilpoisissa huoneissa 8.4.2002 päättyneellä linnakaudella uskaltautui kokeilemaan yhteensä 446 asiakasta (Lumilintojen historiaa). Yöpymiskustannukset olivat huoneesta riippuen 100-252 euroa (Kakko & Juutinen 2006, 47).

2.9 Yhteistyökumppanina Mammut

LumiLinna 2003 rakennettiin toistamiseen Kemin torille (Kakko & Juutinen 2006, 48). Kansainvälistyminen alkoi näkyä linnassa muun muassa ulkomaalaisten ryhmävarausten määrän lisääntyessä edellisvuodesta (Pohjolan Työn, 31.3.2003). Linna aloitti myös yhteistyön kahden vapaa-ajan tuotteita valmistavan yrityksen kanssa. Näitä olivat norjalainen Ajungilak sekä sveitsiläinen Mammut, jonka mukaan myös linnan hotelli nimettiin. (Kakko & Juutinen 2006, 50.) Mammut-lumihotellissa huoneita oli kolmessa eri rakennuksessa, joista osa myös kahdessa kerroksessa. Jokaisella huoneella oli oma nimi, tarina sekä sitä kuvaava sisustus. (Lapin Talvi 2003, 24.) Myös aulaa koristi massiivinen, hotellin nimen mukaista mammuttia kuvaava jääveistos. Hotelliöitä kuluneella kaudella kertyi lähes 700 (Kakko & Juutinen 2006, 50).

Lapsille linnassa oli tarjolla erilaisia aktiviteetteja kuten labyrintti, lumipallomeri, erilaisia liukumäkiä sekä lämmin leikkitala. Ohjelmistopuolen viihdykkeitä olivat puolestaan vaihtuvat temaviikot, Pressan Katit -lastenkonsertti, Loimuavat Liekit -tulishow, lasten karaoke, ulkoilmadisko sekä ensimmäistä kertaa järjestetyt linnan olympialaiset. (Kakko & Juutinen 2006, 49.)

Linnan avajaisia vietettiin 31.1.2003 (Lapin Talvi 2003, 10) ja sitä pystyi käymään ihastelemassa arkisin 10-18 ja viikonloppuisin 10-20 välisinä aikoina. Kävijämäärätavoitteeksi oli asetettu 110 000 (Lapin Talvi 2003, 24), mutta siitä jäätiin jälkeen lopullisen kävijämäärän ollessa n. 90 000. Syyksi vähäiseen kävijämäärään silloinen linnanisäntä arvioi pääsiäisen ajoittumisen linnan aukioloajan ulkopuolelle (Kakko & Juutinen 2006, 48). Kansainvälisten vieraiden määrän kasvamisesta huolimatta Hinnon

mukaan suurin käyttäjäryhmä muodostui lapsiperheistä ja linnan päätulonlähteenä olivatkin hiihtolomaturistit sekä pohjoissuomalaiset asiakkaat (Pohjolan Työ 31.3.2003).

2.10 LumiLinna 2004

Linnassa koettiin jälleen jotain uutta. Tällä kertaa se oli mahdollisuus löylyttelyyn supisuomalaisessa savusaunassa, pulahtamiseen lämminvesipaljussa (Lapin Talvi 2004, 43) sekä lämmittelyyn ja makkaranpaistoon lumilaavulla. Näiden lisäksi linnassa käytettiin rakennusaineena jäätä enemmän kuin aikaisemmissa linnoissa. Vetonaulana toimikin korkea, valaistu jäätorni, jonka alaosassa oli ilmamuoittetekniikalla rakennettu huone hämähäkkiveistoksineen. (Kakko & Juutinen 2006, 51.)

Mammut Lumihotelli jatkoi edellisvuosien tapaan samaa teemaa sisustuksineen ja kaksikerroksisena. Sviitti tosin oli rakennettu tänä vuonna kappelin ja gallerian yhteyteen erilleen muista hotellihuoneista. (Kakko & Juutinen 2006, 52.)

Linna avattiin yleisölle 20.1 ja se oli avoinna joka päivä 10–20. Kävijämäärätavoitteeksi asetettu 100 000 ylittyi mukavasti lopullisen asiakasmäärän ollessa kauden päätöspäivänä, 12.4.2003, 130 000. (Kakko & Juutinen 2006, 51.)

2.11 Kymmenes linna, juhlalinna

Vuoden 2005 linna oli järjestyksessään kymmenes linna. Juhlavuoden kunniaksi järjestettiin 2 konserttia, joissa esiintyjinä olivat lauluyhtye Rajaton sekä Sonja Lumme ja Timo Turpeinen. Konsertteja ei kuitenkaan järjestetty linnassa, vaan Kemi-Tornio ammattikorkeakoulun Sauvo-salissa. (Lapin Talvi 2005, 23.)

Muihin tapahtumiin linnassa lukeutuivat muun muassa linnakauden avajaisten Antti Tuiskun esiintyminen, Kemin seurakunnan draamaryhmän pääsiäisnäytelmät sekä tv-kokki Janne Pekkalan grillikauden avajaiset. Lasten viihdyttäjäkaarti oli kuitenkin jälleen kattavampi Muumien, Hilarius Hiiren, Taikuri Luttisen, Kengurumeiningin ja monen muun mukana olleen myötä. (Kakko & Juutinen 2006, 55.)

Linnassa järjestettiin erinäisiä kilpailuja, joista yksi oli Blue Ice Arts:in jäänveistokilpailu. Kilpailussa työstetyt, valmiit työt pääsivät esille jäégalleriaan, jonka sisäänkäynnillä oli Mauri Markkasen jääsuihkulähde merenneitoineen. (Ekström Kakon ja Juutisen 2006, 55 mukaan). Toinen mittelo käytiin kansainvälisten baarimikkojen kesken 31. tammikuuta järjestetyssä Finlandia Vodka Cupin finaalissa.

Juhlavuonna LumiLinna oli avoinna päivittäin kello 10-20 ajalla 28.1-10.4.2005 vaikkakin hotelli ja ravintola avasivat ovensa vierailleen jo vuodenvaihteessa 31.12.2004. Kauden asiakasmääräksi linnan puolella laskettiin 115 000 ja hotellin yövieraitakin kertyi yhteensä 1 311. (Kakko & Juutinen 2006, 53.)

2.12 Tulta ja satuhahmoja

8000 neliömetrin kokoisen, tuliteemaisen linnan avajaisia tähditti 27.1. Remu ja Hurriganes (LumiLinna News 2/2006, 2). Muusta ohjelmista vastasivat mm. nuorison makuun mieluisa Technicolour sekä lapsille suunnatut Hilarius Hiiri sekä Peppi Pitkätossu (LumiLinna News 2/2006, 8). Tuliteeman lisäksi tunnetut satuhahmot olivat vallanneet linnan jääveistosten muodossa ja lasten maassa tarjoutui mahdollisuus seikkailla labyrintissä tai pulahtaa vaikkapa lumipallomereen. (LumiLinna News 1/2006, 2-3). Uutta linnassa vuonna 2006 oli makasiinin tiloihin sijoitettu lapsille ja lapsenmielisille tarkoitettu Nintendo pelihuone, jossa järjestettiin hiihtolomaviikon päätteeksi myös Nintendo-videopelien kilpailutapahtuma (LumiLinna News 3/2006, 6).

Lumihotelli koostui 29 kahden hengen huoneesta, kahdesta viiden hengen ryhmähuoneesta sekä sviitistä (LumiLinna News 3/2006, 2). Linnan uumenissa nukkui yhteensä ennätyselliset 1566 matkailijaa. Lukema täytti linnalaisten odotukset. Myös linnan taloudelliset tavoitteet saavutettiin. Toisin kuitenkin kävi linnan kokonaiskävijämäärän suhteen, joka lopulta oli vain 76 000. Vähäistä määrää on perusteltu linnan taholta muun muassa kausikortin rajoitetulla voimassaololla, hiihtolomaviikkojen pakkasilla sekä pääsiäisen sijoittumisella linnakauden ulkopuolelle. (LumiLinna 2006.)

Liput linnan muurien sisälle maksoivat aikuisilta 7 ja lapsilta kolme ja puoli euroa. Linna oli avoinna joka päivä klo 10-20. (LumiLinna News 3/2006, 8.)

2.13 Linna meren tarinoista

Jäänmurtaja Sampo, Titanic, viikinkiveneet ja merirosvot papukaijoiheen kuvasivat jäisinä ja lumisina veistoksina vuoden 2007 linnan merellistä teemaa (LumiLinna News 2007, 4).

Kauden avajaisia juhlittiin ilotulituksen ja Seitsemän Seinähullun Veljeksien viihdyttäminä 28.1 mistä eteenpäin linna oli avoinna joka päivä 10-19 (LumiLinna 2006). Lippujen hinnat aikuisilta olivat edellisvuoden tapaan seitsemän ja lapsilta kolme ja puoli euroa (LumiLinna News 2007, 5).

Ohjelmistossa oli tällä erää muun muassa satuliikuntaa, snowtubing -mäenlaskua, akrobaattiesityksiä Piip ja Tuut -kaksikon malliin ja ehtipä Joulupukkikin kiireiltänsä vierailemaan linnassa. Nuorisoa viihdytti puolestaan paikallinen Nine Lives -bändi, minkä lisäksi järjestettiin myös erillinen nuorisorock-ilta. Huumorikansaa paikalle kävi houkuttelemassa imitaattori Jope Ruonansuu. (Lumilinnon historiaa.)

Kuluneella kaudella linnassa vieraili yhteensä 82 000 asiakasta ja lumihotellissakin kävi yöpyjiä hieman vajaan 1200 hengen verran. (LumiLinna 2008). Linnahäät ja myös kastajaiset ovat vakauttaneet paikkansa linnan kappelin ohjelmistossa jo alkuvuosilta lähtien ja vuoden 2007 linnan kappelissa liittonsa sinetöikin yhteensä 20 paria (LumiLinna News 2007, 2).

2.14 Teemana matkailu

Vuonna 2008 linnalla oli kokoa 5400 neliometriä ja sen teemana oli matkailu. Ravintolan kabinetit oli jaettu ja muokattu jääveistoksia ja erilaisia värivaloja apuna käyttäen eri maanosien mukaisiksi. (Rintala 2009, 88). Linnassa pientä yleisöä kävivät viihdyttämässä lastenkonserttien ja -teatterien lisäksi joulupukki. Aikuisempaan makuun lukeutuivat puolestaan Idols-voittaja Kristian Meurmanin avajaiskonsertti, koko perheen tulishow

(LumiLinna News 2008, 12) sekä Dannyn keikka maaliskuun viimeisenä lauantaina (LumiLinna 2008).

Vuoden 2008 Lumihotellissa oli 20 kahden hengen ja 3 viiden hengen huonetta sekä yksi sviitti, jotka tarjosivat yöpaikat yhteensä 57 hengelle (LumiLinna News 2008, 5). Lämpöisten makuupussien kätköissä yönsä viettikin tänä vuonna 1400 asiakasta 37 eri maasta. Kävijöitä linnassa kertyi 1000 asiakasta odotettua enemmän, lukeman ollessa lopulta 91 000. Onnistuneesta kaudesta kunniaa suotiin muun muassa yksittäisille ruotsalaismatkailijoille, jotka Ikea-reissuiltansa löysivät tiensä myös Kemiin. Linna suljettiin yleisöltä 3.4.2008 (LumiLinna 2008).

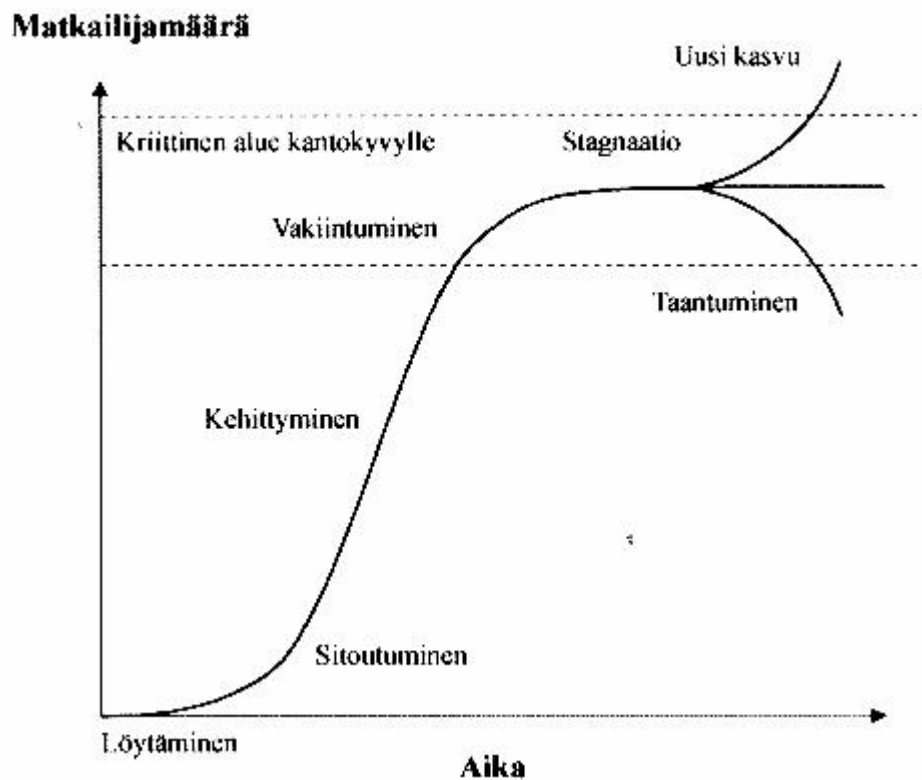
2.15 Linna mallia 2009

Vuoden 2009 linna avattiin 30.1 musiikin ja ilotulituksen yhdistävän Memory Con Te pyromusikaalin tahdissa. Muurien sisälle ja veistoksiin kätkeytyi muotoilun tema. (Lounais-Lappi 29.1.2009, 9.) Linnaan rakennettiin vuosien tauon jälkeen jäögalleria. Myös lasten labyrinti ja lumipallomeri palasivat leikkijöiden iloksi samoin kuin liveroolipeliturnaukset, jotka olivat osa linnan ohjelmistoa pitkästä ajasta. (Meri-Lapin Helmi 23.12.2008, 14.) Kävijämäärä vuonna 2009 oli 87 000, mikä oli hieman alle tavoitellun lukeman. Yönsä linnassa näistä vietti 950 matkailijaa. Linna oli avoinna 10.4.2009 saakka. (Lounais-Lappi 20.4.2009, 5).

