

Melonta-, pyöräily- ja vaellustarjontamme ja sen kysyntä ulkomailla

Tilannekartoitus

Ellare Oy
Pirjo Räsänen
Heli Saari

MEK A:134 2004
Matkailun edistämiskeskus



Sisällysluettelo

<u>1 Johdanto</u>	3
<u>1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät</u>	4
<u>1.2 Käsitteiden määrittely</u>	9
<u>1.3 Tehtävän rajaukset</u>	12
<u>2 Keski-Euroopan aktiviteettimarkkinoiden kuvaus</u>	14
<u>2.1 Aktiviteettimatkojen ominaisuudet</u>	16
<u>2.2 Matkanjärjestäjäanalyysin tulokset</u>	19
<u>2.2.1 Vastaajien taustatiedot</u>	19
<u>2.2.2 Suomen kilpailuasema Keski-Euroopan markkinoilla</u>	24
<u>2.2.3 Aktiviteettituote pakettina</u>	31
<u>2.2.4 Myynti ja markkinointi</u>	42
<u>2.3 Markkina-analyysin yhteenveto</u>	51
<u>3 Kotimaan tarjonnan kuvaus</u>	56
<u>3.1 Melonta- ja vaellustarjonta</u>	56
<u>3.2 Pyörämatkailun tarjonta</u>	82
<u>3.3 Tarjonnan laatu</u>	86
<u>3.4 Kotimaan tarjonnan yhteenveto</u>	90
<u>4 Johtopäätökset ja suositukset</u>	100

Lähdeluettelo

Taulukko- ja kuvaluettelo

Taulukko 1. Euroopan seikkailumatkamarkkinat 1998.....	15
Taulukko 2. Aktiviteettimatkan pituus.	16
Taulukko 3. Rahan kulutus aktiviteettimatalla.	16
Taulukko 4. Aktiviteettimatkan varaaminen.	18
Taulukko 5. Onko vastaaja vieraillut aiemmin Suomessa ?.....	20
Taulukko 6. Perustamisvuosi.....	20
Taulukko 7. Matkanjärjestäjien toimialat.	21
Taulukko 8. Matkanjärjestäjien aktiviteettitarjonta.	22
Taulukko 9. Matkanjärjestäjien asiakasmäärät ja kesämatkojen osuudet niistä.	23
Taulukko 10. Eri aktiviteettien osuudet liikevaihdosta.	23
Taulukko 11. Matkanjärjestäjien Suomen tarjonta.....	25
Taulukko 12. Mitkä ovat Suomen kilpailijamaat?	29
Taulukko 13. Ryhmien ja yksittäisten osuudet liikevaihdosta.....	32
Taulukko 14. Millaisista melontareiteistä olette kiinnostuneita?	34
Taulukko 15. Montako erilaista reittivaihtoehtoa kiinnostaa Teitä?	34
Taulukko 16. Millaisen melontatuotteen haluaisitte?.....	35
Taulukko 17. Millaisen vaellustuotteen haluaisitte?.....	37
Taulukko 18. Millaisen maastopyöräilytuotteen haluaisitte?.....	39
Taulukko 19. Mitä asioita pidetään tärkeänä eri maissa suunnitellessa aktiviteettipaketteja?	46
Taulukko 20. Onko eri aktiviteettien välillä eroja asioiden tärkeysjärjestyksessä?.....	46
Kuva 1. Jakelutie ja verkostot ulkomaan markkinoilla (Artman ja Boxberg 2002:18).....	11
Kuva 2. Miten haluatte varata kesäaktiviteettipaketit?	43
Kuva 3. Mikä on takaraja tuotteille esitteitänne ajatellen?.....	44
Kuva 4. Mitä asioita pidätte tärkeänä suunnitellessanne aktiviteettipaketteja?	45
Kuva 5. Mitä myyntiä tukevia markkinointitoimenpiteitä toivotte?	47
Kuva 6. Myynti- ja markkinointituki maittain.....	48
Kuva 7. Mitä asioita kuluttajat pitävät tärkeänä ostaessaan aktiviteettipakettia?	49
Kuva 8. Mitä asioita kuluttajat pitävät tärkeinä ostaessaan aktiviteettipakettia?	50
Kuva 9. Mitä hinnoittelukeinoja haluaisitte palvelun tuottajan käyttävän?.....	51

Liiteluettelo

Liite 1. Kysymyslomake
Liite 2. Tutkimussaate
Liite 3. Haastatellut matkanjärjestäjät
Liite 4. Tavatut matkanjärjestäjät
Liite 5. Tuotteet, kartat ja esitteet
Liite 6. Majoitusta koskevat taulukot

1 Johdanto

Keski-Euroopan markkinoilla aktiviteettimatkailu on suosittua ja niitä tuotteistamaan sekä myymään on syntynyt uusia matkanjärjestäjiä. Aktiviteettimatkailu on osa liikunta-, seikkailu- ja luontomatkailua. Aktiviteetti on loman keskeisin sisältö ja se määrittelee usein lomakohteen valinnan. Aktiviteetti ei kuitenkaan ole himourheilua, vaan leppoisaa liikkumista ja ympäristöön tutustumista. Hyvin suunnitellulla ohjelmalla ja etenkin sen houkuttelevalla kuvauksella on suuri merkitys ammattitaitoisen paketoinnin lisäksi. Keskeisimmät aktiviteettimuodot ovat pyöräily, vaellus ja melonta.

Suomen merkittävimmät vetovoimatekijät, luonto, avaruus ja tilan tuntu, tarjoavat upeat puitteet aktiviteettimatkailulle. Suomen vesistöt upeine järvikansallispuistoineen sekä saaristoalueineen, laajat erämaa-alueet ja lukuisat vaellusreitit muodostavat ainutlaatuisia mahdollisuuksia. Lukuisia mahdollisuuksia onkin Suomesta markkinoitu ahkerasti, mutta niitä ei ole paketoitu myytäviksi tuotteiksi. Tuotteistamattomuuden lisäksi aktiviteettimatkailun kehittämisen ongelmia ovat Suomen huono tunnettuus, jakelutieosaamisen puute, toiminnan suunnittelemattomuus ja pitkäjänteisyyden puute. Tuote- ja markkinaosaamisen lisäksi jo rakennetun infrastruktuurin kuten vaellus-, pyöräily- ja melontareittien ylläpitoon, opastukseen ja luokitteluihin pitäisi panostaa nykyistä enemmän. Painopiste tulisi olla reittien lisäämisen sijasta laadun kohottamisessa.

Suomen pyöräily-, vaellus- ja melonta-alueet voitaisiin tuotteistaa nykyistä paremmin erilaistamalla niitä selvemmin. Omatoimisemmalle asiakkaalle ne voitaisiin tuotteistaa tehdyn kartta- ja informaatiomateriaalin avulla. On kuitenkin muistettava, että kaikilla reiteillä ja alueilla ei ole yhtä suuria mahdollisuuksia kansainvälisillä markkinoilla. Jotkut alueet ovat vetovoimaisia vain kotimaan markkinoilla. Seuraava tuotekokonaisuus syntyy majoitus- sekä oheis- ja ohjelmapalveluyrityksien verkostoitumisesta kokonaisvaltaisiksi tuotepaketeiksi. Verkostoitumisen pitäisi kuitenkin perustua nykyistä enemmän asiakkaan tarpeisiin eikä maakunnan tai seutukunnan rajoihin. Aktiviteettien tuotteistamisessa olisi huomioitava myös muut aktiviteetit ja niiden yhdistäminen.

Matkailualan yrityksiltä ja organisaatioilta on puuttunut aktiviteettimarkkinoita koskeva luotettava ja ajankohtainen tieto. Niinpä on ollut mahdotonta aloittaa nykyistä laajempaa yhteistyötä

aktiviteettituotteiden kehittämiseksi. Tämän selvityksen tarkoituksena on olla perusselvitys aktiviteettimatkailun kehittämisen jatkotoimenpiteille.

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät

Tutkimus toteutettiin yhteistyössä Matkailun Edistämiskeskuksen sekä Vaeltaen ja Pyöräillen Suomessa –hankkeiden¹ kanssa. Näitä hankkeita koordinoivat Ellare Oy:stä Pirjo Räsänen ja Heli Saari. Aihepiiriin liittyen keväällä 2003 Joensuun yliopiston Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskus toteutti Vuoksen vesistöalueen melontamatkailun markkinointiselvityksen. Tämän tutkimuksen perusongelmana on analysoida aktiviteettimatkojen kotimainen tarjonta ja verrata sitä ulkomaiseen kysyntään sekä määritellä sen jälkeen mitkä alueet Suomessa ovat potentiaalisimmat aktiviteettimatkojen kohteet ja millä markkinointikonseptilla niiden tarjontaa voidaan kehittää kysyntää vastaavaksi. Tätä taustaa vasten tutkimuksen tavoitteet ovat:

- analysoida aktiviteettimatkatuotteiden kysyntä Euroopan markkinoilla
- selvittää Suomen kansainvälisille markkinoille suunnattu aktiviteettituotetarjonta
- verrata kysyntää ja tarjontaa
- laatia aktiviteettimatkailun tuotekehitys- ja markkinointistrategia

Tutkittavat aktiviteetit ovat melonta, retki- ja maastopyöräily ja vaellus. Tutkittavat markkina-alueet ovat Saksa, Sveitsi, Benelux-maat, Ranska, Espanja ja Italia.

Markkinoiden selvitys toteutettiin puhelinhaastatteluilla sekä henkilökohtaisilla haastatteluilla käyttämällä strukturoitua kysymyslomaketta (Liite 1). Haastatteluja täydennettiin sähköpostitse sekä tekemällä myyjä- ja messuvierailuja ulkomailla (ITB Berliini 10.–11.3. ja Op PAD Amsterdam 6.–7.3., matkanjärjestäjätapaamiset Saksassa 5.–9.5., Hollannissa 30.6.–2.7. ja Iso-Britanniassa 7.–14.9.). Messuilla tavattiin myyjien lisäksi myös kilpailijamaiden osastoilla olevia edustajia ja kerättiin heidän kuluttajille suunnattua markkinointimateriaalia. Matkanjärjestäjien kanssa keskusteltiin heidän aktiviteettituotannostaan ja näkemyksistä tuotteistamisesta ja markkinoinnista. Kertyneen aineiston pohjalta keskusteltiin MEKin kanssa kesäaktiviteettien

¹ Pyöräillen ja Vaeltaen Suomessa- hankekokonaisuuteen kuuluvat seuraavat hankkeet: Pyöräillen Suomessa –hanke, toteutusaika 1.1.2001-31.12.2002, Pyöräillen Suomessa –jatkohanke, 1.1.2003-31.3.2006 ja Vaeltaen Suomessa –hanke, 1.1.2003-31.3.2006. Näiden hankkeiden toteutusalue on Länsi-Suomi, eli ns. ALMA-alue ja hallinnoijana toimii Vaasan Ammattiopisto. Lisäksi Itä-Suomessa toteutetaan Pyöräillen ja Vaeltaen Suomessa –hanketta, jota hallinnoi Mikkelin Ammattikorkeakoulu 1.1.2003 - 31.12.2005.

asemasta sen käynnistämässä kesämatkailuprojektissa (27.3., Helsinki ja 14.4., Seinäjoki). Finnairin ja MEKin ulkomaantoimistojen kanssa kokonaisuudesta keskusteltiin maittain (6.3. Benelux-maat; 12.3. Saksa; 15.5. Iso-Britannia). Markkinoiden analysoimisessa hyödynnettiin myös Pyöräillen Suomessa –hankkeen tekemiä haastatteluja.

Tarjontaa selvitettiin usean osa-tutkimuksen kautta. Suomen Latu ry (Päivi Purola) kartoitti ns. Alma-ohjelman² piirissä olevan vaellustarjonnan (kansallispuistot, luonnonpuistot, Poluista Reiteiksi –hankkeen osallistujat, palveluntuottajat). Heli Saari täydensi tätä kartoitusta keräämällä lähinnä alueellisten hankkeiden rakentamat retkeilypolut ja –alueet. Vaeltaen ja Pyöräillen Suomessa –hankkeen Nina Eronen selvitti Tavoite 1-alueen³ kansallis- ja luonnonpuistot sekä niiden palvelut. Eero Hämäläinen kartoitti Tavoite 1 –alueen Poluista Reiteiksi –hankkeen koordinoimat retkeilyreitit. Melontatuotteiden kartoittamisesta ja analysoinnista vastasi Kolovesi Retkeily Ky:n toimitusjohtaja Jouko Siivonen. Pyöräilytuotteiden ja –reittien kartoittamisessa hyödynnettiin Pyöräillen ja Vaeltaen Suomessa –hankkeiden taustaselvityksiä. Osaamisen tason arvioinnissa hyödynnettiin Ellare Oy:n tutkimusta maaseutumatkailuyritysten osaamisesta sekä Vuoksen vesistöalueen melontamatkailun markkinaselvitystä.

Markkinatutkimuksen teki Ellare Oy. Sitä varten valittiin Ranskasta, Sveitsistä, Itävallasta, Saksasta, Benelux-maista ja Iso-Britanniasta 100 matkatoimistoa ja matkanjärjestäjää. Valinta suoritettiin osittain Ellare Oy:n jälleenmyyjärekisteristä, joka sisältää 55 aktiviteettimatkoihin erikoistunutta myyjää Keski-Euroopassa. Luettelo tarkastettiin maittain yhteistyössä MEKin kanssa, internet-tiedonhaulla, jolla haettiin aktiviteettimyyjiä ja -järjestöjä sekä kyselyllä maittain matkatoimistojen liittojen rekistereistä. Tuloksena saatiin kattava luettelo mahdollisista myyjistä ja alustava profiili heidän tuotteistaan. Nämä luokiteltiin siten, että etusijalle asetettiin ne, joilla oli Suomen kesäaktiviteettien tuotteistoon sopivin tuotteisto. Myyjät, joiden tuotanto oli täysin yhteen sopimaton Suomen kanssa, karsittiin pois. Niinpä ne, joiden tarjonta keskittyi tiettyihin alueisiin (Aasia, Etelä-Amerikka tms.) tippuivat pois. Lopulliseen haastateltavien luetteloon valittiin mukaan Suomi- ja Skandinavia -spesialisteja, luonto- ja aktiviteettimatkoihin erikoistuneita myyjiä sekä kannustematkamyyjiä. Valinnoilla tavoiteltiin monipuolista kuvaa akti

² ALMA -ohjelmalla tarkoitetaan vuosina 2000 - 2006 toteutettavaa alueellista maaseudun kehittämisohjelmaa. ALMA -ohjelman alueeseen kuuluvat Pohjanmaan, Etelä-Pohjanmaan, Satakunnan, Varsinais-Suomen, Hämeen, Uusimaan ja Etelä-Karjalan maakunnat sekä osia Keski-Pohjanmaan, Pohjois-Pohjanmaan ja Keski-Suomen maakunnista.

³Tavoite 1 -ohjelmilla edistetään kehityksessä jälkeen jääneiden alueiden kehittämistä ja rakenteellisen muutoksen edistämistä. Itä-Suomen tavoite 1-ohjelmaa -alueeseen kuuluvat Etelä-Savon, Kainuun, Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon maakunnat. Pohjois-Suomen tavoite 1 -ohjelman alueeseen kuuluvat Lappi sekä osia Keski-Pohjanmaan, Pohjanmaan ja Keski-Suomen maakunnista.

viteettien tuotteistamismahdollisuuksista. Joissakin tapauksissa yhdellä myyjällä oli useita edellä luetelluista tuotteista valikoimassaan. Yhteensä haastattelulistalle tuli 74 potentiaalista myyjää, jotka jakaantuivat maittain seuraavasti: Hollanti 16 kpl, Saksa 26 kpl, Itävalta 1 kpl, Sveitsi 3 kpl, Iso-Britannia 18 kpl ja Ranska 10 kpl. Markkina-alueittain tavoiteltiin kuhunkin aktiviteettiin 5-7 haastattelua. Ranskassa paikallinen MEK ja haastattelija kävivät useampia keskusteluja mahdollisista haastateltavista ja tekivät listan itse. Yhteydenottoa varten laadittiin yhteistyössä MEKin kanssa saatekirje, jonka tavoitteena oli kannustaa myyjiä vastaamaan kysymykseen (Liite 2). Saatteessa korostettiin vaikutusmahdollisuuksia koko kesätuotantoon ja luvattiin jo tulevalle kesälle opinto- ja tutustumismatkoja myyjille.

Seuraavassa vaiheessa haastateltavien lista käytiin puhelimitse läpi haastattelijan kanssa ja etusijalle asetettiin ne, joilta ehdottomasti piti saada haastattelu. Useimpien myyjien vastuuhenkilö tunnettiin jo, jolloin tälle henkilölle lähetettiin sähköpostitse kysymyslomake ja saatekirje. Seuraavaksi otettiin yhteyttä puhelimitse ja sovittiin kysely tehtäväksi jollakin seuraavista kolmesta tavasta: 1) henkilökohtainen haastattelu, 2) haastattelu puhelimessa siten, että haastattelija täyttää lomakkeen tai 3) lomake täytetään itse ja palautetaan sovitulla tavalla haastattelijalle, joka tarkistaa sen ja tarvittaessa ottaa uudelleen yhteyttä. Yhteensä haastatteluja saatiin tutkimusta varten 34 kpl: Hollannista 9, Isosta-Britanniasta 10, Saksasta kahdeksan ja Ranskasta 7 (Liite 3). Vastausprosentiksi tuli 46 %. Lisäksi Saksassa tavattiin 8 myyjää, Hollannissa 7 myyjää ja Iso-Britanniassa 9 myyjää (Liite 4). Pyöräilytutkimusta varten oli aiemmin haastateltu 23 myyjää. Haastatteluja täydennettiin analysoimalle matkanjärjestäjien esitteitä. Niistä kartoitettiin aktiviteettimatkailun tärkeimmät kohdemaat sekä tarjolla olevien aktiviteettituotteiden valikoiman laajuus ja sisältö sekä kohderyhmät. Joillakin yrityksillä ei ollut laisinkaan painettuja esitteitä, vaan tuotanto oli ainoastaan internetissä. Tällöin samat asiat kartoitettiin internetistä saatujen tietojen pohjalta. Kartoitettavat asiat olivat aktiviteettilomien sisältö, kesto, hinta, kohderyhmät ja kohdemaat.