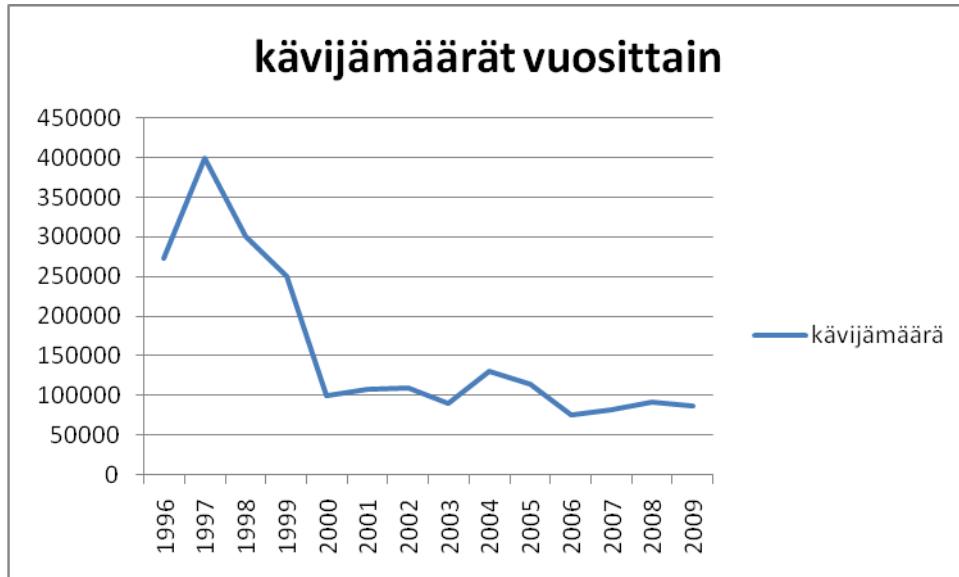
3 LUMILINNAN ELINKAARI

3.1 Elinkaarimalli

LumiLinnassa on riittänyt asiakkaita alusta saakka joka talvena, mutta alkuaikojen ja viimeisimpien vuosien kävijämääräluvuissa (kuvio 1) on huomattavissa selvä ero. Olenkin siis tarkastellut LumiLinnan elinkaarta Richard Butlerin (1980) kehittämän matkailukeskuksen elinkaarimallin (kuvio 2) avulla, jota olen tulkinnut linnan kävijämäärien perusteella.



Kuvio 2. Butlerin (1980) kehittämä matkailukeskuksen elinkaarimalli (Mettiäinen 2007, 51)



Kuvio 2. Linnan kävijämäärät aikavälillä 1996-2009

3.2 Löytäminen

Butlerin elinkaarimallin (1980) mukaan ensimmäisen, eli löytämisvaiheen aikana kohteen kävijämäärät ovat melko vähäisiä eikä matkailulla ole kovin suuria vaikutuksia kohteen elinkeinoelämään (Kauppila 1993 Mettiäisen 2007, 51 mukaan). Ensimmäisen vuoden aikana LumiLinnassa vieraili 273 000 henkilöä ja ikävä maine pienestä haisevasta teollisuuskaupungista muuttui samantien positiiviseksi, lumiseksi ihme kaupungiksi. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu laati ensimmäisen linnavuoden jälkeen selvityksen, joka paljasti paikallisten yritysten liikevaihdon nousseen LumiLinna-viikkojen aikana keskimäärin peräti 12 prosenttia ja ruokapaikoissa jopa 40 prosenttia. Matkailun vaikutus näkyi myös hotelleissa, huoltoasemilla, taksiliikenteessä ja monessa muussa yrityksessä kokonaisvaikutuksen ollessa yhteensä lähes 33 miljoonaa markkaa. (Linnan Uutiset 1/1997, 4.)

Toteutuksen onnistuminen ja sen mukana tuomat vaikutukset, kunniamainintoja unohtamatta, olivat niin huomattavia että linnan rakentamisesta päätettiin tehdä pysyvä hanke. Tutkaillessa näitä tekijöitä ja vertaamalla niitä elinkaariteoriaan, voidaan päätellä linnan kokeneen löytämisvaiheen ehkäpä siis jo ennen linnakauden alkua, kun tulevasta ennätystenrikkokajasta informoitiin jo keväällä 1994. Kiinnostus LumiLinnaa kohtaan heräsi näin hiljalleen median synnyttämän kohun ja viimeistään linnan kohoamisen myötä.

3.3 Sitoutuminen

Seuraava eli toinen elinkaarimallin vaihe Butlerin teoriassa on sitoutuminen, joka tunnetaan myös hitaan kasvun vaiheena. Kauppilan (1993) mukaan sitoutumisvaiheessa matkailijamäärät alkavat hiljakseen kasvaa minkä lisäksi alueen matkailu säännöllistyy (Mettiäinen 2007, 52). Matkailijamäärien nousu on puolestaan osoitus siitä, että alueella on vetovoimaisuutta (Kauppila 1994, 49). Ja vetovoimaa linnalla todellakin oli. Ainutlaatuinen kokonaisuus tasokkaine esiintyjineen ei takuulla jättänyt ketään paikalle saapuneen mieltä kylmäksi kovista pakkasistakaan huolimatta.

Matkailun lisääntyminen saattaa aiheuttaa paikallista, valtakunnallista ja jopa kansainvälistä, sijoitusmielistä kiinnostusta eri tahojen keskuudessa (Kauppila 1994, 49). Ensimmäinen linna saikin maailmanlaajuista mediahuomiota, mikä hoiti osuutensa markkinoinnista ja attraktio oli valmis toisen kauden ihmistulvalle. Linnakaudella 1997 kävijämäärä kasvoikin ensimmäisen vuoden lukemasta neljänsataantuhanteen eli kasvua oli noin kolmanneksen verran. Toisin sanoen lukemat nousivat räjähdysmäisesti ja korkeimmalle, mitä linnahistoriassa ikinä. Jäänmurtaja Sampolla riitti kysyntää enemmän kuin tarjontaa. Samassa tilanteessa olivat osittain myös majoituspalveluyritykset. Edellisvuoden kävijämäärät olivat vaikuttaneet myös Kemin lentokentän matkustajamäärien nousuun 12 prosentilla ja tämä kaikki johtui vain ja ainoastaan LumiLinnan vetovoimaisuudesta. (Pohjolan Sanomat 27.2.1997.) Toisen sitoutumisvaiheen linna on selvästi kokenut vuonna 2003, jolloin se aloitti yhteistyön ulkomaalaisten vapaa-ajan yritysten kanssa ja samalla panosti aiempaa enemmän viihdykkeisiin, kohteenaan ulkomaalaiset asiakkaat. Kävijämäärien nousuvaihe kohtasi alamäensä kuitenkin melko nopeasti.

Sitoutumisvaiheelle olennaista on myös, että palveluita sekä alueelle suuntaavia liikenneyhteyksiä pyritään parantamaan. Osa palveluista voidaan suunnitella jopa pelkästään matkailijoita silmällä pitäen. (Mettiäinen 2007, 52.) Esimerkkinä tästä toimikoon Linnan innoittamana syntynyt, Perämeren jäällä, Selkäsaarella yhä sijaitseva iglukylä (Pohjolan Sanomat, 23.2.1997), joka toi mukavan lisän matkailijan elämismahdollisuuksiin. Iglukylä oli käytössä ensimmäisen kerran keväällä 1997. Lisäksi

Levin Hullun Poron emäntänäkin tunnettu Päivikki Palosaari aukaisi samoihin aikoihin linnan kupeeseen uuden ravintolan, Hullun Myllyn (Matkailulehti 2/1997). Ravintola tosin palvelee molempia osapuolia, matkailijoita sekä paikallista väestöä. Kauden 1997 alkamiseen mennessä LumiLinna oli täyttänyt siis jo löytämis- ja sitoutumisvaiheille oleellisia kriteerejä.

3.4 Kehittyminen ja nopea kasvu

Kauppila (1993) kuvailee kehitysvaihetta voimakkaaksi, nopean kasvun vaiheeksi. Paikalliset palvelut saattavat korvautua ulkopuolisen tahon toimesta laadukkaampina ja suuremmissa mittakaavoissa. Lisäksi luonnon ja kulttuurin tarjoamia vetovoimatekijöitä kehitetään ja korvataan keinotekoisilla palveluilla. (Mettiäinen 2007, 52.) Asiakaskunnan muuttuminen on myös olennaista nopean kasvun vaiheessa (Hemmi 2005 Kakon ja Juutisen 2006, 61 mukaan). Linnavuosien aikana on yritetty panostaa useampaankin eri kohdeyhmään. LumiLinnan merkittävimmän kävijäryhmän on pitkällä aikavälillä kuitenkin muodostaneet lapsiperheet sekä hiihtolomalaiset.

LumiLinnan elinkaaresta on vaikea hahmottaa kehitysvaihetta, mutta kuten Kakko ja Juutinenkin (2006, 62) mukailevat Kauppilaa (1994), kaikki matkailualueet eivät välttämättä käy läpi jokaista vaihetta. Tietyn kehitysvaiheen puuttuminen matkailukohteen elinkaaresta ei näin ollen ole siis mitenkään epätavallista.

3.5 Vakiintuminen

Neljäs vaihe, vakiintuminen, on eräänlainen mahdollista tulevaa alamäkeä ennustava hätähuuto. Matkailijamäärien kasvutahti alkaa hiljakseen hidastua, minkä vuoksi markkinointia lisätään. Sillä pyritään hakemaan matkailijamäärien pysyvyyttä ja lisäkasvua sekä pidentämään matkailukauden pituutta (Kauppila 1993 Mettiäisen 2007, 52 mukaan). Vuoden 1997 jälkeen linnan kävijämäärät lähtivät laskuun ja kevätkauden 2000 lukemiin verrattuna pudotusta oli jopa hurjat 75 prosenttia. Siispä hidastumisvaiheen täytyy myös

sijoittua jo toisen linnakauden puolelle tai viimeistään vuosien 1997–1998 välimaastoon. Matkailukauden pidentäminen LumiLinnan kaltaisessa attraktiossa on pitkälti kiinni säästä ja näin ollen kauden pituuden määrää lähinnä pakkanen eikä siihen juuri pystytä vaikuttamaan. Hemmin (2005) mukaan alueelle on vakiintumisvaiheessa muodostumassa myös selkeä matkailukeskus, joka tarjoaa muitakin palveluita kuin majoitusta ja ravitsemista (Kakko & Juutinen 2006, 61).

3.6 Stagnaatio

Stagnaatio eli seisaus on elinkaarimallin viides vaihe. Siihen mennessä matkailijamäärien huippulukemat on saavutettu. (Kauppila 1993 Mettiäisen 2007, 52 mukaan.) Tämän periaatteen mukaan myös stagnaatiovaihe on siis koettu linnassa jo sen alkumetreillä. Matkailupalveluista esiintyy useimmiten myös ylitarjontaa, joka voi johtaa osittaisten palveluiden häviämiseen ja jopa yritysten konkurssiin. Linna itsessään päätyi konkurssiin vuonna 2001, vaikkakin ponnisti sen jälkeen hienosti takaisin jaloilleen.

Oleennaista stagnaatiovaiheelle on myös asiakaskunnan vaihtuminen alkuaikojen, uutuudenviehätyistä etsivien allosentrikoiden muodostamasta ryhmästä tuttuja kohteita ja ympäristöjä suosiviin psykosentrikoihin (Kauppila 1994, 58). Lisäksi asiakasviipymät kohteessa yleensä lyhenevät (Strapp 1988 Kauppilan 1994, 59 mukaan). Stagnaatiovaiheessa matkailualue on kriisissä. (Hemmi 2005 Kakon ja Juutisen 2006, 61 mukaan.)

Viides vaihe ei silti ole viimeinen vaihe Butlerin elinkaarimallissa: stagnaation jälkeen matkailualueella on vielä useita eri vaihtoehtoja jatkaa kehitystään. Ääripäät näistä ovat uusi kasvu ja taantuminen (Kauppila 1993 Mettiäisen 2007, 52 mukaan). Pidempään kestävä seisausvaihe, eli stabiloituminen on myös mahdollista (Kauppila 2006 Mettiäisen 2007, 53 mukaan).

3.7 Kohti taantumaa ja uutta kasvua

Mikäli elinkaareissa lähdetään kohti uutta kasvua, matkailun vahva asema sekä aluetaloudessa että alueellisessa kehittämisessä säilyy. Tosin uusi kasvu tarkoittaa mahdollista matkailun luonteen muuttumista vapaa-ajan matkailusta työmatkustus- sekä sukulointipohjaiseksi. (Kauppila 2006 Mettiäisen 2007, 52-53 mukaan.)