Vaikeinta oli saada haastatteluja Saksasta. Lähes kaikki saksalaiset kieltäytyivät haastattelusta ja kyselylomakkeen täyttämisestä. Saksalaisille myyjille tulee kyselyjä niin paljon, että ne ovat käyneet rasiitteeksi. Vasta pitkän suostuttelun jälkeen, lähes kuukausi myöhässä aikataulusta, kahdeksan löysi aikaa kyselyn täyttämiseksi. Saksasta palautettuihin lomakkeisiin oli vastattu perusteellisesti. Ranskassa haastateltavat löysivät helposti aikaa, mutta täyttivät lomakkeet hyvin suurpiirteisesti. Kun heiltä kysyttiin myöhemmin täydentäviä tietoja, he valittivat, etteivät tiedä Suomen kesätuotteista mitään, mistä johtuen tuntui turhalta vastata kysymyksiin. Iso-Britannian ja Benelux-maiden myyjät olivat erittäin kiinnostuneita Suomen kesäaktiviteeteistä, ja

heiltä oli suorastaan helppo saada aikaa henkilökohtaisille haastatteluille. Muutamat lähettivät vapaaehtoisesti täydentävää aineistoa (mm. esitteitä).

Tutkimuksen eri vaiheissa kohdemaita asetettiin tärkeysjärjestykseen. Kartoitettaessa eri maita kävi ilmi, että Espanjassa ja Italiassa aktiviteetteihin erikoistunutta tai niitä tarjoavia jälleenmyyjiä ei ole. Se tekee kohderyhmän tavoittamisen vaikeammaksi. Kohdemaista etusijalle asetettiin Saksa ja saksankielinen Eurooppa, Ranska, Iso-Britannia ja täsmennettiin Benelux-maat koskemaan lähinnä Hollantia ja Belgian hollanninkielistä aluetta. Päätöstä edesauttoi myös ME-Kin kesämatkailuprojektin kohdevalinnat sekä muiden aktiviteetti- ja liikuntahankkeiden valitsemat kohdemaat.

Tarjonnan aineisto kerättiin pääasiassa internetistä, opaskirjoista ja esitteistä. Melonnan ja vaelluksen analysointia varten kartoitettiin ensin melonta- ja vaellusreitit sekä –alueet. Melontareittien ja –alueiden kartoittamiseksi tutkittiin ensin Ympäristöhallinnon käyttämä vesistöalueiden luokittelu, joka perustuu niiden laskusuuntaan (<http://www.ymparisto.fi/palvelut/tietoj/vesistal/kartta.htm>). Tämä jako jättää kokonaan huomiotta varsin tärkeät merialueet. Melontareittiopas ottaa myös huomioon merimelontakohteiden saavutettavuuden ulkomaanmarkkinoita ajatellen. Tutkimuksen melonta-alueiden analysoinnissa päädyttiin käyttämään pääasiallisesti sen esittämää jakoa ja siihen liittyvää aineistoa.

Melontatuotteiden tarjonnan kartoittamisessa käytettiin pääasiassa keskeisiä matkailun verkkopalveluja www.lomasuomi.fi, www.SuperTravelNet.com, www.matkailuinfo.net ja www.mek.fi palvelimen Mextra intranet palvelua. Tätä perusaineistoa on täydennetty kuntien verkkopalveluilla ja tekemällä täsmennettyjä hakuja eri hakukoneilla. Koottuja tietoa tietojen on tarvittaessa tarkennettu eri matkailuorganisaatioiden alue-esitteisiin tutustumalla.

Vaellustarjontaa kartoitettiin lähestymällä ensin Eurovaellusreittien 20 reitistöjen ylläpitäjätahoja. Täältä tietoja saatiin heikosti. Parhaimmaksi tietolähteeksi osoittautui Metsähallituksen verkkopalvelusivut, joilta kartoitettiin (<http://www.metsa.fi/retkeily>) kansallispuistot, retkeilyalueet, retkeily- ja veneilyreitit, luontokeskukset ja palvelupisteet. Kansallis- ja luonnonpuistojen tiedot koottiin seuraavien avainsanojen mukaan; nimi, sijainti, kulkuyhteys, palvelut, ohjelmat, materiaalit/kartat, lisätieto/alueen luontokeskus, muut (esim. onko liikuntaesteiset huomioitu) ja minkä vaellusreitistön läheisyyteen tai sisälle kansallis- tai luonnonpuisto sijoittuu. Kolin kansallispuisto ja Luontokeskus Ukko ovat Metsäntutkimuslaitoksen ylläpitämiä, joten niitä koskevat tiedot haettiin Metlan sivuilta (<http://www.metla.fi/metsat/>). Lisäksi Suomen Ympäristökeskuk

sen internet-sivuilta (<http://www.ymparisto.fi/aluek.htm>) löytyy paljon aiheeseen liittyvää tietoa. Alueellisten ympäristökeskusten sivuilta löytyy paljon sekalaisia sivustoja ja tutkimuksia sekä hankkeita, jotka koskevat retkeily-, vaellus- ja melontareittien ja -tarjonnan kehittämistä. Niiltä yritettiin etsiä tietoa, mutta aineisto oli vaikeasti löydettävissä. Ympäristökeskusten hakukoneelta tehtiin haku hakusanoilla ”vaellus” ja ”melonta”. Vaellus antoi 35 osumaa ja melonta 29. Aineisto sisälsi mm. linkkejä muistioihin, hankkeisiin ja seminaareihin. Lopulta päädyttiin tutkimaan tarkemmin Pohjois-Savon ja Pohjois-Karjalan Ympäristökeskusten sivut.

Kaikista listatuista reitistöistä tai tuotteista ei kuitenkaan löytynyt tietoja kaikkien yllämainittujen hakujen jälkeen. Tällöin tutkittiin alueen hankerekisterit järjestyksessä kunta, maakunta, TE-keskus, Fimos –hankehaku. Esimerkkinä mainittakoon Kuusiokuntien reitistöhanke. Jos tietoa ei tälläkään menetelmällä löytynyt, jätettiin asia sikseen.

Vaellus- ja melontareittien kartoittamista haittaa eniten se, että toimijoita on paljon; Metsähallitus, Ympäristökeskus, maakunnat, seutukunnat ja kunnat. Niiden toimien koordinaatio on vähäistä ja irrallaan matkailun tarpeista. Metsähallituksen internet-sivuilla on eniten ja hyvin jäsenneltä tietoa omatoimiselle vaeltajalle. Niiden ulkopuolelle jää kansallis- ja luonnonpuistojen ulkopuolella sijaitsevat reitit. Ympäristökeskusten rooli vaihtelee alueittain ja suunnittelun ja rakentamisen lisäksi sisältää yllättäen paljon markkinointia. Esimerkiksi Pohjois-Savon Ympäristökeskuksella on menossa Pohjois-Savon melontareitit –hanke, jonka tavoitteena on tehostaa vesistöjen käyttöä virkistys- ja matkailutoimintaan sekä edistää luonnonläheistä lomailua ja ympäristövastuullisen matkailun kehittämistä alueella. Kyseinen hanke sisältää melontareittien kunnostamisen lisäksi melontaesitteiden tuottamisen, niin karttamateriaalin kuin myös internet-version. Raporttia hyödynnettiin Pohjois-Savon melontareittejä arvioitaessa. Pohjois-Savon Ympäristökeskuksen sivuilla (<http://www.ymparisto.fi/psavo/luonto/index.htm>) esitellään luontopolkuja ja retkeilyreittejä sekä alueen vesiretkelyreittien retkisatamat. Pohjois-Karjalan Ympäristökeskuksella (<http://www.ymparisto.fi/palvelut/eu/pka/vaellus.htm>) on vaellushanke, joka kerää tiedot vaellusreiteistä ja luontopoluista sekä kunkin reitin kannalta tärkeimmistä kulttuuri-kohteista ja –tapahtumista ja tekee koevaellukset ja arvioinnit valituilla reiteillä. Näistä tehdään kattava tietokanta internettiin sekä opaskirja itäsuomalaisista vaellusreiteistä ja luontopoluista.

Vaellustuotteiden ja palveluntarjoajien kartoittamisessa käytettiin matkailun alueorganisaatioiden, maakuntaliittojen ja kuntien internetsivuja. Tietoja löytyy hyvin vaihtelevasti ja hakijan on oltava selvillä matkailun aluerakenteesta sekä julkisen sektorin toimijoista löytääkseen haluaansa tietoa. Esimerkiksi Pohjois-Karjalassa paikallisen matkailun alueorganisaation internet-

sivuilta (<http://www.susiraja.net/pkmatkailu/>) kohdasta tuotteet löytyi mm. teatteri-, kokous- ja tykypaketteja. Seutukuntasivuilta (4 seutukuntaa) pääsi kuntasivuille (20 kuntaa). Kunkin kunnan sivuilta löytyi luettelo nähtävyyksistä ja ohjelmapalveluista sekä majoituksesta. Nähtävyydet ja ohjelmapalvelut –luetteloista löytyi yhteensä 87 linkkiä, jotka vaihtelevat kansallispuistoista yrityksiin. Majoitus –luetteloista löytyivät linkit 115 yritykseen, joista osa tarjoaa myös oheis- ja ohjelmapalveluja. Muutama linkki johti edelleen kunnan sivulle. Pelkästään Pohjois-Karjalan aktiviteettimatkatuotteita etsittäessä käytiin lähes 230 internetsivulla sekä tutustuttiin alueen muuhun materiaaliin. Koska tiedonsaanti vaihteli alueittain, käytiin alueet läpi ensisijaisesti matkailun alueorganisaatioiden kautta, joista kartoitettiin niiden tarjoamat tuotteet sekä yritykset. Tietojen vähyyden vuoksi lähestyttiin vielä selvityksen loppuvaiheessa sähköpostikyselyllä 16 matkailun alueorganisaatiota. Kolmelta alueorganisaation edustajalta tuli vastaus, kaksi totesi, ettei vaellustuotteita ole ja kolmas tarjosi vesiskootteri-, kanootti- ja ratsastuspaketteja.