Myös taantumisvaiheeseen kääntyvän kohteen tai matkailualueen asiakaskunta muuttuu. Tällainen matkailualue ei enää kiinnosta varsinaisesti pitkän matkan lomalaisia, vaan on lähinnä päivä- ja viikonloppumatkailijoiden suosiossa. Syyt kiinnostuksen vähenemiseen ovat alueen vanhentuneet vetovoimatekijät ja palveluvarustus. (Kauppila 1994, 59.) Vaikka kävijämäärät vähenevät ja matkailijakunta muuttuu, matkailu on kuitenkin jättänyt aluelle pysyviä myönteisiä vaikutteita. Parantunut saavutettavuus ja palveluvarustus sekä elinkeinorakenteen monipuolistuminen ovat kaikki matkailun ansiota. Moni seikka on kehittyneempää kuin alkuaikojen löytämisvaiheessa, johon alue ei taantumisesta huolimatta enää palaa. (Kauppila 2006 Mettiäisen 2007, 52 mukaan.)

Kemin LumiLinna on elänyt elinkaarensa huippuvuodet vuosien 1996 ja 1999 välisellä ajanjaksolla. Sen jälkeen se on kokenut selvän taantumaa, mutta myös erinäisiä uuden kasvun jaksoja. Elinkaarimalli onkin tulkittavissa tapauskohtaisesti eikä se aina noudata sille ominaista, hypoteettista S-muotoa (Kauppila 1994, 57-58).

Myös linnan omaa sisäistä tuotetta, Lumihotellia, voitaisiin kuvata elinkaarimallin avulla. Kun tarkastellaan lumihotellissa vierailijoiden yöpyjien määriä (kuvio 3), voidaan huomata sen noudattavan lähes identtistä linjaa linnan kävijämääräkuvion kanssa. Erona tosin on pidempi löytämisen, hitaan kasvun sekä kehitysvaiheiden muodostama ajanjakso. Huippunsa hotelli kohtasi vuonna 2006 jonka jälkeen se on kokenut portaittaista taantumisvaihetta, johon kävijämäärän perusteella lukeutuu myös yksi uuden nousun nopeasti eletty vaihe. Uutta kasvua matkailualueelle tai -tuoteelle voidaan etsiä yleensä jo olemassa olevan tuotteen parantamisella tai vaihtoehtoisesti täysin uuden tuotteen kehittämisellä (Kauppila 1994, 53).



Kuvio 3. Linnan yöpyjät aikavälillä 1999-2009

3.8 Tulevaisuus turvattu hetkiksi kerrallaan

Hollowayn (1989) mukaan attraktiot voidaan luokitella esimerkiksi kohde- ja tapahtumaattraktioiksi. Molemmilla on luonnollisesti myös omat olennaiset vetovoimatekijänsä. Jos nämä kaksi attraktiota kuitenkin limittyvät, niiden yhdessä muodostava kokonaisvetovoima kasvaa. (Järviluoma 1994, 39.) LumiLinnan voidaan hyvinkin katsoa olleen alkuaikoinaan juuri näiden kahden attraktion yhdistelmä, mutta ohjelmiston karsiminen vuosien saatossa ja lukuisten viihde-esiintyjien poisjääminen on muuttanut linnan luonnetta ensisijaisesti kohdeattraktioksi.

Vetovoimatekijät ja niiden muutokset ovat siis elintärkeitä matkailukohteelle. Kun vetovoimatekijöitä on riittävästi, alueen matkailulla on hyvät mahdollisuudet kasvaa. (Kauppila 1994, 54.) Linnan vetovoimatekijöinä alkuvuosien kattavan kulttuuritarjonnan ja ohjelmalveluiden sijaan toimivat silti aina ympäröivä luonto ja sen tarjoamat puitteet, linnan historia ja tunnettuus sekä ainutlaatuisuus ja linnan eksoottiset majoitus- ja ravitsemuspalvelut.

Vuonna 2005 Kemin kaupunki teki päätöksen kolmivuotissuunnitelmasta. Suunnitelma takaa linnojen rakentamisen aina kolmeksi vuodeksi eteenpäin, kun aiemmin linnojen tulevaisuudessa on edetty vain vuosi kerrallaan. (Kauppalehti 31.1.2008, 12.) Uusin,

meneillään oleva sopimusjakso on puolella välissä vuoden 2010 linnan ollessa rakenteilla. Kolmivuotissuunnitelma antaa tietynlaista varmuutta tulevaisuudesta ja edesauttaa myös linnojen suunnittelun aloittamista hyvissä ajoin.

Kemiin on viime vuosien aikana kaavailtu myös Sarius-nimistä matkailuhanketta, jonka tavoitteena on Kemin matkailijamäärien kolminkertaistaminen. Sarius olisi korkeatasoinen, kaikkia ikäryhmiä palveleva vapaa-aika- ja asuinympäristö, joka palvelisi niin kaupunkilaisia kuin matkailijoitakin. (Lapin liitto 2007.) Linnan kolmivuotissuunnitelman toteutuminenkin vuonna 2008 oli osittain hankkeen suunnittelun ansiota (Lounais-Lappi 21.12.2009) Jos suunniteltu Sarius-hanke tulee toteutumaan ja onnistumaan, se tulee varmasti myös vaikuttamaan LumiLinnan kävijämääriin merkittäväällä tavalla. Siihen saakka linna elää taivaltaan omien ideoidensa sekä omalähtöisen tuotekehittämisen varassa. Kemin Matkailu Oy:n hallituksen puheenjohtaja Timo Berg uskoo kuitenkin LumiLinnan tulevaisuuteen eikä näe matkailutuotteen olevan tiensä päässä vielä moneen vuoteen (Lounais-Lappi 21.12.2009).

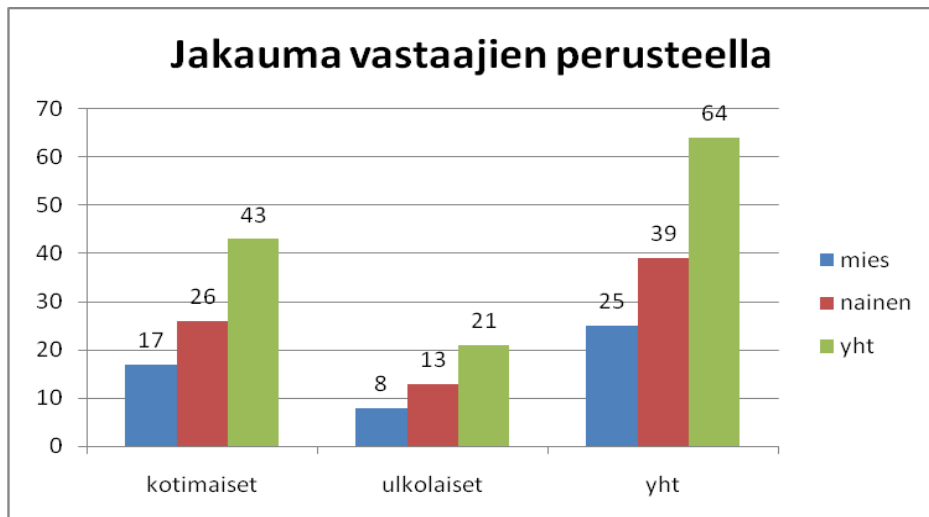
4 LUMILINNA USEAMMASTA ERI NÄKÖKULMASTA

4.1 Asiakastutkimuksen toteutus

Teetin keväällä 2008 survey-tyyppisen asiakastutkimuksen, jossa tutkin pääasiassa linnan vetovoimatekijöitä sekä vahvuuksia että heikkouksia. Samalla kartoitin satunnaisesti valitusta vastaajaryhmästä koostuneen asiakaskunnan sukupuoli- ja ikäjakaumaa sekä kansalaisuuksia. Tavoitteena oli LumiLinnan avustuksella saada kokoon vähintään sata täytettyä vastauslomaketta, mutta tavoitteesta jäätiin lähes kolmanneksella. Vähäinen lukumäärä harmitti, mutta onneksi vastausten ja vastaajien kirjo riitti antamaan kuitenkin tarpeeksi hyvän pohjan luotettavalle tutkimukselle. Kyselylomakkeen saatteineen tein suomeksi (liitteet 1, 2) englanniksi (liitteet 3, 4) sekä saksaksi (liitteet 5, 6).

4.2 Linnavieraita läheltä ja kaukaa

Teettämäni kyselyyn vastasi yhteensä 64 henkilöä. Naisten osuus vastaajaryhmästä oli 39 (61 %) ja miesten 25 (39 %). Kotimaasta saapuneiden vieraiden määrä oli 43 (67 %) ja ulkomailta saapuneiden 21 (33 %). (Kuvio 4). Vastanneiden henkilöiden ikähaarukka jaottui vuonna 1947 ja 1994 syntyneiden välille, minkä näin eduksi esimerkiksi eri ikäluokkien näkökulmien ja tarpeiden esiintuomisen kannalta.



Kuvio 4. Jakauma vastaajien perusteella

Vaikka suuri osa saapuneista linnavieraista oli paikkakuntalaisia, oli eri kaupunkien ja maiden kirjo ihailtavan kattava: edustettuina oli yhteensä 15 kotimaista kaupunkia ja 9 eri maata Suomen lisäksi (taulukko 1). Ensi kertaa linnaan koko vastaajaryhmästä oli tutustumassa 48 prosenttia kun vastaavasti 52 prosentille linna oli tullut tutuksi jo yhtenä tai useampana aikaisempana kautena. Jakauma tässä oli siis hyvin tasainen. Parhaimmat muistot vuosien varrelta linnassa aiemmin vierailleille henkilöille ovat jättäneet muun muassa ensimmäinen ja suurin linna sekä siellä järjestetty Karita Mattilan konsertti. Myös upeat erilaiset, upeat jääveistokset ovat tehneet useampaan vastaajaan vaikutuksen. Lisää mielipiteitä parhaimmista muistoista voi lukea liitteestä 8.

TAULUKKO 1. Linnavieraiden kotikaupungit/ -maat

Kemi	18	Saksa	5
Keminmaa	6	Ranska	5
Helsinki	5	Hollanti	3
Oulu	2	Espanja	2
Veikkola	2	Belgia	2
Hanko	1	Portugali	1
Nokia	1	Ruotsi	1
Rovaniemi	1	Viro	1
Pietarsaari	1	Intia	1
Lappi	1		21
Tervola	1		
Oulainen	1		
Tampere	1		
Turku	1		
Jyväskylä	1		
	43		

4.3 Matkustustottumuksia ja -motiiveja

Jokainen matkailija on yksilö ja matkustusmieltymykset ja tottumukset ovat kaikille henkilökohtaisia. Matkustuspäätökseen ja kohteen valintaan vaikuttavat useat eri yksilötason tekijät, joita ovat esimerkiksi yksilön vapaa-aika, elämäntyyli, tulotaso ja ikä. Näillä demografisilla, sosioekonomisilla ja persoonallisuuteen liittyvillä tekijöillä on osaltaan myös vaikutusta matkailukohteen kehittymiseen ja sen suosioon. Yleisellä tasolla matkustuspäätöksiin voivat vaikuttaa myös taloudelliset sekä poliittiset tekijät. (Kauppila 1994, 53.)

Enemmistö LumiLinnan kohteeseen valinneista vastaajista ilmoitti suosivansa useimmiten matkustaessaan pääasiassa luonnonläheisiä (21 %) tai aurinkoisia (20 %) kohteita. Myöskään lumilomat tai uusien kohteiden valitseminen eivät olleet kovin kaukana suosituimpien joukosta prosenttiosuuden ollessa molempien vaihtoehtojen kohdalla 14. Seuraavaksi suosituimpia vastausvaihtoehtoja olivat kaupunkilomat (11 %), eksoottiset kohteet (9 %) sekä kohteet, joissa voi urheilla (7 %). Kohdan ”muu” olivat valinneet 8 prosenttia vastaajista. Tuon ryhmän yksittäisten vastauksien joukosta ei löytynyt yhtenevää linjaa. Yhtenäistä kaikilla kysymykseen vastanneilla henkilöillä oli kuitenkin, että he olivat tällä erää päätyneet valitsemaan kohteeseen Kemin LumiLinnan.

Kun puhutaan työntövoimatekijöistä, matkustaminen tulee omaksua matkustajan tarpeet tyydyttäväksi välineeksi (Järviluoma 1994, 35). Matkan tarkoituksena suurimmalla osalla (38 %) vastaajista oli loma. Toiseksi suurimman osuuden muodostivat taas paikalliset päiväkävijät (24 %). Sukulointimatkailun piiriin lukeutui 14 % vastaajista ja vastaava määrä valitsi myös kohdan ”muu”. Perusteluita tämän kohdan valitsemiselle oli muun muassa häämatka, Suomessa vietetyn opiskeluajan yhteydessä tehty linnavierailu sekä vapaapäivän vietto. Annetuista valmiista vastausehdoista oli valittu kerralla myös useampi vaihtoehto. Mansfeldin (1992) mukaan lomamatkalle lähtemisen taustalla onkaan harvemmin yhtä yksiselitteistä syytä (Järviluoma 1994, 37).

Kyselylomakkeessa tiedustelinkin, millä perusteella kävijät olivat valinneet kohteeseen linnan ja vastauksiksi kertyi useita erilaisia vastauksia (liite 7). Suurelle osalle paikallisten henkilöiden muodostamasta ryhmästä LumiLinnassa vierailemisesta oli tullut jo vuotuinen

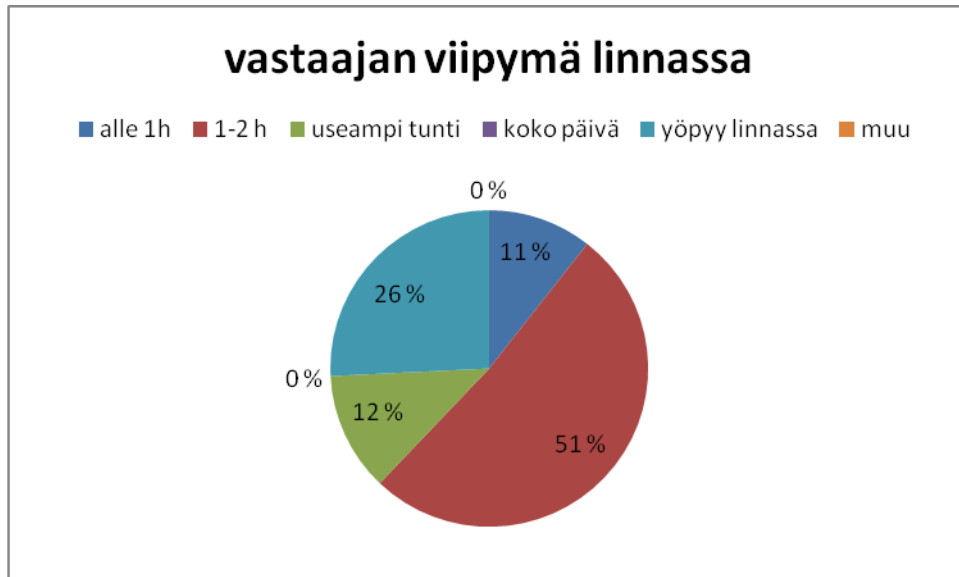
tapa, mutta kauempaa saapuneille linna oli yhä kokematon uutuus, jonka eksoottisuus oli ollut se puoleensa vetävä seikka. Esimerkiksi tässä kohtaa voi huomata työntö- ja vetovoimatekijöiden kohdanneen toisensa. Joku vastaajista oli puolestaan päätenyt linnaan yllätysreissun muodossa, joku taas oli tullut yllättämään tyttöystävänsä kosimisen merkeissä. Näiden perusteella voidaan siis väittää heidän tulleen hakemaan linnasta elämyksiä koettavaksi.

Matkaseurana linnaan saapuneista henkilöistä 38 prosentilla oli oma perhe puolison (21 %) ja ystävän/ystävien (19 %) lukeutuessa seuraaviksi suosituimmiksi matkakumppaneiksi. Liikkeelle oli lähdetty myös työporukan kesken (5 %) sekä oman tai kummilapsen (yhteensä 4 %) kanssa. Yksin linnaa tutkimaan oli tullut 12 prosenttia vastaajista, joista ulkomaalaisia oli vain yksi prosentti. Kyselyä ei linnan puolesta toteutettu alkuperäisen suunnitelman mukaisesti ryhmille laisinkaan, mikä voi osaltaan vääristää todellista jakaumaa.

4.4 Lisää linnamaisuutta

Kysyin lomakkeessa myös, mitä aikaisempien vuosien toteutuksista kävijät haluaisivat nähdä vielä joskus linnassa uudestaan. (Kyseisiä vaihtoehtoja ei siis löytynyt vuoden 2008 linnasta.) Kohdassa sai valita useamman mieleisen vastauksen kahdestatoista eri vaihtoehdosta, joista koostui yhteensä 197 vastausta. 4 henkilöä jätti vastaamatta kysymykseen kokonaan. Sisäänkäynnin laskusilta ja sen mukanaan tuoma linnamaisuus oli suosituin vaihtoehto 29 äänellä. Sinänsä mielenkiintoista linnamaisuuden noustessa kärkisijoille on se, että Kemin LumiLinna on päivittäin vuosi vuodelta kehittänyt rakennusmuotoiluaan nimenomaan pelkistetympään suuntaan: tyyli etäännyy yhä vain kauemmaksi perinteisestä ritarityypisestä linnasta. Lähes yhtä toivottuja vaihtoehtoja linnamaisuuden kanssa olivat nuotiokota (27), poroajelut (26) sekä sauna (25). Myös luistinradan jälleenkokeminen linnassa olisi 22 vastaajan mieleen. Seuraavaksi eniten ääniä saivat aurinkoterassi (18 ääntä), palju (16 ääntä) ja lumipallomeri (13 ääntä). Vähiten linnaan kaivattiin uudestaan kaksikerroksista hotellia (7 ääntä) tai interaktiivista seikkailumaata (7 ääntä). Kohta ”muu” keräsi myös 7 ääntä.

Keskimääräinen vierailu (kuvio 5) linnassa kesti kyselyn mukaan 1-2 tuntia (51 % vastaajista). Hieman yli neljäsosa (26 %) rohkeni viettää myös yönsä lumihotellin puolella. Loput 23 % jakautui melko tasaisesti alle yhden tunnin linnassa käyttävien (11 %) ja yli kaksi tuntia siellä viihtyvien (12 %) kesken, mikä myös vahvistaa keskimääräisen viiptymän olevan yhdestä kahteen tuntiin.

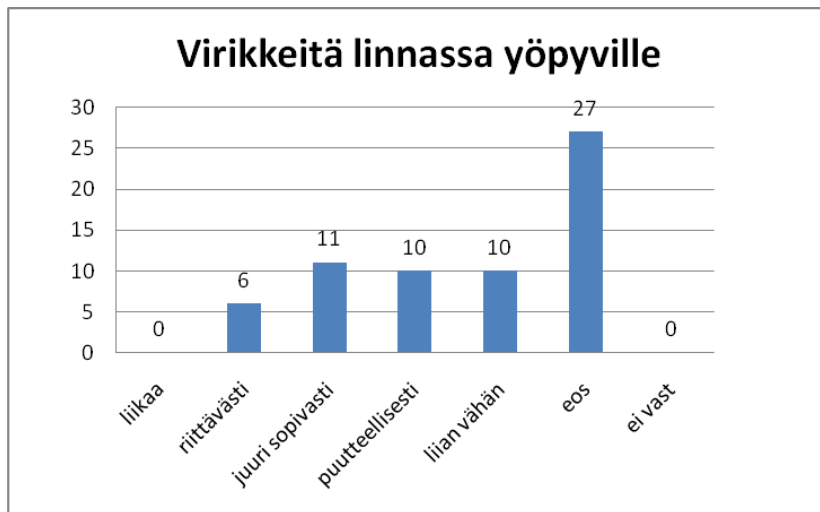


Kuvio 5. Vastaajien keskimääräinen viiptymä linnassa

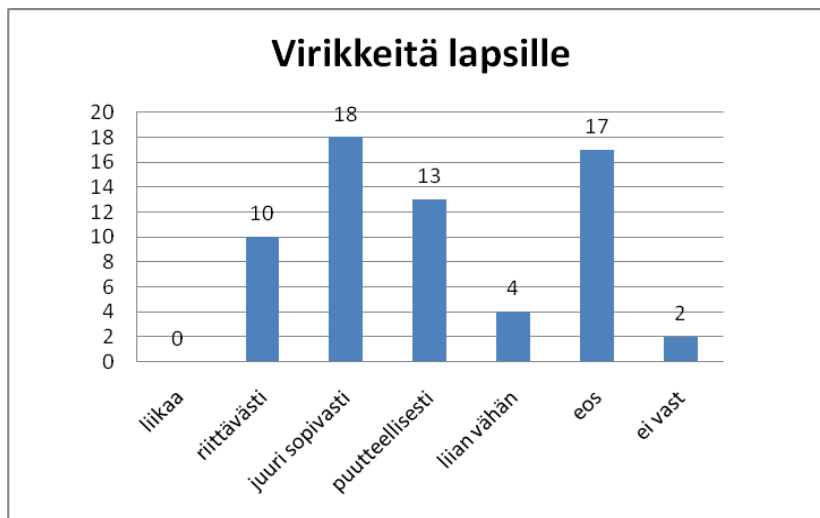
Kun tiedustelin asiakkailta heidän mielipidettään virikkeiden riittävydestä eri kohderyhmien keskuudessa, selvisi ettei tekemistä kenellekään linnassa vastaajien mielestä ole ainakaan liikaa (kuviot 6, 7 ja 8). Vaikka rasteja kohtiin ”riittävästi” ja ”juuri sopivasti” täyttyi reilunlaisesti, kohtia ”puuttellisesti” tai ”liian vähän” oli raxittu myös reilulla kädellä. Päiväkävijöiden virikkeiden määrään oltiin kolmen kohderyhmän vastausten osalta eniten tyytyväisiä, mutta yöpyville asiakkaille tekemistä oli selvästi liian vähän. Lähestulkoon joka vuosi on erinäisissä linnan tiedotteissa ja julkaisuissa kerrottu panostetun lapsiasiakkaisiin aina edellisvuotta enemmän. Koomista sinänsä, sillä tämä ei ainakaan näy vastaustuloksissa. Jos virikkeitä on vuosi toisensa jälkeen parannettu ja lisätty, luulisi linnan täyttävän lapsille suunnattujen virikkeiden osalta jo melkoiset laatuksiteerit. Tekemisen määrä on kuitenkin yhä puutteellinen. Lapsiasiakkaiden virikkeisiin voitaisiin siis tulosten perusteella panostaa yhä lisää.



Kuvio 6. Virikkeiden määrä päiväkävijöille



Kuvio 7. Virikkeiden määrä linnassa yöpyville



Kuvio 8. Virikkeiden määrä lapsille

Kaikki kyselyyn vastanneet henkilöt kokivat jossain määrin saaneensa rahoilleen vastinetta linnavierailullaan. 48 % heistä oli täysin tyytyväisiä kun taas 47 % puolestaan piti linnaa muun muassa liian kalliina sen tarjontaan nähden. 5 % jätti vastaamatta kysymykseen kokonaan. Sisäänpääsylippu maksoi aikuisilta 7 euroa ja lapsilta 3,5 euroa. Yhden hengen huoneessa yöpyminen lumihotellin puolella maksoi 160 euroa ja kahden hengen huoneen sai yhteensä 250 eurolla. Sviitin hinta oli 300 euroa. (Kauppalehti 31.1.2008, 13.) Ulkomaalaisilla oli vastausten perusteella selvästi suuremmat odotukset linnasta, mikä varmasti vaikutti siihen, että 62 % heistä vastasi kaivanneensa enemmän vastiketta rahoilleen.

53 % kaikista vastaajista aikoi vielä palata linnaan uudestaan. Tähän ryhmään lukeutui muun muassa liuta vannoutuneita päiväkävijöitä. 3 %:lle puolestaan linnan näkeminen ja kokeminen yhdellä kerralla riitti kun taas loput 44 % vastasivat kysymykseen ”en osaa sanoa”.

4.5 Vahvuuksia, heikkouksia ja unelmien linnoja

Kyselylomakkeessa tiedustelin myös vastaajien mielipiteitä LumiLinnan vahvuuksista sekä heikkouksista. Kärkisijoille vahvuuksien listassa nousivat ehdottoman ylivoimaisesti LumiLinnan erikoisuus, omalaatuisuus sekä eksoottisuus. LumiLinnabrandin maine ja maailmanlaajuinen tunnettuus ovat myös vastaajien mielestä linnan ehdottomia voimavaroja. Visuaalisiin vahvuuksiin lukeutuivat muun muassa linnan jääveistokset valaistuksineen. Vahvuudet voidaan lukea myös osaksi LumiLinnan vetovoimatekijöitä.

Heikkouksiin lukeutui puolestaan linnan oleminen säiden armoilla rakentamisen sekä ehjänä ja kauniina säilymisen suhteen. Tähän seikkaan ei kuitenkaan voida juuri vaikuttaa. Vähentynyt, lähes olematon aikuisille ja nuorille suunnattu ohjelmatarjonta sekä yleisesti katsottuna yksipuolinen ohjelmisto ovat kuitenkin heikkoudeksi lasketuista seikoista sellaisia, joihin halutessa pystyttäisiin vaikuttamaan. Samoin myös erinäisten virikkeiden määrää voitaisiin lisätä. Niidenkin vähyys kun oli lueteltu linnan heikkouksiin.

Pyysin asikkailta myös kuvailemaan vapaasti, millainen olisi heidän unelmiensa lumilinna. Tällä avoimella kysymyskohdalla tavoittelin täysin mielivaltaisia vastauksia ja mahdollisia uusia ideoita. Eniten vastaajat kuuluttivat kuitenkin nimenomaan linnamaisuuden perään. Unelmien linnassa olisi näyttävä sisäänkäyntiprofiili sekä paljon korkeita torneja ja muureja. Myös Lapin eksotiikka voisi näkyä usemman unelmalinnassa: niissä olisi poroja ja tulipaikka lämmittelyä varten. Ulkomaalaiset haaveilivat enemmän Disney-tyypisestä linnoista. Uusia ideoita kertyi vain muutama. Niitä olivat elokuvateatteri, disco ja mahdollisuus kiertää linna ympäri muurien päällä. Eihän sitä tiedä, jos Kemin LumiLinna vielä toteuttaisi jonakin vuonna nämäkin unelmat. Potentiaalia näihin ideoihin ainakin löytyy.

Tutkimustuloksia purkaessa oli mielenkiintoista huomata, kuinka samanlaisia vastauksia eri puolilta Suomea ja maailmaa saapuneet kävijät antoivatkaan. Täysin avoimien kysymysten kohdalla oli huomattavissa jokaisessa tietty yksityinen seikka, jota suurin osa vastauksista tuki. Luonnollisesti täysin irrallisia, eri linjaa noudattavia vastauksiakin ilmeni. Niiden tärkeys on otettu huomioon tapauskohtaisesti tuloksia analysoidessa.