Pyöräilytuotteet ja niiden tuottajat on kartoitettu aiemmin Pyöräillen Suomessa –hankkeen toimesta. Lähteenä on alun perin käytetty MEKin Cycling Finland –esitteitä vuosilta 2001 ja 2002. Niistä löytyi yhteensä 13 tuottajaa, joiden haastatteluaineistoa käsillä olevassa tutkimuksessa osin hyödynnetään. Pyörämatkapaketteja on syntynyt Pyöräillen Suomessa –hankkeen toimesta ja niitä käsitellään kunkin alueen kohdalla.

Näitä hakuja täydennettiin Pyöräillen ja Vaeltaen Suomessa –hankkeen sekä Vesistömatkailu -hankkeen seminaareissa, kokouksissa ja tilaisuuksissa keväällä 2003. Pyöräillen ja Vaeltaen Suomessa -hanke järjesti yhteensä 14 tilaisuutta. Tilaisuuksissa kerättiin aineistoa pyöräily- ja vaellusreiteistä ja -tuotteista. Lisäksi tavattiin alueorganisaatioiden ja matkailualueiden edustajia. Melontaan liittyviä tapaamisia oli kaksi; Melontamatkailuseminaari 25.3. Mikkeliissä ja ns. melontatiimin tapaaminen 22.4. Mikkeliissä. Pyöräilyyn ja vaellukseen liittyviä tapaamisia oli seuraavasti: Kuopio 8.5., Kajaani 13.5., Joensuu 19.5., Savonlinna 20.5., Pieksämäki 21.5., Mikkeli 22.5., Savonlinna ja Joroinen 2.6., Mikkeli ja lähiympäristö 3.6., Joensuu 4.6., Jyväskylä 9.6., Lieksa ja Joensuu 18.6. Näiden tilaisuuksien ja tapaamisien perusteella Ellare Oy:n toimistolle tuli varsinaisia tuotekuvauksia 4 kpl, esitteitä ja karttoja pyöräilystä 12 kpl ja vaelluksesta 26 kpl (Liite 5).

1.2 Käsitteiden määrittely

Aktiviteettimatka (activity holiday) sisältää määritelmänsä mukaisesti aina fyysisen aktiviteetin harjoittamisen. Aktiviteetti voi olla pyöräilyä, vaeltamista, melontaa tms. Aktiviteetti on oleelli-

nen osa lomaa ja yleensä aktiviteettimatkailijan päämotiivina on yhden tai useamman aktiviteetin harrastaminen loman aikana. Aktiviteettimatka voi suuntautua myös kehittyneempiin maanosiin kuten Pohjois-Amerikkaan tai Eurooppaan, joissa paikallinen kulttuuri on lähellä matkailijan omaa kokemuspiiriä. Aktiviteetti voi olla liikuntaa, joka vie matkailijan yöpymispaikasta toiseen (esim. pyöräily) tai liikuntaa, jota harjoitetaan yhdestä paikasta käsin tekemällä päivämatkoja. Pakettimatkaa, johon sisältyy useamman aktiviteetin harrastaminen, kutsutaan multiaktiviteettimatkaksi.

Seikkailumatkailu (adventure travel) sisältää elementtejä sekä aktiviteettimatkailusta että luontomatkailusta. Fyysinen aktiviteetti ei ole matkan pääsisältö vaan matka kaukaiseen kohteeseen. Kohteen kulttuuri on matkailijalle vieras, alue on harvaan asuttua tai asumaton, palveluita on saatavilla rajallisesti ja ne ovat yleensä hyvin vaatimattomia. Matkaa tehdään useimmiten vaeltaen, minibussilla, jeepillä tai vaikkapa kamelilla. Melonta seikkailumatkana voidaan toteuttaa erämaassa, jossa yövytään luonnossa vaatimattomissa olosuhteissa. Seikkailumatkat jaetaan pehmeisiin ja vaativiin seikkailuihin (soft adventure – hard adventure). Vaativa seikkailu sisältää jonkin verran enemmän fyysistä ponnistusta; matkailija saattaa kävellä, meloa tai ratsastaa hevosella tai kamelilla. Siihen sisältyy myös yöpyminen teltassa tai muussa yksinkertaisessa majoituksessa, ja matka toteutetaan kaukaisessa, erämaisessa paikassa. Pehmeässä seikkailussa liikutaan minibussilla ja yövytään keskitason hotellissa.

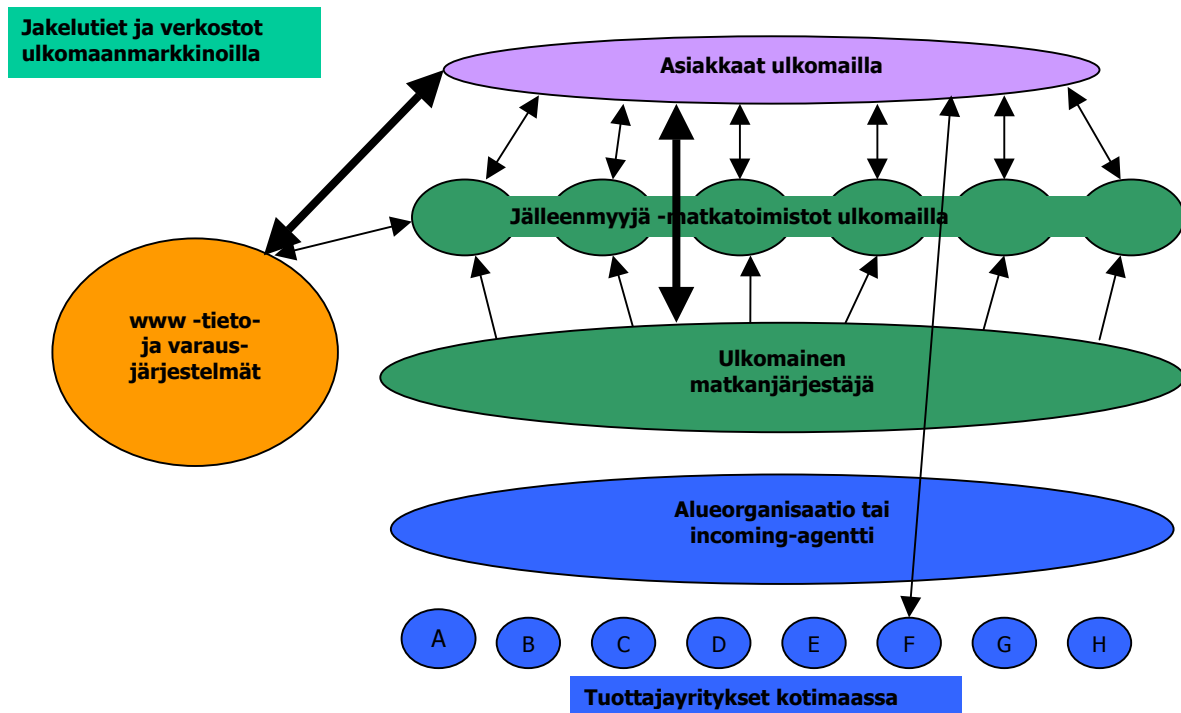
Aktiviteettimatkailua voidaan myös tarkastella osana luontomatkailua. Luontomatkailulle löytyy useita määritelmiä ja se on tässä käsitellyistä matkailun muodoista tutkituin. Luontomatkailu on matkailua, jonka vetovoimatekijät liittyvät luontoon ja johon liittyy ulkoiluaktiviteetteihin osallistumista. Tämän määrittelyn mukaan aktiviteettimatkailu on osa luontomatkailua. Luontomatkailussa merkittävin motiivi on luonto ja sen kokeminen.

Aktiviteettimatkailu voi liittyä kannustematkailuun tai autokiertomatkailuun monin eri tavoin. Matkan toiminnallisen osan muodostavat matkailutuotteeseen liittyvät aktiviteetit. Ohjelmanpalvelut voivat olla tuotteen ostajan kannalta valintapäätökseen vaikuttavia matkailukohteen vetovoimatekijöitä tai viihtyvyyttä lisääviä elementtejä.

Tässä selvityksessä aktiviteettimatkailuksi lasketaan vain sellainen matkailu, jossa käytetään paikan päällä, itse kohteessa, pääosin kaupallisia aktiviteetti- ja majoituspalveluita. Aktiviteetteihin liittyviä palveluita ovat välinevuokraus, opastus ja varusteiden/asiakkaiden kuljetus. Kaupalliset majoituspalvelut ovat maksullisia ja kohteet ovat palveltuja. Täten esimerkiksi omato

minen matkailija, joka tuo mukanaan omat välineet kuten kanootin tai majoittuu luonnossa omatoimisesti ei ole tämän selvityksen piirissä. Kysymyksessä ovat siis lähinnä valmismatkat ja asiakas, joka haluaa tuotteensa ainakin osin paketoituna.