Arvoasteikolla 1-5 yleisarvosanaksi vuoden 2008 linna sai 3.6. Keskiarvo on laskettu kyselylomalleen kohdassa 21. erinäisille tekijöille annettujen arvosanojen perusteella.

4.6 Linnanisäntien ja -emännän mietteitä linnan taipaleesta

LumiLinnaidean ”isän” ja ensimmäisen linnanherran, Seppo Lankisen, visio linnasta alun perin oli huvipuisto ja talvinen kulttuurikeskus, minkä vuosittaisen uusiutumisen varaan markkinointi ja vetovoima rakentuisivat. Hänen mielestään linna ei kuitenkaan enää täytä tuota alkuperäistä ajatusta, minkä hän kokee selvänä heikkoutena. Uusiutuminen ja kulttuurikeskusajatus on unohdettu, ja linnaakin on vain pienennetty vuosi vuodelta. (Lankinen 2009.)

Lankisen mielestä korkeatasoinen ohjelmapolitiikka, uusiutuvuus sekä ainutlaatuisuus ovat linnan kantavia voimia. Näiden lisäksi tietenkin on panostettava oikeaan kohderyhmään,

joka hänen aikanaan oli hyvin toimeen tulevat autoilevat lapsiperheet. LumiLinnan vahvuuksiin hän puolestaan laskisi sen mahdollisuudet. Yhteistyön säilyttäminen ja uusien suhteiden luominen eri tahoihin, kuten tiedotusvälineisiin ja yritys- ja viihdemaailmaan, lukeutuu muun muassa näihin. Myös jokavuotinen rakentaminen voidaan laskea hänen mukaan linnan vahvuudeksi. (Lankinen 2009.)

Lankinen uskoo myös, että alkuaikoja muistuttaviin korkeisiin kävijämäärälukemiin olisi vielä mahdollista päästä, mikäli oikeita innovaatioita riittäisi. Tosin kun Lankinen vertaa sisältöä, kävijöitä, saatua julkisuutta ja taloudellista tulosta hän näkee LumiLinnan elävänsä selvästi jo kaaren loppuvaiheita. Hän uskoo kuitenkin, että uusi alku voitaisiin löytää vielä, sillä LumiLinnan merkitys Peränmeren alueen matkailulle on tärkeä. (Lankinen 2009).

Tommi Hinno toimi linnaisäntänä neljän kauden ajan vuodesta 2002 lähtien. Takana oli epäonninen konkurssivuosi ja linnan kävijämäärätkin olivat jo hiipuneet reippaasti alkuhukan jäljiltä. Tilannetta yritettiin korjata panostamalla enemmän ulkomaalaisiin asiakkaisiin ja heille sopiviin tuotteisiin, kuitenkin kotimaisia lapsiperheitä ja hiihtolomalaisia väheksymättä. (Hinno 2009). Kävijämääriin ei silti saatu aikaan merkittäviä muutoksia.

Hinnon mielestä lumen, jään ja kylmyyden tuomalla eksoottisuudella on merkittävä rooli vetovoimatekijöiden keskuudessa. Odotettuja asioita ovat myös massiiviset ääni- ja valotehostetut jääveistokset sekä yllätyksellisyys. Vahvuuksiin hän laskee ainutlaatuisuuden sekä vahvan brandin. LumiLinna toimii myös ainutlaatuisena kohteena erilaisille tilaisuuksille, tuotelanseerauksille ja kylmyyteen ja lumeen ja jäähän liittyvien mainosten kuvaamisille. (Hinno 2009).

Heikkoutena linnassa Hinno pitää meren läheisyyttä – linnan rakentaminen jouluksi kun on säiden puolesta mahdotonta. Lapin matkailun kannalta joulun ja loppiaisen välinen ajanjakso on merkittävää aikaa ja venäläisten matkailijoiden puuttuminen näkyy näin linnan tuloksissa. Myös kemiläisten negatiivinen suhtautuminen linnaa kohtaan harmittaa häntä. (Hinno 2009).

Hinno näkee, että LumiLinna koki taantumansa jo 2000-luvun taitteessa, minkä jälkeen uutta kasvua haettiin ulkomaalaisista asiakkaista. Laatuun ja palveluun satsattiin enemmän mm. tuotteiden ja asiakaspaikkojen lisäämisellä. Toteutunut osittainen kasvu / korvautuminen oli lähinnä tuloksellista. Kävijämäärien uuteen nousuun entinen linnaisäntä ei suoraan kiellä mahdollisuutta, vaan arvioi, että keskivertokävijämäärän yläpuolelle pääseminen vaatisi paitsi jotain ennenkuulumatonta, uutiskynnyksen ylittävää toteutusta linnalta, myös runsaasti media-aikaa sen seurauksena. Yksittäinen markkinointi olisi liian kallista. Hän painottaa myös yhteistyön mahdollisuuksia merkittävien niin kotimaisten kuin kansainvälistenkin tahojen kanssa, joita löytyisi muun muassa isoja rahoja pyörittävältä mainosalalta. (Hinno 2009).

Nykyinen linnanemäntä Marika Tomminen aloitti pestinsä Hinnon jälkeen syksyllä 2005. Eniten hän on pyrkinyt panostamaan taloudellisen puolen korjaamiseen, missä on sanojensa mukaan myös pystynyt täyttämään asetettuja tavoitteita. (Tomminen 2009).

Tomminen pitää linnan vetovoimatekijöinä sen ainutlaatuisuutta, monipuolisuutta ja tunnettuutta mitkä hän osittain luettelee myös linnan vahvuuksiksi. Muita vahvuuksia ovat muun muassa linnan alkumetreillä saavutettu mediahuomion tuoma markkina-arvo, jokavuotinen muuntuvuus ja henkilökunnan saamat positiiviset palautteet. Heikkouksiin Tomminen laskee osittain hankalan historian sekä taloudelliset seikat, niitä tarkemmin erittelemättä. (Tomminen 2009).

Elinkaaresta puhuttaessa Tomminen näkee linnan elävän vaihetta, jossa asiakasmäärät ovat vakiintuneet. Hän ei usko mahdollisuuteen, että linnan kävijämäärät voisivat vielä nousta yhtä korkealle kuin alkuvaiheessa eikä se hänen mielestään ole tarkoituksenmukaistakaan. (Tomminen 2009). Toisaalta, varsinaisen elinkaariteorian mukaan tämä tarkoittaisi sitä että linna ei enää tulisi kokemaan enää lainkaan uutta nousua vaan jossain vaiheessa, vakiintumisvaiheen jälkeen, toiminta lakkaisi kokonaan.

Kun yhdistää kaikkien kolmen linnaa isännöiden ja emännöiden henkilöiden ajatukset, linnan vetovoimatekijöiksi summautuu ensisijassa sen eksoottisuus ja ainutlaatuisuus. Ne ovat vahvoja arvoja, mutta suuri linna pienessä kaupungissa pimeyden ja kylmyyden keskellä, upeiden revontulienkaan alla ei yksistään riitä takaamaan matkailijoiden jatkuvaa

mielenkiintoa ja loputtomia ihmisvirtoja yllä. Ihmiset tarvitsevat viihdykkeitä ja virikkeitä, joita voidaan hakea muun muassa ohjelmatarjonnan kautta, mikä myös tuli esille luetelluista vetovoimatekijöistä. Uusiutuminen oli myös yksi houkuttimista ja siihen LumiLinnalla onkin mitä parhaimmat mahdollisuudet. Joka kevät kun aurinko vie tuon valtaisan rakennelmaan mukanaan, suunnittelijoilla on edessään jälleen tyhjä pöytä katettavana. Uudet ideat ja toteutukset, houkutteleva ohjelmatarjonta sekä hyvä asiakaspalvelu ovat vain osa koko kattausta, mutta silti erittäin tärkeitä edellytyksiä linnan pystyessä pysymiseen.

4.7 SWOT

Olen kerännyt yhteen työssä esille nousseita seikkoja jakamalla ne oman harkintani mukaan vahvuuksiin (S), heikkouksiin (W), mahdollisuuksiin (O) sekä uhkiin (T). Näistä tekijöistä olen laatinut swot-analyysiin perustuvan taulukon (taulukko 2).

Kemin LumiLinna on ainutlaatuinen ja eksoottinen kohde, joka voi tarjota kävijälleen erilaisia, merkittäviä elämyksiä. Elämysten kokemiseen voivat vaikuttaa yhtä lailla linnan kuin sen ympäristön tarjoamat puitteet. Linnalla on myös vakaa asema Kemin ja Perämeren alueen matkailuvalttina, eikä sillä oikeastaan ole vertaisia kilpailijoita. LumiLinnalla on muita matkailukohteita huomattavasti paremmat mahdollisuudet muuntautua tai jopa vaihtaa sijaintia vuosittain, mikä on sille myös erittäin arvokas etu.

Verratessa linnan alkuperäistä ideaa useampiin viime vuotisiin toteutuksiin, voidaan huomata kyseisen ajatuksen muuttuneen matkan varrella. Laadukas kulttuurifestivaalitapahtuma on muuttunut lähinnä lasten karnevaaleiksi ja maailman suurin lumilinna kutistunut kohtalaisen pieneksi linnaksi. Kävijämäärätkin ovat hiljakseen laskeneet ja hinnat sitä mukaa nousseet. Tuotekehityksen ollessa matkailuyritykselle hyvinkin oleellista, tulisi sen seurata aikaansa ja vastata myös muutoksen tuomiin haasteisiin (Komppula & Boxberg 2002 Kakon & Juutisen 2006, 14 mukaan). Linna kuitenkin on tavallaan jumittunut kaavoihinsa, eikä merkittävää uutiskynnystä ylittävää tapahtumaa tai toteutusta ole nähty moneen vuoteen.

Uhkatekijöitä LumiLinnalla ei sää- ja luonnonolosuhteiden lisäksi juuri ole. On kuitenkin olemassa vaara, että asiakkaiden mielenkiinto linnaa kohtaan vähenisi esimerkiksi uusiutumattomuuden ja vähäisen kulttuurisen houkuttelevuuden vuoksi. Linnalla kyllä riittäisi potentiaalia erilaisiin toteutuksiin. Onhan joukossa kuitenkin lukuisa määrä lumirakentamisen osaajia ja ideanikkareita, joille linnan rakentaminenkin on helppoa kuin lumen luonti.

<p>S</p> <p>ainutlaatuisuus eksoottisuus elämystarjonta ympäristön tarjoamat puitteet vakaa asema Kemin matkailuvaltina ei varsinaisia kilpailijoita uusiutumismahdollisuus visuaalisuus, jääveistokset</p>	<p>W</p> <p>alkuperäisen ajatuksen muuttuminen linnamaisen ulkomuodon katoaminen kävijämäärien väheneminen vakiintunut sisältö ohjelma- ja viriketarjonta vähentyminen hintojen nousu</p>
<p>O</p> <p>aktiviteettien lisääminen uusiutuminen uusien tuotteiden kehittäminen kampanjat, kilpailut, tutkimukset: uusia ideoita ennennäkemättömät toteutukset Sarius-hanke</p>	<p>T</p> <p>asiakkaiden mielenkiinnon loppuminen (kun kaikki on jo nähty..) sääolosuhteet</p>

Taulukko 2. SWOT-analyysi

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

5.1 Tulosten pohdintaa

Tarkastelin LumiLinnan elinkaarta vuosien 1996 ja 2009 väliseltä ajalta. Kävijämäärälukemien pohjalta tehdyn tarkastelun perusteella linnan suosio on ollut huipussaan sen neljän ensimmäisen toteutusvuoden aikana. Elinkaariteorian mukaan linna on kokenut tuolloin jo löytämis-, sitoutumis-, kehitymis- ja vakiintumisvaiheet, jonka jälkeen alkoi stagnaatiovaihe ja lopulta myös taantuminen. Vuonna 2004 koettiin lyhykestoinen uuden kasvun vaihe, mutta sen jälkeen linna palasi elinkaarellaan takaisin nykyiseen, taantumisen jälkeiseen stabiilitilaan.

Ohjelmiston ja erinäisten virikkeiden lukeutuessa osaksi linnan vetovoimatekijöitä, niiden määrällä ja laadulla on luonnollisesti vaikutusta asiakkaiden mielenkiinnon ja matkustushalujen herättämiseen. Alkuvuosien tarjonta oli varsin tasokasta ja kattavaa upeista konserteista poroihin ja kelkkaratoihin sekä linnan torihenkiseen elämään myyntikojuineen. Ohjelmatarjonnan vähentämisen vaikutus näkyikin huippuvuosien jälkeisissä kävijämäärälukemissa. Myös lippujen hinnat ovat muuttuneet hiljalleen: kahtena ensimmäisenä vuonna vain linnan erilliset tapahtumat olivat maksullisia ja muuten linnan alueelle pääsi ilmaiseksi. Nyt pelkästä sisäänpääsystä veloitetaan iästä riippuen 3,5 tai 7 euroa. Hinta ei toisaalta ole kovin suuri, mutta tehdyn tutkimuksen perusteella tarjontaa ja nähtävää saisi sisältyä nykyiseen hintaan kuitenkin selvästi enemmän.