Tässä tutkimuksessa jakelukanava jaetaan kahteen osaan; suoraan ja epäsuoraan jakelutiehen. Suoralla jakelutiellä tarkoitetaan myyntiä suoraan loppuasiakkaalle ilman välikäsiä. Epäsuoralla jakelukanavalla tarkoitetaan matkailun jälleenmyyntiverkostoa. Kotimaassa se koostuu alueorganisaatioista ja -varaamoista, incoming-toimistoista ja matkanjärjestäjistä. Epäsuoran jakelukanavan ulkomainen osa koostuu matkanjärjestäjistä, matkatoimistoista, joille matkanjärjestäjät myyvät palveluitaan, sekä liikenneyhtiöistä, jotka hoitavat osan yrityksen tai yritysverkostojen markkinoinnista ja myynnistä. (Kuva 1).



Kuva 1. Jakelutie ja verkostot ulkomaan markkinoilla (Artman ja Boxberg 2002:18).

Näiden toimijoiden lisäksi jakelukanavaan kuuluvat MEK, hotelliketjut sekä liikenneyhtiöt. MEKin päätehtävänä on markkinoida Suomen matkailutarjontaa ulkomailla. Varsinainen tuotemyynti ei sen sijaan kuulu MEKin tehtäviin. MEKin ulkomaan toimistot toimivat kohdemaansa asiantuntit

joina. Ohjelmapalveluyritysten kannalta incoming-toimistot ovat keskeisiä yhteistyökumppaneita. Incoming-toimistot toimivat yhteistyössä hotelliketjujen ja palveluntuottajien kanssa välittämällä sekä palveluja että organisoiden kotimaan ryhmätuotteita. Alueorganisaatiot ja –varaamot ovat syntyneet yhdistämään matkailukeskusten ja –alueiden yritysten yhteismarkkinointia ja tuotekehitystä. Alueelliset, maakunnalliset tai suuralueiden markkinointiorganisaatiot vastaavat yhteismarkkinoinnista sekä kotimaassa että ulkomailla. Useimmiten aloittava, pieni ohjelmapalveluyritys löytää ensimmäiset kanavansa yhteistyössä alueensa hotelliyritysten kanssa.

1.3 Tehtävän rajaukset

Tarjonnan käsitteeseen on tehty rajauksia ja täsmennyksiä. Tarjonta syntyy kotimaassa palveluntuottajien ja kotimaisen epäsuoran jakelukanavan toimesta. Yksittäiset palveluntuottajat eivät useinkaan rakenna kokonaisvaltaisia paketteja, jotka sisältävät välinevuokrausta, opastusta ja varusteiden/asiakkaiden kuljetusta, majoitusta ja muita aktiviteetteja. Yksinään niiden kapasiteetti ja osaaminen eivät riitä tunkeutumiseen ulkomaisille markkinoille, joilla tarvitaan yhteistyökumppanina globaalit markkinat hallitsevaa suuryritystä. Esimerkiksi yhden pk-yrityksen voimavarat eivät riitä ulkomaisten toimittajien tutustumismatkan järjestämiseen, vaan siihen tarvitaan koko epäsuoraa jakelukanavaverkostoa, josta kukin hoitaa oman osuutensa; lentoyhtiö lennot, MEK kutsut ja seurannan, aktiviteettiyritys ohjelman ja opastuksen, matkanjärjestäjä koordinoinnin alueittain tai tuotteittain jne. Näin ollen tarjonnan paketoimisen edellytys on kotimaisen epäsuoran jakelukanavan suorittama paketointi ja tuotteistaminen. Tästä syystä kotimaan ulkomaille suunnatun aktiviteettitarjonnan ajatellaan syntyvän palveluntuottajien ja kotimaisen epäsuoran jakelukanavan yhteistyön tuloksena.

Kysynnällä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa epäsuoran jakelukanavan ulkomaisen osan kysyntää ja markkina-analyysi perustuukin ulkomaisen epäsuoran jakelukanavan toiminnan analyysiin. Kysynnän analysointi pelkän kuluttajakäyttäytymisen kautta ei ole tässä tutkimuksessa perusteltua, koska silloin omatoimisten matkailijoiden käyttäytyminen saisi liian suuren painoarvon. He eivät aktiviteettiasiakkaina käytä ja osta palveluita siinä määrin kuin ulkomaisten matkanjärjestäjien kautta tulevat asiakkaat. Suhteessa kuluttajiin suunnattuun markkinointiin epäsuoraan jakelukanavaan kohdistetusta markkinoinnista syntyy vähemmän kustannuksia. Epäsuoran jakelukanavan jäsenten voi ajatella toimivan markkinoilla puolestapuhujina. Epäsuoran jakelukanavan jäseniin on helpompi luoda pitkäaikainen, kannattava asiakassuhde. Heidän kauttaan voi yritykseen tai alueelle saapua useiden vuosien ajan useita asiakasryhmiä. Kun ulkomainen, epäsuora jakelukanava on sitoutunut tuotteistamiseen ja markkinointiin, sitoutuu

myös kotimainen jakelukanava. Tällöin markkinointiin ja tuotekehitykseen saatavat resurssit moninkertaistuvat. Näistä syistä ulkomainen kysyntä analysoidaan nimenomaisesti jakelukanavan kysynnän näkökulmasta ja täysin omatoimisen matkailijan käyttämät palvelut ja tuotteet rajataan tutkimuksen ulkopuolelle.

Alueitten potentiaalin arviointi on aloitettu luonnon vetovoimaisuuden selvittämisellä. Melonnan vetovoimaa lisääviä tekijöitä ovat mm. suuret järvet, saaristot ja niiden suojaiset pienipiirteiset reitit sekä kulttuuriympäristö. Vaelluksen vetovoimaa lisääviä tekijöitä ovat kansallis- ja luonnonpuistot sekä retkeily- ja virkistysalueet. Pyöräilyn vetovoimaa lisäävät merkityt, hoidetut ja maisemallisesti kauniit pyörämatkailureitit sekä kulttuuriympäristö. Aktiviteettimatkailukohteen retkeilyreittiverkoston tulee olla tarpeeksi laaja ja tarjota useita vaihtoehtoisia reittejä. Lisäksi erityisesti vaelluksessa ja pyöräilyssä reittien tulisi olla luokiteltuja haasteellisuuden ja vaativuuden mukaan. Tutkimuksessa on kuitenkin huomioitu sekä retkeilyreitit että vaellusreitit. Retkeilyreitit sopivat kansainvälisille markkinoille, jos niiden ympärille voi rakentaa esimerkiksi eri moduleita yhdistelemällä multiaktiviteettipaketin. Toisaalta vaellusreitit varsinkin erämaissa perustuvat asiakkaan omatoimisuuteen ja palvelut käsittävät lähinnä laavuja ja autiotupia. Siten ne voi olla aktiviteettimatkakohteina erittäin huonoja.

Kansainvälisille markkinoille jälleenmyyjille suunnattujen tuotteiden ja alueiden kriteereinä on käytetty lähietäisyydellä sijaitsevan majoitus- sekä oheis- ja ohjelmapalvelutarjonnan määrää, laatua ja kohderyhmiä. Yhdistämällä luonnonympäristöön ja reitteihin majoitus- sekä oheis- ja ohjelmapalvelutarjonta karsiutuvat monet tarjolla olevista alueista ja reiteistä pois. Vasta nämä kriteerit täyttäviä alueita on tarkemmin analysoitu kansainvälisten markkinoiden näkökulmasta. Pisimmälle kehittyneitä nämä kriteerit ovat pyörämatkailun osalta. Pyöräilyalueiden – ja tuotteiden analysoinnissa käytetään Pyöräillen Suomessa –hankkeen tekemiä määrittelyjä valtakunnallisesta pyörämatkareitistä. Hanke jatkuu vuoteen 2006 saakka ja siksi tässä tutkimuksessa ei analysoida mahdollisia reittejä kovinkaan perusteellisesti. Kunkin alueen kohdalla todetaan, mikä on tilanne tällä hetkellä Pyöräillen Suomessa –hankkeen taholta.

2 Keski-Euroopan aktiviteettimarkkinoiden kuvaus

Vuonna 1999 saksalaisten ulkomaille suuntautuneista lomamatkoista 55 % sisälsi jotakin aktiviteettia (32 milj.). Saksalaiset tekivät yhteensä 2.1 miljoonaa (19 %) ulkomaille suuntautunutta vähintään yhden yöpymisen sisältänyttä kesäaktiviteettimatkaa. Suosituimmat aktiviteetit olivat vaellus (24 %) ja vuoristovaellus (19 %). Melonnan osuus oli (melonta/ koskenlasku/ merimelonta) 8 % ja pyöräilyn 7 %. Vuodesta 1997 vuoteen 1999 tehtyjen kesäaktiviteettimatkojen määrä kasvoi 17 %. Pelkästään melontamatkanjärjestäjiä lasketaan Saksassa olevan noin 300 ja niiden yhteinen liikevaihto vuonna 1997 oli lähes 100 milj. DM. Vuosittainen kasvuennuste melonnan osalta on n. 15 %. Näillä melontamatkanjärjestäjillä tarkoitetaan todennäköisesti kaikkia, jotka järjestävät melontamatkoja ja niihin on luettu mukaan myös oheis- ja ohjelmalvelujen tarjoajat. Viime vuosina on vahvistunut melontaretkien ja -matkojen tarjonta yrityksille ja ammatillisille ryhmille kannustematkana.