Linnan ainutlaatuisuus selvisi olevan myös yksi merkittävistä vetovoimatekijöistä. Se ei todennäköisimmin kuitenkaan yksistään voisi riittää säilyttämään ihmisten kiinnostusta yllä loputtomiin sillä asiakkaat kaipaavat virikkeitä viihtyäkseen kohteessa kuin kohteessa. Paitsi vähentyneet, myös vanhentuneet vetovoimatekijät ja palveluvarustus vaikuttavat yleensä kävijämääriin laskevasti. Tämän vuoksi linnan tulisikin pystyä kehittämään toimintaansa jatkuvasti ja keksiä uusia toteutuksia toimintansa ylläpitämiseksi. Ideoita uusiin toteutuksiin voitaisiin etsiä muun muassa erilaisten asiakkaille ja yhteistyökumppaneille suunnattujen tutkimusten, kampanjoiden tai kilpailujen avulla.

Linna elää taivaltaan nykyisin kolmen vuoden jaksoissa, minkä jälkeen jatkosta päättää Kemin kaupunki. Linnan tulevaisuus onkin kaupungin puolesta turvattu nyt ainakin kauden 2011 loppuun saakka.

5.2 Pohdintaa työmenetelmistä

Aloitin aiheen tutkimisen LumiLinnan historian selvittämisellä. Linnaa käsittelevää aineistoa oli saatavilla runsaasti, mikä helpotti työskentelyä ja teki siitä myös mielekäästä. Linnaisäntien ja -emännän haastattelut puolestaan toteutin sähköpostitse. Vastausten purkaminen oli myöskin ongelmattonta, koska jokaiselle oli asetettu samat kysymykset. Tämä oli eduksi myös vastausten keskenäisessä vertailussa. Vaativin osuus työssä olikin asiakkaille suunnattujen kyselyjen laatiminen sekä niiden purkaminen ja analysoiminen: tärkeimpien seikkojen etsiminen ja esiintuominen oli haastavaa ja työlästä, vaikka silti mielenkiintoista.

Linnan taholta arvioitiin ja jopa taattiin, että vastauksia kertyisi heidän avustuksellaan ainakin sadan kyselylomakkeen verran. Sen vuoksi veinkin lomakkeet LumiLinnan toimistolle, josta niiden toimittaminen asiakkaille jaettavaksi luvattiin hoitaa puolestani. Kyselylomakkeet päätyivät linnaan kuitenkin lähes viikon viiveellä ja lopullinen kertyneiden vastausten määrä kauden 2008 päättyessä oli vain 64. Puolet niistä sain kerättyä käytyäni jakamassa lomakkeita asiakkaille parina päivänä täysin omatoimisesti. Olin kovin pettynyt paitsi vähäiseen, myös kovin epäonnistuneeseen yhteistyöhön. Mikäli olisin hoitanut vastauslomakkeiden jakamisen kokonaan itse, tavoitemäärän saavuttaminen olisi varmastikin ollut todennäköisempää.

Kyselylomakkeiden avulla saatuja vastauksia olisi voinut luokitella monen eri seikan, kuten esimerkiksi vastaajan sukupuolen, iän tai kansalaisuuden mukaan. Näin olisi voitu kartoittaa erilaisten vastaajaryhmien muodostamia vastaustuloksia. Koska täytettyjä vastauslomakkeita kuitenkin kertyi odotettua vähemmän, en nähnyt ylimääräistä jaottelua tarpeellisena vaan päädyin käsittelemään vastaajia yhtenä kokonaisuena ryhmänä. Määrän

ollessa suurempi, tällainen menetelmä voisi kuitenkin olla hyödyllistä ja myös eri ryhmien muodostamat tulokset luotettavampia.

5.3 Kehitys- ja jatkotutkimusideoita

Työssä ei käsitelty lainkaan linnan taloudellista puolta. Sen tutkiminen ja vertailu vetovoimatekijöiden kehittämismahdollisuuksiin olisi siis varteenotettava tutkimusnäkökulma. On selvää, että esimerkiksi alkuvuosien kaltaisten suurten konserttien järjestäminen ei ole halpaa lystiä ja niihin sisältyy aina omat riskinsä. Mikäli tapahtuma ei saavuta odotettua suosiota, se koituu luonnollisesti järjestäjätahon tappioksi. Asiakkaiden mielenkiinnon kohteita voitaisiin myös kartoittaa suuremmassa mittakaavassa ja suunnitella toteutuksia kertyneiden tulosten pohjalta.

LÄHTEET

Guinness suuri ennätyskirja 1997. 1996. Helsinki: Helsinki Media.

Hemmi, J., Lehtinen, J.R. & Vuoristo, K-V. 1987. Matkailu ja Matkailijat. Porvoo: WSOY.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Järviluoma, J. 1994. Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen lomakohteen valintaan. Teoksessa Aho, S. (toim.). Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulu: Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos. 31-48.

Kakko, K. & Juutinen O. 2006. Kymmenen vuotta Kemin LumiLinnaa. Liiketalouden koulutusohjelma. Matkailukoulutuksen suuntautumisvaihtoehto. Tornio: Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Kauppila, P. 1994. Matkailukeskusten vetovoimaisuuden kehittyminen ja sen vaiheet. Teoksessa Aho, S. (toim.) 1994. Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulu: Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos. 49-72.

Metiäinen, I. 2007. Tunturilaidan kylästä matkailukeskukseksi. Matkailualueet maisemalaboratoriona - Työvälineitä kestävä matkailun edistämiseen. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino. EU LIFE Ympäristö -hanke.

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen T. 2002. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Rintala, M. 2009. Kemin Lumilinnan tarina. Oulu: Painotalo Suomenmaa.

Vuoristo, K-V. 1994. Attraktio matkailututkimuksen käsitteenä. Teoksessa Aho, S. (toim.) 1994. Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulu: Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos. 22-30.

ESITTEET JA LEHTIARTIKKELIT

Aalto, Maija 2001. Lumilinna on nyt pienempi ja pyöreämpi. Kansan Tahto 22.02.2001.

Hiltunen, Juhani. 1998. Jesperi-ponin kyydistä lapset tykkäävät. Linnan Uutiset 1/1998. S. 9.

Hiltunen, Juhani. 1998. Joko olet kokenut koiravaljakon huiman kyydin?. Linnan Uutiset 1/1998. S. 18.

- Hiltunen, Juhani. 2003. Kemin kahdeksas lumilinna tarjoaa taidekokemuksia. Lapin Talvi. Lapin talvimatkailulehti 2003. S. 24.
- Hiltunen, Juhani. 1998. Lapsille runsaasti toimintaa. Linnan Uutiset 1/1998. S. 9.
- Hiltunen, Juhani. 1998. Suomen listaykkönen Apulanta tulee ja pistää Kemin sekaisin!. Linnan Uutiset 1/1998. S. 14.
- Knihtilä, Jouni. 2009. Tykit laulavat uutta LumiLinnaa. Lounais-Lappi 21.12.2009. S. 5.
- Kourilehto, Tuulikki. 2004. Kemin Lumilinna palasi merenrantaan. 2004. Lapin Talvi. Lapin talvimatkailulehti 2004. S. 42-43.
- Kärki, Siru. 2002. komea linna keskeisellä paikalla. Lapin Talvi. Lapin talvimatkailulehti 2002. S. 13.
- Kärki, Siru. 2002. Lasten oma linna. Lapin Talvi. Lapin talvimatkailulehti 2002. S. 16.
- Pekkala, Arja. 2009. Lumilinna avataan pyromusikaalilla. Lounais-Lappi 29.1.2009. S. 9.
- Päivinen, Osmo. 2008. Lumilinna jättää Kemiin miljoonia euroja vuodessa. Kauppalehti 31.1.2008. S. 12-13.
- Afrikkalaisen kodin lämpöä LumiLinnassa. 1999. Linnan Uutiset 1/1999. S. 38-39.
- Arttu ja Terttu tulevat taas!. 1999. LumiLinna-painos 1999. S. 18.
- Artut ja Tertut syntyvät nyt Monitarmossa. 1999. Linnan Uutiset 1/1999. S. 18.
- Harjannostajaiset lumilinnassa. 1999. Pohjolan Työ 21.01.1999.
- Jäänveiston ihmeitä läheltä ja kaukaa. 1999. LumiLinna-painos 1999. S. 9.
- Jäätäidetta lasten ja aikuisten iloksi. 1999. Linnan Uutiset 17/1999. S. 20.
- Kemin Maailman Suurimmasta LumiLinnasta uuteen, jättimäiseen talviseen kulttuurikeskukseen. 1997. LumiLinna-painos 1997. S. 3.)
- Kemin neljäs LumiLinna kutsuu. 1999. Linnan Uutiset 1/1999. S. 4-5.
- Kemin saama arvonlisäys 11 miljoonaa markkaa. LumiLinna-vieraat käyttivät rahaa liki 33 miljoonaa markkaa. 1997. Linnan Uutiset 1/1997. S. 4.
- Kerran suurin, nyt kaunein. 2000. Lapin Talvi. Pohjolan Sanomien Talvimatkailulehti 2000. S. 14-15.
- Kiinalaista jäätäidetta esillä LumiLinnan galleriassa. 1999. Linnan Uutiset 1/1999. S. 21.

- Kika kutsuu valjakkoajelulle!. 1999. LumiLinna-painos 1999. S. 20.
- Lapin Talvi. Lapin talvimatkailulehti 2003. S. 10.
- Linnankylä – portti LumiLinnaan. 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A6.
- Linnan tapahtumat. 2006. LumiLinna News 2/2006. S. 8.
- Linnan Uutiset1/1999. S. 3.
- Linnaravintolaan jopa aurinkopatio. 1997. Linnan Uutiset 1/1997. S. 21.
- ”LumiHäät” viehättävät ainutlaatuisuudellaan. 2007. LumiLinna News 2007. S. 2.
- LumiLinna lukuina. 2005. Lapin Talvi. Lapin talvimatkailulehti 2005. S. 23.
- Lumilinna poikii talvimatkailupalvejuja. 1997. Pohjolan Sanomat 23.2.1997.
- LumiLinna Telepohjalle oiva viestintäväline. 1997. Linnan Uutiset 2/1997. S. 11.
- LumiLinna 2001 – koko perheen talvinen huvikeskus. 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A4.
- LumiLinna 2006. 2006. LumiLinna News 1/2006. S. 2.
- LumiLinna 2006. 2006. LumiLinna News 3/2006. S. 2
- LumiLinna News 3/2006. S. 8.
- LumiLinna News 2007. S. 5.
- LumiLinna News 2008. S. 12.
- LumiLinnan aukioloajat. 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A19.
- Lumilinnan kävijämäärä tyydyttävä. 2009. Lounais-Lappi 20.4.2009. S. 5.
- LumiLinnan päiväohjelma 16.2-16.4.2001. 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A18.
- LumiLinnan värikäs historia. 1999. LumiLinna. Pohjolan Sanomien talvimatkailuliite 1999. S. 11.
- Lumilinnan lumous säilyy vuodesta toiseen. 1999. LumiLinna-painos 1999. S. 5.
- LumiLinnassa tapahtuu... 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A17.
- Lämpimiä elämyksiä LumiHotellin viileydessä. 2008. LumiLinna News 2008. S. 5.

Matkailulehti 2/1997.

Meri kertoo tarinoitaan kymmenin veistoksien. 2007. LumiLinna News 2007. S. 4.

Moottorikelkkataitorata K-15. 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A24.

Muotoilu kohtaa talven Kemin lumilinnassa. 2008. Meri-Lapin Helmi. 23.12.2008. S. 14.

Muureja vähemmän, pinta-alaa enemmän. 1997. Linnan Uutiset 1/1997. S. 2

Nintendon pelipäivillä kisatunnelma katossa. 2006. LumiLinna News 3/2006. S. 6.

Ohjelmopalvelut. 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A23.

Ohjelmat 1998. 1998. Linnan Uutiset 1/1998. S. 13.

Pikkuponit vetävät iloista kuormaa!. 1999. Lumilinna-painos 1999. S. 20.

Pohjolan Sanomat 23.2.1997.

Pohjolan Sanomat 27.2.1997.

Pohjolan Työ 8.11.2001.

Pohjolan Työ 31.3.2003.

Rock ja raketit säestivät LumiLinnan avajaisia. 2006. LumiLinna News 2/2006. S. 2.

Seitsemäs lumilinna on tiivis kokonaisuus. 2002. Kansan Tahto 21.2.2002.

Selkeitä linjoja, moderneja muotoja. 1999. LumiLinna-painos 1999. S. 6.

Suksille nyt LumiLinnasta. 1999. Linnan Uutiset 1/1999. S. 26.

Tunnelmallisia unia viiden ”lumitähden” Lumihotellissa. 2001. LumiLinna Magazine 2001. S. A8.

Tunnetuimmat satuhahmot seikkailevat jääveistoksina. 2006. LumiLinna News 1/2006. S. 3.

TV-ykkösessä LumiLinna-joulu. 1997. LumiLinna-painos 1997. S. 15.

Uudelle linnalle uusi paikka. 1997. Linnan Uutiset 2/1997. S. 35

ELEKTRONISET LÄHTEET

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Elämystuote. Luettu 28.12.2009.
http://www.leofinland.fi/LEO/Suomeksi/elamys/elamys_ABC.iw3

LumiLinna. 2006. LumiLinna-kausi 2006 on päättynyt. Päivitetty 13.4.2006. Tulostettu 14.4.2008. <http://www.snowcastle.net>.

LumiLinna. 2006. Merellinen LumiLinna 2007. Päivitetty 30.11.2006. Tulostettu 14.4.2008. <http://snowcastle.net>.

LumiLinna. 2007. Lumilinnon historiaa. Sähköposti. Lähetetty 7.12.2007. Tulostettu 7.12.2007.