Kaksi miljoonaa saksalaista lomaili vuonna 2002 useamman päivän pyöräillen, lisäystä edelliseen vuoteen oli 12,7 %. Saksalaisista lomanviettäjistä yli 40 %:lla pyöräily oli yksi lomaktiviteeteista. Saksalaisista 7,4 milj. (edellisvuonna 5,2 milj.) suunnittelee varmasti tai melko varmasti tekevänsä vähintään yhden pyöräilyloman kolmen seuraavan vuoden aikana. Pyöräilomailijoista 71 %:lle pyöräiloma on vuoden "pääloma". Saksan Vaellusyhdistyksen mukaan vaellus on trendituote, joka on noussut Saksan tärkeimmäksi aktiviteettimuodoksi. Iso-Britanniaan matkustavista saksalaisista 50 % vaelttaa lomallaan, Ruotsiin matkustavista 30 %. Joka toinen saksalainen vaelttaa vapaa-aikanaan. Markkinapotentiaali on kaikissa aktiviteeteissa suuri.

Hollannissa vahvasti aktiviteettisuuntautuneiden lomamatkojen osuus oli 43 % (3 milj.) vuonna 1999. Kesäaktiviteettimatkojen markkinaosuus oli 29 % kaikista aktiviteettimatkoista (872 000 matkaa). Suosituimmat aktiviteetit oli vaellus (58 %), uinti (30 %), pyöräily (19 %), moottoriurheilu (15 %) ja melonta/koskenlasku/merimelonta (10 %). Näistä aktiviteettisuuntautuneiden osuus pysyi vakaana samanaikaisesti kun vähemmän aktiviteettisuuntautuneiden matkojen määrä kasvoi.

Vuonna 1999 ranskalaisten ulkomaille suuntautuneista lomamatkoista 23 % sisälsi jotakin aktiviteettia (3,5 milj.). Näistä vahvasti aktiviteettipainotteisten lomamatkojen osuus oli vain 15 %

(0,5 milj.) ja kesäaktiiviteettimatkojen osuus 33 % (180 000 matkaa). Pääasialliset aktiiviteetit ovat sukellus/ pintasukellus (36 %), vaellus (21 %), pyöräily (10 %) ja melonta/koskenlasku/merimelonta (7 %). Ranskassa vähemmän aktiiviteettipainotteisten matkojen osuus jatkaa tasaisesti kasvuaan.

Seikkailumatkailu erosi aktiiviteettimatkailusta siinä, että matkan päämotiivi ei ollut aina fyysinen aktiiviteetti, jota se kuitenkin lähes aina sisälsi. Seikkailumatkailun kasvu on ollut nopeaa verrattuna muuhun matkailuun. Vuodesta 1995 vuoteen 1998 seikkailumatkojen määrä kasvoi lähes 60 %. Suhteellisesti hollantilaiset tekevät kaikista eniten seikkailumatkoja läntisessä Euroopassa. Vuonna 1998 yksi jokaisesta 300 hollantilaisesta teki seikkailumatkan, joka on karkeasti kaksi kertaa enemmän kuin brittien, saksalaisten tai ranskalaisten tekemät seikkailumatkat. Eurooppalaisten seikkailumatkojen markkinoiden kooksi arvioitiin vuonna 1998 noin 555 000 matkaa ja sen arvioidaan edelleenkin jatkavan voimakasta kasvua. Matkanjärjestäjät arvioivat kasvuvauhdiksi 15 - 20 % vuosittain. Jos kasvu on jatkunut tätä vauhtia, olisi paketteina myytävien seikkailumatkojen markkinoiden osuus Euroopassa jo ylittänyt miljoonan (Taulukko 1).

Euroopan seikkailumatkamarkkinat 1998			
Markkina-alue	Myynti asiakasta	Markkina-alue	Myynti asiakasta
Saksa	130.000	Alankomaat	50.000
Iso-Britannia	100.000	Espanja	30.000
Ranska	80.000	Sveitsi	15.000
Italia	70.000	Belgia	10.000
Skandinaavia	60.000	Itävalta	10.000

Taulukko 1. Euroopan seikkailumatkamarkkinat 1998.

Saksalaisista 17 % (39 100) ilmoitti harrastaneensa Suomessa jotakin ulkoilma-aktiiviteettia. Aktiiviteeteista suosituimpia olivat vaeltaminen (8 100) ja kalastus (7 900). Melontaa ja koskenlaskua ilmoitti harrastaneensa 3 500 henkilöä (1,5 %). Hollantilaisista suurin osa (37 400) ilmoitti harrastaneensa Suomessa jotakin ulkoilma-aktiiviteettia. Suosituimmat olivat vaellus (18,5 % / 8 000), pyöräily (13,2 % / 5 700), melonta ja koskenlasku (8,6 % / 3 700) ja kalastus (8,1 % / 3 500). Brittien harrastamista ulkoilma-aktiiviteeteistä suosituimmat olivat pyöräily (14 800) ja kalastus (3 700). Melonnan osuus oli pieni, sitä harrastaneita oli vain 1 800. Ranskalaisten harrastamista ulkoilma-aktiiviteeteistä suosituimmat olivat vaellus (7 800), kalastus (4 900), pyöräily pyöräreiteillä (4 900) sekä melonta ja/tai koskenlasku (4 200).

2.1 Aktiviteettimatkojen ominaisuudet

Valtaosa kaikista ulkomaille suuntautuneista aktiviteettimatkoista on yli neljä yötä tai pidempään kestäviä ja ainoastaan 23 % kesti 1-3 yötä. Keskimääräinen matkan pituus on Saksassa 7,5 yötä, Hollannissa 11,6 yötä ja Ranskassa 9,4 yötä. Hollantilaisten tekemät aktiviteettimatkat olivat huomattavasti muita pidempiä ja vastaavasti saksalaisten lyhyempiä. (Taulukko 2).

Matkan pituus	Saksa	Hollanti	Ranska
Lyhyet matkat	23 %	4 %	12 %
Pitkät matkat	77 %	96 %	88 %
- 4-7 yötä	- 45 %	- 34 %	- 44 %
- 7 yötä ja pidemmät	- 33 %	- 62 %	- 44 %
Keskimääräinen pituus (yötä)	7,5 yötä	11,6 yötä	9,4 yötä

Taulukko 2. Aktiviteettimatkan pituus.

50 % kaikista saksalaisista aktiviteettimatkkailijoista käytti rahaa 250-750 euroa/matka/henkilö. Keskimääräinen kulutus matkalla oli 580 euroa ja 79 euroa/yö. Tähän sisältyy kaikki matkaan liittyvät kulut kuten kuljetus ja majoitus, matkamuistojen, sisäänpääsymaksut jne. (Taulukko 3).

Rahan kulutus (euroa)	Saksa	Hollanti	Ranska
Alle 250	24 %	18 %	-
250-499	27 %	37 %	15 %
500-749	23 %	23 %	26 %
750-999	10 %	11 %	25 %
1.000-1.499	9 %	6 %	19 %
1.500-1.999	4 %	2 %	9 %
2.000 tai enemmän	3 %	2 %	5 %
Kulutus per matka	580 euroa	592 euroa	1 010 euroa
Kulutus per yö	79 euroa	51 euroa	97 euroa

Taulukko 3. Rahan kulutus aktiviteettimatalla.

Yli 50 % kaikista hollantilaisista aktiviteettimatkailijoista käytti rahaa 250–750 euroa/matka/henkilö. Keskimääräinen kulutus matkalla oli 592 euroa ja 51 euroa/yö. Ranskalaiset käyttivät rahaa eniten. Puolet ranskalaisista kulutti matkaa kohden 500–1 000 euroa, keskimääräisen kulutuksen matkaa kohden ollessa peräti 1 010 euroa. Organisoidut seikkailumatkatkaan eivät ole halpoja. Keskimääräinen matkan hinta on kahdella matkanjärjestäjällä 1 550 euroa ja eräällä saksalaisella 2 295 euroa.

Saksalaisten Suomeen suuntautunut pakettimatka maksaa keskimäärin 741 euroa. Aktiviteettimatkasta ollaan valmiita maksamaan 600 – 1 500 euroa/viikko sisältäen matkat Suomeen. Sopi-va keskihinta olisi 700 - 800 euroa. Saksalaiset viipyivät keskimäärin 6,7 yötä Suomessa. Matkaa kohden tämä ryhmä käytti rahaa 285,80 euroa. Valtaosa saksalaisista lomamatkailijoista on kiertomatkalaisia (63 100) ja saksalaiset matkustivat suhteellisen usein aviopareittain. Pakettimatalla oli runsas kolmannes sekä saksalaisista että hollantilaisista. Hollantilaisten pakettimatka maksoi keskimäärin 779 euroa ja vapaa-ajan matkalla olleet kuluttivat keskimäärin 416,60 € per matka. Hollantilaisten lomien pituudet Suomessa olivat keskimäärin 13,5 vuorokautta. 90 % matkoista tehdään omalla autolla. Vapaa-ajan matkalaisten keskimääräinen viipymä on 6,5 vuorokautta. Rahaa tämä ryhmä käytti 451,60 euroa matkaa kohden. Briteistä 16 000 (16 %) tuli Suomeen pakettimatalle. Brittien vapaa-ajan matkojen keskimääräinen viipymä on noin 5,6 vuorokautta. Rahaa tämä ryhmä käytti 363,10 euroa matkaa kohden. Pakettimatkojen keskimääräinen hinta oli 1 045 euroa.

Saksalaisten aktiviteettimatkoista noin kolmannes tehtiin kesäsesongin aikana toukokuusta elokuuhun. Hollantilaisten aktiviteettipainotteisista lomamatkoista lähes joka toinen keskittyi kesäkaudelle, touko-elokuulle, jolloin tehtiin 46 % matkoista. Puolet ranskalaisten aktiviteettipainotteisista lomamatkoista keskittyi kesäkaudelle toukokuusta elokuuhun.

Valtaosa aktiviteettimatkailijoista, maasta riippuen 67–83 %, tekee ennakkovarauksen. Niistä 23–42 % varattiin matkatoimistosta tai matkanjärjestäjältä. Varauksista 28–50 % tehtiin muuta kautta. Muilla tarkoitetaan liikenneyhtiötä, hotellia tai esimerkiksi matkailutoimistoa. Valtaosa seikkailumatkoista myydään suoraan asiakkaalle. Matkanjärjestäjistä 75 % myy tuotantonsa suoraan asiakkaalle ja vain 25 % toimialan kautta.

Varauksen teko	Saksa%	Hollanti%	Ranska%
Varaus matkatoimistosta tai matkanjärjestäjältä	23 %	40 %	42 %
Koko paketti	10 %	19 %	38 %
Joitakin matkailupalveluita	12 %	21 %	4 %
Varaus muualta	50 %	28 %	41 %
Liikenneyhtiö	2 %	2 %	8 %
Hotelli	31 %	21 %	-
Muu (matkailutoimisto tmv.)	17 %	4 %	34 %
Internetvaraus	2 %	2 %	-
Ennakkovaraus yhteensä	75 %	67 %	83 %
Ilman ennakkovarausta	25 %	33 %	17 %

Taulukko 4. Aktiviteettimatkan varaaminen.

Internetissä suoramyyntiä hallitsevat lentoyhtiöt, joista useat ns. halpalentoyhtiöt käyvät kaupaa vain internetissä. Seuraavaksi suurimman osuuden internetkaupasta lohkaisevat hotellit ja pakettimatkat, joista pakettimatkojen osuus on lievässä laskussa. Muita palveluita myydään netissä vain 2,2 % koko internetkaupasta. Noin puolet eurooppalaisista internetin käyttäjistä etsii matkaan liittyvää tietoa ennen varsinaista varausta.

Suomeen saapuvat vapaa-ajan matkailijat tekevät eniten varauksia matkatoimistoista. Saksalaisista 26 %, hollantilaisista 27 %, ranskalaisista 19 % ja briteistä 14 % teki varauksen matkatoimistosta ennen matkaa. Tähän lukuun on laskettu vain Suomeen kohdistuneet matkailupalveluvaraukset ja matkoja Suomeen tai Suomesta ei ole laskettu mukaan. Suoraa tietä palveluntuottajalta käytti saksalaisista 6 %, hollantilaisista 4 %, ranskalaisista 6 % ja briteistä 8 %. Internetistä teki varauksen saksalaisista 5 %, hollantilaisista 7 %, ranskalaisista 8 % ja briteistä 7 %. Eniten matkapäätökseen vaikuttivat mainokset ja esitteet ja Suomea koskevat artikkelit ja radio- ja TV-ohjelmat. Internetin osuus oli Alankomaissa ja Iso-Britanniassa merkittävämpi kuin muualla.

Aktiviteettimatkoilla saksalaiset suosivat majoitusmuotona eniten hotellia (58 %) ja erityisesti turisti- tai säästöluokan hotellia (26 %). Hollantilaiset ja ranskalaiset suosivat muuta maksullista majoitusta (60 %/ 48 %), kuten loma-asuntoja, B & B -paikkoja, leirintä-/ karavaanialueita ja matkailuautoja. 31 % majoittui hotelleissa. Ranskalaisista muutama prosentti vähemmän (42 %) majoittui keski- tai säästötasen hotelleissa. Sukulaisten tai tuttavien luona yöpyi vain vähäinen määrä kaikista aktiviteettimatkailijoista.

2.2 Matkanjärjestäjäanalyysin tulokset

Selvityksen perusongelma on tutkia toistaiseksi tuntemattomat aktiviteettimatkailun markkinat ja määritellä sen jälkeen millä markkinointi- ja tuotekehityskonseptilla kullekin markkina-alueelle voidaan tehokkaimmin penetroitua. Tutkimuksen tässä osiossa aktiviteettimatkailun markkinat analysoidaan perusteellisesti matkanjärjestäjille tehtyjen haastattelujen, esiteanalyysien sekä kilpailijoiden toimenpiteiden analysoinnin avulla. Näkökulma rajoitetaan epäsuoraan jakelutiehen, kuten johdannossa on perusteltu.

Otokseen valittiin vain ne matkanjärjestäjät, joilla oli aktiviteettilomia tuotannossaan tai jos vastaaja ilmoitti, että hän olisi kiinnostunut ottamaan tarjontaansa aktiviteettituotteita Suomesta. Haastatteluja täydennettiin matkanjärjestäjien esitteiden analysoinneilla. Niistä kartoitettiin aktiviteettimatkailun tärkeimmät kohdemaat sekä tarjolla olevien aktiviteettituotteiden valikoiman laajuus, sisältö ja kohderyhmät. Kilpailijoiden esitteistä ja markkinointimateriaalista analysoitiin kohdemaita, tarjonnan laajuutta, sisältöä, hinnoittelua, kohderyhmiä sekä tavoiteltua imagoa.

2.2.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajilta tiedusteltiin heidän asemaansa yrityksessä sekä olivatko he aiemmin vierailleet Suomessa ja jos olivat, niin oliko kyseessä ollut työ- vai lomamatka. Heille tarjottiin kahta vaihtoehtoa, joko työmatka tai loma. Kysymykseen asemasta yrityksessä vastasi 30 henkilöä, joista kaikki olivat jonkinlaisessa päällikköasemassa. Yleisimmät tittelit olivat tuotantopäällikkö (12 kpl) ja omistaja/toimitusjohtaja (9 kpl). Muita titteleitä olivat tuoteryhmäpäällikkö (4 kpl), operatiivipäällikkö (2 kpl) markkinointijohtaja (1 kpl), ostopäällikkö (1 kpl) ja myyntipäällikkö (1 kpl). Omistajat ja toimitusjohtajat keskittyivät Hollantiin ja Saksaan.

Vastaajista 25 oli ollut Suomessa joskus aiemmin ja näistä valtaosa työmatkalla (Taulukko 5). Lomalla Suomessa oli ollut vain runsas kolmannes ja koko joukossa oli vain yksi joka oli ollut Suomessa pelkästään lomalla. Ranskalaiset olivat kaikki olleet Suomessa työmatkalla ja monet myös lomalla. Iso-Britanniassa ja Benelux-maissa oli eniten niitä, jotka eivät olleet aiemmin olleet Suomessa. Työmatkalla kohtaan tuli tarkennuksia kuten "matkanjärjestäjän oppaana". Benelux-maista olleet vastaajat olivat muita harvemmin vierailleet Suomessa.

Onko vastaaja vieraillut aiemmin Suomessa ?				
Kyllä		Ei		
	kpl	%	kpl	%
Iso-Britannia	7	70,0 %	3	30,0 %
Benelux-maat	5	55,6 %	4	44,4 %
Saksa	6	75,0 %	2	25,0 %
Ranska	7	100,0 %		0,0 %
Yhteensä	25	73,5 %	9	26,5 %

Jos kyllä, niin miksi ?			
Työmatka		Loma	
kpl	%	kpl	%
6	60,0 %	2	20,0 %
5	55,6 %	4	44,4 %
6	85,7 %	3	42,9 %
7	100,0 %	3	42,9 %
24	72,7 %	12	36,4 %

Taulukko 5. Onko vastaaja vieraillut aiemmin Suomessa ?

Kysymykseen perustamisvuodesta vastasi 32 yritystä. Yritysten perustamisvuodet jakaantuivat varsin tasaisesti. Vanhin oli perustettu jo vuonna 1918. Nekin, jotka olivat aloittaneet vuonna 2000 tai sen jälkeen, mainitsivat erikseen, että olivat toimineet joko toisen matkanjärjestäjän palkkalistoilla ennen oman perustamista tai että aktiviteeteistä vastaava osasto oli eriytetty omaksi yksiköksi äskettäin. Yli 65 % oli aloittanut toimintansa ennen vuotta 1989. Voidaankin sanoa, että kaikki vastanneet yritykset olivat kokeneita alan ”konkareita”. (Taulukko 6).

Perustamis- vuosi	2000-	1995 - 1999	1990 - 1994	1985 - 1989	1980 - 1984	1970 - 1979	- 1969	Yhteensä
Kpl	3	4	4	8	6	3	4	32
%	9,4 %	12,5 %	12,5 %	25,0 %	18,8 %	9,4 %	12,5 %	100 %

Taulukko 6. Perustamisvuosi.

Liiketoiminnan luonnetta kuvaavaan kysymykseen, so. matkatoimisto, matkanjärjestäjä, Suomi- ja/tai Skandinavia-spesialisti, kannustematkatalo tai aktiviteettispecialisti, vastaaja saattoi valita kaikki haluamansa kohdat. Vastauksia analysoidessa vastaukset järjestettiin luokkiin sen mukaan oliko vastaajalla tarjolla pelkkiä ryhmätuotteita, pelkkiä yksittäisten asiakkaiden tuotteita vai tarjontaa molemmille asiakasryhmille. Tuloksia lukiessa on huomattava, että nekin, jotka ilmoittivat tuotantonsa olevan tarkoitettu yksittäisille asiakkaille, tarjosivat kiinteitä lähtöpäiviä. Nämä perustuvat yleensä kiintiöön, jonka matkanjärjestäjä on sopinut palvelun tuottajan kanssa. Ryhmästä on kysymys, jos matka toteutetaan vain, jos matkanjärjestäjän ilmoittama minimikiintiö tulee täyteen. Asiakkaat eivät välttämättä liiku yhdessä mutta majoittuvat samassa paikassa.