LumiLinna. 2008. LumiLinna-kausi 2008 oli onnistunut. Päivitetty 04.04.2008. Tulostettu 09.09.2009. <http://snowcastle.net/fi/etusivu/ajankohtaista>.

Repo, O. 2007. Sarius. Päivitetty 20.8.2007. Luettu 14.12.2009.
<http://www.lapinliitto.fi/matkailu/matkailuparl021007/repo.pdf>

Varila, A. 2004. Kemin Lumilinnan sosiaalisten vaikutusten arviointi, Pohjois-Suomen ennakointi- ja arviointikeskus. Luettu 12.5.2008.
http://www.kemi.fi/Ajankohtaiset/LumiLinna_SVA_.pdf.

HAASTATTELUT

Hinno, T. 2008. Sähköpostihaastattelu 15.7.2008. Haastattelija Vähäsarja, R.

Lankinen, S. 2009. Sähköpostihaastattelu 8.1.2009. Haastattelija Vähäsarja, R.

Tomminen, M. 2008. Sähköpostihaastattelu 19.8.2009. Haastattelija Vähäsarja, R.

LIITTEET

LIITE 1: Kyselylomakkeen saate, kieli: suomi

LIITE 2: Kyselylomake, kieli: suomi

LIITE 3: Kyselylomakkeen saate, kieli: englanti

LIITE 4: Kyselylomake, kieli: englanti

LIITE 5: Kyselylomakkeen saate, kieli: saksa

LIITE 6: Kyselylomake, kieli: saksa

LIITE 7: Avoimet vastaukset kysymyslomakkeen kohtaan 7

LIITE 8: Avoimet vastaukset kysymyslomakkeen kohtaan 6



Hyvä LumiLinna – vieras,

olen matkailun alan opiskelija Pirkanmaan ammattikorkeakoulusta, Ikaalisista. Teen parhaillaan opinnäytetyötä, aiheenani Kemi LumiLinna. Tarkoitukseni on tutkia LumiLinnan elinkaarta sekä selvittää sen matkailullisia vetovoimatekijöitä hyvine ja huonoine puolineen.

Faktoihin perustuvien tietojen lisäksi selvitän työssäni tämän kauden LumiLinnavieraiden mielipiteitä menneistä sekä tämänhetkisestä linnasta. Kyselyistä saatujen vastauksien avulla tavoitteeni on havaita ne tekijät, jotka ovat tuottaneet menestyksekkäitä linnavuosia sekä löytää mahdollisia kehitysehdotuksia tuleville linnoille.

Toivoisin Teitä auttamaan minua työssäni täyttämällä oheisen kyselylomakkeen.

Vastaamalla annatte minulle mahdollisuuden kerätä erittäin arvokasta tietoa tutkimustani varten.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia.

Kiittäen,

Riikka Vähäsarja

1. Sukupuoli Mies Nainen

2. Syntymävuosi _____

3. Kotipaikkakunta _____

4. Vierailteko nyt ensimmistä kertaa Kemín LumiLinnassa?

En

Kyllä Mikäli vastasit ”kyllä”, voit siirtyä kysymykseen 7.

5. Minä aikaisempina vuosina olette vierailleet Kemín LumiLinnassa?

96 97 98 99 00 01 02 03 04 05 06 07

6. Mitkä ovat parhaat muistonne / kokemuksenne aiemmilta kausilta?

7. Mikä sai Teidät tänä vuonna valitsemaan kohteeksenne Kemín LumiLinnan?

8. Missä muissa kohteissa / paikkakunnilla vieraillette matkanne yhteydessä?

Kysymyksissä 9.-11. voitte valita useamman itsellenne sopivan vaihtoehdon.

9. Millaisia kohteita yleensä matkustaessanne suositte?

aurinkoisia

eksoottisia

lumisia

kohteita, joissa voin urheilla

luonnonläheisiä

kohteita, joissa en ole koskaan aiemmin käynyt

kaupunkikohteita

muu _____

10. Oletteko nyt

lomamatkalla

tapaamassa ystäviä / sukulaisia

työmatkalla

paikallinen päiväkävijä

kokousmatkalla

muu _____

ostosmatkalla

(jatkuu)

11. Vierailletteko parhaillaan LumiLinnassa

- yksin perheen kanssa
 ystävän kanssa työporukan kanssa
 puolison kanssa muu _____

12. Missä vastaavanlaisissa kohteissa olette joskus vierailleet?

13. Miten vertaisitte niitä Kemän LumiLinnaan?

14. Kauanko vierailunne LumiLinnassa kestää keskimäärin?

- alle 1 h useamman tunnin yövyn lumilinnassa
 1-2 h koko päivän jotain muuta _____

15. Onko mielestänne linnassa tarjolla erilaisia virikkeitä päiväkävijöitä ajatellen

- liikaa riittävästi juuri sopivasti puutteellisesti liian vähän en osaa sanoa

16. Onko mielestänne linnassa tarjolla erilaisia virikkeitä yöpyviä asiakkaita ajatellen

- liikaa riittävästi juuri sopivasti puutteellisesti liian vähän en osaa sanoa

17. Onko mielestänne linnassa tarjolla erilaisia virikkeitä lapsiasiakkaita ajatellen

- liikaa riittävästi juuri sopivasti puutteellisesti liian vähän en osaa sanoa

18. Mitkä mielestänne ovat LumiLinnan vahvuuksia?

19. Mitkä mielestänne ovat LumiLinnan heikkouksia?

20. Mitkä aikaisempien vuosien toteutuksista tahtoisitte nähdä / kokea linnassa uudestaan?

- sauna palju huistinrata lumipallomeri kaksikerroksinen hotelli
 nuotiokota poroajelut aurinkoterassi sisäänkäynnin laskusilta, ”linnamaisuus”
 interaktiivinen seikkailumaa jotain muuta? _____

21. Arvioikaa seuraavia kohtia ympäröimällä mielestänne sopivin arvosana.

Lisäksi voit perustella valintaasi viereiselle viivalle.

5 = erittäin hyvä 4 = hyvä 3 = kohtalainen 2 = melko huono 1 = huono - = en tiedä

Jääbaari	5	4	3	2	1	-	_____
Ravintolakabinetit	5	4	3	2	1	-	_____
Lumihotelli	5	4	3	2	1	-	_____
Kappeli	5	4	3	2	1	-	_____
Sisäkahvila	5	4	3	2	1	-	_____
Matkamuistomyymälä	5	4	3	2	1	-	_____
Nintendo-pelihuone	5	4	3	2	1	-	_____
Lastenmaa	5	4	3	2	1	-	_____
Arttu ja Terttu (maskotit)	5	4	3	2	1	-	_____
Tapahtumatarjonta	5	4	3	2	1	-	_____
Lippujen hinnat	5	4	3	2	1	-	_____
Kuvattomat kausikortit	5	4	3	2	1	-	_____
Aukioloaika (ma-su 10-19)	5	4	3	2	1	-	_____
Palvelun taso	5	4	3	2	1	-	_____
Linnan siisteys	5	4	3	2	1	-	_____
Yleisilme linnassa	5	4	3	2	1	-	_____
Linnan arkkitehtuuri	5	4	3	2	1	-	_____
Hotellihuoneiden sisustus	5	4	3	2	1	-	_____
Jääveistokset	5	4	3	2	1	-	_____
Valaistus	5	4	3	2	1	-	_____
Kalevala-näyttely	5	4	3	2	1	-	_____
Elämysten tuottaminen	5	4	3	2	1	-	_____
Markkinointi	5	4	3	2	1	-	_____

(jatkuu)

22. Oletteko mielestänne saaneet ”rahoillenne vastinetta”?

kyllä osittain en

Perustelunne?

23. Aiotteko jatkossa vierailla LumiLinnassa?

Kyllä En En osaa sanoa

Kuvailkaa vielä millainen olisi juuri Teidän unelmienne LumiLinna!

LIITE 3



Dear SnowCastle Guest,

I am a student of Pirkanmaa University of Applied Sciences. I study travel and tourism and I am doing my Bachelor's thesis about Kemi's SnowCastle. The idea of this thesis is to research SnowCastle's life cycle and to find its most and less important tourist attractions.

In addition to facts, such as annual reports, I am going to find out customers' opinions about former and current castles. With the answers and results gotten from questionnaires, I am supposed to discover those elements that have helped the SnowCastle process successful seasons. Also finding reasonable development ideas is one of my aims in this thesis.

I wish you to help me with my work by filling enclosed questionnaire.

By answering the questions you give me a great opportunity to gain precious information for my research and thesis.

Answering questions takes about 10 minutes.

Thank You.

With best regards,

Riikka Vähäsarja

LIITE 3

1. Sex Man Woman

2. Year of Birth _____

3. Home town / land _____

4. Are you visiting the SnowCastle now for first time?

No

Yes If you answered “yes”, you can skip the questions 5 and 6.

5. In which years have you visited the SnowCastle before?

96 97 98 99 00 01 02 03 04 05 06 07

6. Which are your best memories / experiences from earlier seasons of the SnowCastle?

7. Why did you decided to visit the SnowCastle this year?

8. In which other resorts / places are you going to visit during this journey?

Questions 9-11. are multiple choice questions. Choose as many alternatives as you like.

9. When you travel, which kind of resorts do you usually prefer?

sunny -

exotic -

snowy -

sport -

nature -

resorts, I've never been to before

city -

other _____

10. Are you now

on a holiday

visiting friends / relatives

on a business journey

I'm a local day tripper

on a congress journey

other _____

on a shopping holiday

11. Are you now visiting the SnowCastle

- alone
 with a family
 with a friend(s)
 with workmate(s)
 with a spouse
 other _____

12. In which other this kind of resorts have you visited earlier?

13. How would you compare it / them to the Kemi's Snow Castle?

14. How long does you visit at SnowCastle (usually) lasts?

- less than 1hour
 several hours
 I'm spending a night at SnowCastle
 1-2 hours
 the whole day
 other _____

At the SnowCastle..**15. Do you think there are things to see and do for people visiting at daytime**

- too much
 a lot
 just enough
 something lacks
 too less
 I don't know

16. Do you think there are things to see and do for people staying overnight

- too much
 a lot
 just enough
 something lacks
 too less
 I don't know

17. Do you think there are things to see and do for children customers

- too much
 a lot
 just enough
 something lacks
 too less
 I don't know

18. What are the strengths of the SnowCastle?

19. What are the weaknesses of the SnowCastle?

20. The following things are some examples of things there has been former years.

Which of these would you like to be possible to experience again at the SnowCastle some day?

- sauna outdoor bath ice skating snowball see double-decked hotel
 fireplace reindeer-drawn sun terrace a drawbridge at entrance
 interactive adventure for kids something else _____

21. Give grades to items below by circling one number between 1-5.

You can comment your choice to the line situated next to the numbers.

5 = excellent 4 = good 3 = ok 2 = not good 1 = miserable -- = I don't know

Ice bar	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
Restaurant cabinets	5 4 3 2 1 --	_____
Snow Hotel	5 4 3 2 1 --	_____
Chapel	5 4 3 2 1 --	_____
Indoor Café	5 4 3 2 1 --	_____
Souvenirs shop	5 4 3 2 1 --	_____
Nintendo-room	5 4 3 2 1 --	_____
<u>Palvfield</u> for children	5 4 3 2 1 --	_____
<u>Arttu & Terttu</u> (the mascots)	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
Supply of events	5 4 3 2 1 --	_____
Price of tickets	5 4 3 2 1 --	_____
Season tickets (no photo)	5 4 3 2 1 --	_____
Opening times (mo-su 10-19)	5 4 3 2 1 --	_____
Standard of <u>service</u>	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
<u>Cleanliness</u>	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
<u>General appearance</u>	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
<u>Architecture</u>	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
Decoration of hotel rooms	5 4 3 2 1 --	_____
Ice sculptures	5 4 3 2 1 --	_____
Lightning	5 4 3 2 1 --	_____
<u>Kalevala-jewellery exhibition</u>	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
<u>Experiences</u>	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____
Marketing	<u>5</u> 4 3 2 1 --	_____

(jatkuu)

22. Do you think you have "got bang for the buck"? (Has this been worth of your money?)

- Yes Almost No

Why / Why not?

23. Are you going to visit the SnowCastle again some day?

- Yes No I don't know

Describe the snow castle of your dreams!

LIITE 5



Lieber LumiLinna-Besucher,

ich studiere Tourismus und Fremdenverkehr an der Fachhochschule in Pirkanmaa. Zur Zeit mache ich meine Abschlussarbeit. Als Thema habe ich das LumiLinna (Schneeschloss) in Kemi ausgewählt. Mein Ziel ist es den Lebenszyklus von LumiLinna zu analysieren und die wichtigsten sowie die weniger wichtigen Attraktionen herauszufinden.

Außer den Fakten interessiere ich mich auch für Ihre Meinung über LumiLinna. Mit Ihren Antworten auf dem Fragebogen möchte ich gerne herausfinden, welche Faktoren ein erfolgreiches Jahr beeinflussen. Zusätzlich möchte ich Ideen für Verbesserungen der kommenden LumiLinna's finden.

Bitte unterstützen Sie mich bei meiner Arbeit und füllen Sie den angehängten Fragebogen aus. Mit Ihren Antworten geben Sie mir die Möglichkeit sehr wertvolle Informationen für meine Abschlussarbeit zu sammeln.

Sie brauchen ca. 10 Minuten um diesen Fragebogen auszufüllen. Vielen Dank für Ihre Mühe.

Mit freundlichen Grüßen,

Riikka Vähäsarja

1. Geschlecht Mann Frau

2. Geburtsjahr _____

3. Wohnort und Land _____

4. Sind Sie Heute das erste Mal in LumiLinna?

Nein

Ja Falls Sie mit "ja" beantwortet haben, können Sie direkt zur Frage 7 gehen.

5. In welchem Jahr haben Sie früher schon einmal LumiLinna besucht?

96 97 98 99 00 01 02 03 04 05 06 07

6. Welches sind Ihre besten Erinnerungen / Erfahrungen der letzten Jahre?

7. Warum haben Sie LumiLinna in Kemi dieses Jahr als Ihr Reiseziel ausgesucht?

8. Werden Sie in Ihrem Urlaub noch andere Städte / Attraktionen besuchen?

Bei den Fragen 9.-11. können Sie mehrere Antworten angeben.

9. Wie wählen Sie meistens Ihre Reiseziele?

sonnig

exotisch

schneereich

Reiseziele, um Sport zu treiben

naturverbunden

Orte, die ich noch nie besucht habe

Stadturlaub

Sonstiges _____

10. Sind sie jetzt

im Urlaub

um Freunde / Verwandte zu besuchen

auf Geschäftsreise

Ich bin ein Tagesbesucher aus der Umgebung

auf Kongressreise

sonstige _____

auf Einkaufsreise

(jatkuu)

11. Besuchen Sie uns Heute hier

- allein mit Familie
 mit Freund / Freundin mit Arbeitskollegen
 mit Ehepartner/in sonstige _____

12. Haben Sie schon einmal eine ähnliche Attraktion besucht? Wenn ja, welche?

13. Wie können Sie diese mit LumiLinna vergleichen?

14. Wie lange dauert Ihr Besuch in LumiLinna?

- unter 1 Std. den ganzen Tag
 1-2 Std. ich übernachtete im LumiLinna
 mehrere Stunden sonstige _____

15. Bietet LumiLinna Ihrer Meinung nach Unterhaltung für Tagesbesucher

- zu viel genug genau richtig nicht ausreichend zu wenig keine Meinung

16. Bietet LumiLinna Ihrer Meinung nach Unterhaltung für die Gäste, die im LumiLinna uebernachten

- zu viel genug genau richtig nicht ausreichend zu wenig keine Meinung

17. Bietet LumiLinna Ihrer Meinung nach Unterhaltung für Kinder

- zu viel genug genau richtig nicht ausreichend zu wenig keine Meinung

18. Was sind die Stärken von LumiLinna?

19. Was sind die Schwächen von LumiLinna?

**20. Was von den folgenden Attraktionen würden Sie gerne noch in LumiLinna sehen
(Attraktionen der Vorjahre)**

- Sauna Warmwasserpool Zelt mit Lagerfeuer Sonnenterrasse Schneeballr
 Hotel in zwei Etagen eine Zugbrücke im Eingangsbereich Interaktives Abenteuerla
 Reintierschlittenfahrt Eisbahn sonstiges _____

21. Bitte bewerten Sie die folgenden Punkte mit den entsprechenden Noten.

Bei Bedarf können Sie einen Kommentar einfügen.

5 = Sehr gut 4 = gut 3 = ziemlich gut 2 = mittelmäßig 1 = schlecht - = Keine Mein

Eisbar	5	4	3	2	1	-	_____
Restaurantkabinette	5	4	3	2	1	-	_____
Schneehotel	5	4	3	2	1	-	_____
Kapelle	5	4	3	2	1	-	_____
Café	5	4	3	2	1	-	_____
Souvenirladen	5	4	3	2	1	-	_____
Nintendo-Spielzimmer	5	4	3	2	1	-	_____
Kinderland	5	4	3	2	1	-	_____
<u>Arttu und Terttu</u> (Maskottchen)	5	4	3	2	1	-	_____
Der Vielfalt von Attraktionen	5	4	3	2	1	-	_____
Eintrittspreise	5	4	3	2	1	-	_____
Jahreskarte (ohne Bild)	5	4	3	2	1	-	_____
Öffnungszeiten (Mo-So 10-19 Uhr)	5	4	3	2	1	-	_____
Service	5	4	3	2	1	-	_____
Sauberkeit	5	4	3	2	1	-	_____
Allgemeiner Eindruck	5	4	3	2	1	-	_____
Architektur in <u>LumiLinna</u>	5	4	3	2	1	-	_____
Inneneinrichtung im Hotelzimmer	5	4	3	2	1	-	_____
Eisskulpturen	5	4	3	2	1	-	_____
Beleuchtung	5	4	3	2	1	-	_____
<u>Kalevala-Ausstellung</u>	5	4	3	2	1	-	_____
Erlebnisse	5	4	3	2	1	-	_____
Marketing	5	4	3	2	1	-	_____

(jatkuu)

20. Wie finden Sie das Preis-Leistung-Verhältnis?

- Gut Halbwegs Schlecht

Warum?

23. Werden Sie auch in Zukunft LumiLinna besuchen?

- Ja Nein Weiß nicht

Bitte beschreiben Sie, wie das LumiLinna ihrer Träumes aussehen würde?

Vastauksia lomakekyselyn kysymykseen nro. 7:

”Mikä sai Teidät tänä vuonna valitsemaan kohteeksenne Kemin LumiLinnan?”

Suomesta saapuneet kävijät vastasivat:

"Olen Kemistä. Periaatteella. Kun tätä rakennetaan, niin käyn. Olen ostanut kausikortin."

"hääpäivä"

"VIETÄMME HÄÄPÄIVÄÄMME AINA TÄÄLLÄKIN. SYÖMME USEIN MYÖS. TUOMME (AINA SILLOIN KUN ON) MYÖS VIERAITAMME (JOTKA MUUALTA PÄIN SUOMEA TULEVAT) VIETTÄMÄÄN AIKAA SYÖMÄÄN JA /TAI JUOMAAN JÄÄBAARISSA JA SITTEN LÄMPIMÄSSÄ AITASSA"

"Käyn aina, joka vuosi"

-

"Asun Kemissä. Käyn joka talvi."

"JOKAVUOTINEN PERINNE. YHTÄÄN LINNAA EI JÄTETÄ VÄLIIN."

"Käyn linnassa joka viikko"

"Olemme kausikorttiasiakkaita - arkena käymme laskemassa mäkeä ja viikonloppuisin esiintyjä"

"lapsi on esikoululainen, käymme linnassa laskemassa mäkeä ja napakelkassa."

"KÄYNNÄ JOKA VUOSI TYÖNI VUOKSI"

"KOTIPAIKKAKUNNAN NÄHTÄVYYS, JOKA VUOSITTAIN HIEMAN MUUNTAUTUU + 5 vuotias kummityttö"

"läheisyys, erikoisuus (oman kaupungin kohde)"

"se on jokavuotinen perinne"

"JOKA VUOSI ON TAPANA KÄYDÄ"

"Asumme Kemissä, lasten kanssa vierailtu. Menimme tänä keväänä myös naimisiin lumilinnan kappelissa."

"TUTTU SUOSITTELI"

"LumiLinna on jokavuotinen ehdoton must! -käyntikohde"

"Lapsenlapsen veli"

"PITÄÄ NÄHDÄ OMIN SILMIN"

"Olen kiinnostunut näkemään minkälainen linna minäkin vuonna."

"Se on olemassa!"

"JOKAVUOTINEN TRADITIO"

"Vakiintunut tapa, koska asun niin lähellä. Tahdon nähdä aina mitä uutta linnaan on tullut /ei ole tullut"

"Muuten vaan"

"Eksoottinen kokemus ja hyvä muisto vanhoille päiville."

"Työnantajan järjestämä tapahtuma"

"Kemi on entinen kotikunta"

"I'VE RECENTLY MOVED TO FINLAND AND THOUGH IT'D BE A NICE WAY TO SPEND A HOLIDAY WITH MY VISITING GIRLFRIEND."

"Piti tuoda veli sinne käymään"

(jatkuu)

"Lumilinnassa on ihanaa pohjoista eksotiikkaa, on fiksua jalostaa ja hyödyntää sitä mitä täällä on, lunta ja jäätä."

"Kohde jota ei muualla ole."

"Käynti talvilomalla tuttavien luona"

"Vierailimme Rovaniemellä sukulaisissa ja tulomatalla ajattelimme käydä lumilinnassa"

"MIELENKIINTO MILTÄ LUMESTA (jäätä) RAKENNETTU KYLÄ NÄYTTÄÄ"

"Nähty esitteitä kyseisestä kohteesta"

"Sukulaisia tapaamassa välillä Hanko-Tornio-Haaparanta"

"Mielenkiinto"

"Eksoottinen paikka ulkomaalaisille vieraille"

"Työpaikan retki, jonka esimiehet suunnittelivat"

"YÖVYIMME KEMISSÄ JA PAIKKA OLI NÄKEMÄTTÄ."

"Työhön liittyvä vierailu (kuten kahtena edellisenä vuotena)"

"Lumilinna sijaitsi matkamme varrella ja oli hyvä taukopaikka"

Ulkomailta tulleet kävijät puolestaan vastasivat:

"Mielenkiinto tutustua tämän vuoden linnaan."

"ich wurde eingeladen"

"Teil eines Geburtstagsrundreise."

"Reportage in Fernsehen, Ideen von der Reisesmesse in Hamburg"

"Hochzeit in der Kapelle"

"Not so far from Oulu"

"because I am in Finland this year!"

"For tourism. 6 months in Finland as student at the University of Oulu."

"Could be nice to visit this kind of things"

"Because I'm studying in Finland this year"

"We won the trip"

"To see the special place before its too late (global warm). And the most important reason is to propose my girlfriend."

"It was a "surprise" - holiday for me!"

"Because we were here after the SAMPO and had time to visit it"

"Because it seems attractive, and to live a difference experience with my family (parents and brother) we like a lot the snow, forrest and new experiences."

"It is something _____"

"OUR FINNISH FRIENDS IS KEMI!"

"I came to Finland to do Erasmus Programme and decided to visit lapland, to know better the country."

"Because there were too little snow this year and I _____ so much real winter weather."

"ohikulkumatka"

"Sounded exotic & we love to try new things."

Vastauksia lomakekyselyn kysymykseen nro. 6:

”Mitkä ovat parhaat muistonne / kokemuksenne aiemmilta kausilta?”

"Aikaisemmin linna oli torilla ja kerran myös Pohjolan Sanomien vieressä. Muistot ihan positiiviset paitsi vuodelta 2006, jolloin linna teki aika mitäänsanomattoman vaikutuksen."

"Ehkä tämä on tottumusta, mutta tuntuu kuin viimevuosisadan linnat olisivat olleet muhkeampia, kauniimpia. Se Kemin torilla ollut linna oli ala-arvoinen paikanvalinnan suhteen."

"Omat häät lumilinnassa"

"VIETIMME OMAT HÄÄMME V.2000 LUMILINNASSA. VIHITTIIN KAPPELISSA. YÖVYIMME LUMIHOTELLIN SVIITISSÄ KÄYTIMME BAARIA ELI JUOMAT VIERAILLE (100 hlöä). YÖPYMINEN UPEA KOKEMUS. VIHKITAPAHTUMA IKIMUISTOINEN JA ERIKOINEN UPEAN YMPÄRISTÖNSÄKIN JOHDOSTA. KUUMA ROMMI LÄMMITTI UPEASSA JÄÄBAARISSA."

"Karita Mattilan konsertti 1. lumilinna"

"Karita Mattilan konsertti"

"Upeat jääveistokset, konsertit, jääsatu, pikkukojut"

"KARITA MATTILAN ESIINTYMINEN 1. LUMILINNASSA + MUUT ESIINTYJÄT. VUODEN 1998 ARCTIC SOCCER TOURNAMENT LUMILINNASSA"

"Lapset saavat olla ulkona, sisällä voi lämmitellä juoda kupin kahvia jopa oluen, lukea eipä oikein muualle voi mennäkään lasten kanssa talvi iltana"

"Lastenkonsertit: titinalle ja huvitutti sekä esiintyjät aikuiseen makuun"

"Ihan ensimmäisen lumilinnan Karita Mattilan esiintyminen."

"JÄÄVEISTOKSET, TAIDENÄYTTELY"

"JÄÄVEISTOKSET, LASTEN ILO"

"Erikoinen kohde, mielenkiintoinen rakennelma: miten se pysyy pystyssä?"

"Jäätanssipari Rahkamo/Kokko show, avajaisjuhlallisuudet"

"JÄÄVEISTOKSET, RAVINTOLA"

"Sinä vuonna kun jääveistoshuoneissa oli myös musiikkia. (Iso hämähäkki-veistos)"

"ENSIMMÄINEN LUMILINNA"

"Jääsatu-musiikkinäytelmä, Lumikuninkaan kruunu- liveroolipeli 2002, klubi goes Snowcastle - rocktapahtuma 2007"

"Ensimmäinen linna oli upea, iso ja siellä oli enemmän toimintaa. Kaksikerroksinen hotelli ja lumiveistosten laatu."

"ILTAVALAISTUS"

"Ihanat jääveistokset"

"aurinkoiset päivät tekemistä ystävien lapsille"

"JÄÄBAARI"

"interaktiivinen lastenmaa, muurimaiset seinät, 2.kerroksinen hotelli, huskyt + porot linnan pihalla"

"Kirkko, ravintola"

-

"Ensimmäinen lumilinna. Se oli valtavan kokoinen ja ihmisiä oli paljon."

"Jäinen liukumäki"

"Kauniit valaistut jääveistokset ja tanssivat "lumipallot"

"Ensikerran viehätys"

"Suomalaisuuden, pohjois-Suomen / Lapin esiin tuominen. Hieno rakennus"

"Parhaiten mieleenjäynyt asia linnasta on se kun linna tässä eräänä vuonna oli tulella!"