Kysymykseen vastasi 34 yritystä, joista yhden vastausta ei voinut epäselvyyden vuoksi luokitella. Valtaosa (23) ilmoitti toimivansa matkanjärjestäjänä sekä yksittäis- että ryhmäasiakkaiden parissa. Näistä pelkäsi aktiviteettispecialistiksi luonnehtii itseään 13. Suomi- ja/tai Skandinavia-specialistiksi luonnehti itseään viisi vastaajaa, joilla kaikilla on hiukan erilaiset toimenkuvat. Neljällä näistä on myös kannustematkoja tarjonnassaan. Viisi vastaajaa ilmoitti olevansa ryhmämatkanjärjestäjä. Näistä neljä on erikoistunut aktiviteetteihin ja yksi tarjoaa yleensä ryhmämatkoja. Vastaajista viisi ilmoitti palvelevansa pääasiallisesti yksittäisiä matkailijoita. Näistä neljä on erikoistunut aktiviteetteihin ja kaksi vastaajaa ilmoitti olevansa myös Suomi- ja/tai Skandinavia-specialisti. Kaikista vastaajista kuusi ilmoitti toimivansa lisäksi matkatoimistona. Yksikään vastanneista ei rastinut pelkästään matkatoimisto –vaihtoehtoa. Vastaajat myyvät siis pääosin omaa tuotantoaan ja pari vastaajaa kommentoikin välitysmyyntiä ilmoittaen sen olevan todella pieni ja liittyvän lähinnä heidän omaan tuotantoonsa (esimerkiksi lentoliput ryhmämatkalle). (Taulukko 7).

	Matkatoimisto		Matkanjärjestäjä				Suomi- ja/tai Skan- dinaviaspesialisti		Kannuste- matkatalo		Aktiviteetti- spesialisti	
			ryhmät		individuaalit							
Iso-Britannia	1	3,0 %	10	30,3 %	7	21,2 %	2	6,1 %	1	3,0 %	8	24,2 %
Benelux-maat	2	6,1 %	4	12,1 %	6	18,2 %	3	9,1 %	2	6,1 %	5	15,2 %
Saksa	2	6,1 %	6	18,2 %	4	12,1 %	1	3,0 %		0,0 %	6	18,2 %
Ranska	3	9,1 %	3	9,1 %	5	15,2 %	6	18,2 %	1	3,0 %	3	9,1 %
Yhteensä	8	24,2 %	23	69,7 %	22	66,7 %	12	36,4 %	4	12,1 %	22	66,7 %

Taulukko 7. Matkanjärjestäjien toimialat.

Kysymykseen saatiin seuraavanlaisia täsmennyksiä:

- *erikoistunut maaseutulomiin*
- *perhelomat + talvilomat*
- *kaikkia mahdollisia "action"-paketteja*
- *murtomaahiihto*
- *seikkailumatkat, voi olla mitä vain*
- *Fly & Drive, räätälöidyt lomat, kaupunkilomat*
- *melonnan lisäksi muita vesiaktiviteetteja, koskenlaskua*
- *hiihto, sukellus, purjehdus*
- *moottoripyörämatkat, moottorikelkka*
- *erikoistunut napaseutuun (pohjoinen ja etelä), tarjonnan kirjo laaja, hiihtäminen, pyöräily ja yhtä hyvin hotellipaketit, kannustematkat*

Kaikki yritykset (38 kpl) vastasivat aktiviteettitarjontaan liittyvään kysymykseen (Taulukko 19). Melontaa ja pyöräilyä on tarjolla eniten ja molempia tarjoaa 53 % vastanneista (prosentit on laskettu vastanneiden kokonaismäärästä). Eniten melontaa tarjoavat yritykset Iso-Britanniasta

ja Benelux-maista. Tässä kohden vastauksia tulkittaessa on huomioitava, että Saksasta ei saatu kaikkien haluttujen myyjien vastauksia ja voidaan sanoa, että kaikkien aktiviteettien tarjonta on laajempaa Saksassa kuin alla oleva taulukko näyttää. Eniten Saksan markkinoilla on tarjolla kuitenkin vaellusta ja pyöräilyä. Toiseksi eniten on tarjolla multiaktiviteetteja, eniten Iso-Britanniassa. Kun haastatteluja täydennettiin esiteanalyysillä, huomattiin, että yrityksillä on kuitenkin esitteissään huomattavasti monimuotoisempia tuotteita. Esimerkiksi Saksassa monet ilmoittavat, että heillä ei ole kyseisen aktiviteetin osaamista eikä tuotteita, vaikka esitteissä ja nettisivuilla niitä on esillä. Perehdyttäessä tarkemmin esitetuotantoon havaittiin, että brittiläiset yritykset tarjoavat eniten aktiviteettilomia, jotka koostuivat useammasta eri aktiviteetista, joista asiakas saattoi itse valita mitä haluaa harrastaa lomansa aikana (ns. multiaktiviteettiloma).

Yritysten akti- teettitarjonta	Melonta		Vaellus		Pyöräily		Maastopyö- räily		Multiaktiviteetit	
Iso-Britannia	7	18,4 %	5	13,2 %	4	10,5 %	4	10,5 %	8	21,1 %
Benelux-maat	8	21,1 %	6	15,8 %	6	15,8 %	3	7,9 %	4	10,5 %
Saksa	4	10,5 %	4	10,5 %	9	23,7 %	2	5,3 %	5	13,2 %
Ranska	1	2,6 %	0	0,0 %	1	2,6 %	0	0,0 %	1	2,6 %
Yhteensä	20	52,6 %	15	39,5 %	20	52,6 %	9	23,7 %	18	47,4 %

Taulukko 8. Matkanjärjestäjien aktiviteettitarjonta.

Vastaajilta tiedusteltiin heidän vuosittaista asiakasmääräänsä ja kesämatkojen osuutta siitä (Taulukko 9). Kysymykseen vastasi 26 (asiakasmäärä) ja 28 (kesämatkojen osuus) yritystä. Suurimmat asiakasmäärät ovat Benelux-maiden yrityksillä ja pienimmät Saksassa. Saksan kohdalla on huomattava se, että jotkut suurimmista yrityksistä kieltäytyivät haastattelusta, joten tulos ei anna totuudenmukaista kuvaa. Kesämatkojen osuus on kaikilla merkittävä, yli puolet liikevaihdosta. Suomeen suuntautuvia kesämatkoja on tarjonnassaan valtaosin vain Suomi- ja/tai Skandinavia-spesialisteilla. Suomi- ja Skandinavia-spesialisteilla aktiviteettimatkojen osuus on todella pieni, vain muutamassa esitteessä on aktiviteettimatkoja ja tarjottujen matkoja on määrällisesti vähäinen. Huomionarvoista on kuitenkin se, että lähes kaikki haastatellut Suomi- ja Skandinavia-spesialistit ilmoittivat olevansa kiinnostuneita laajentamaan tarjontaansa aktiviteettimatkoihin tai sisällyttämään aktiviteettipaketteja muihin paketteihin kuten esimerkiksi auto-kiertomatkoihin.

Keskiarvot	Asiakasmäärä keskiarvo	Kesämatkojen osuus asiakkaista
Iso-Britannia	8561	55,8 %
Benelux-maat	17225	77,2 %
Saksa	5320	65,8 %
Ranska	7850	56,7 %
Yhteensä	10494	64,9 %

Taulukko 9. Matkanjärjestäjien asiakasmäärät ja kesämatkojen osuudet niistä.

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin määrittelemään kunkin aktiviteetin osuus liikevaihdosta. Erot eri aktiviteettien välillä ovatkin suuria. Melonta on pääsääntöisesti merkitykseltään vähäinen ja yleensä se on osa jotakin muuta matkaa. Saksassa on pari matkanjärjestäjää, joilla melonnan osuus on merkittävä ja jotka nostavat keskiarvoa. Vaellus ja pyöräily jakaantuvat tasaisemmin ja niiden osuus on kaikilla suuri. Lisäksi on useampia matkanjärjestäjiä, jotka ovat erikoistuneet pelkästään vaellukseen tai pyöräilyyn. Multiaktiviteettien kohdalla on eniten vaihtelua. (Taulukko 10).

Aktiviteettien osuudet liikevaihdosta, keskiarvo	Melonta	Vaellus	Pyöräily	Maastopyöräily	Multiaktiviteetit
Iso-Britannia	2,2 %	53,4 %	15,8 %	7,5 %	30,1 %
Benelux-maat	4,0 %	39,3 %	28,3 %	4,7 %	4,0 %
Saksa	42,5 %	11,0 %	75,0 %	10,5 %	43,7 %
Ranska	0,0 %	1,0 %	90,0 %	0,0 %	100,0 %
Yhteensä	9,2 %	38,0 %	37,5 %	7,2 %	30,5 %

Taulukko 10. Eri aktiviteettien osuudet liikevaihdosta.

Haastatteluissa kävi ilmi, että Saksassa useat pelkästään pyöräilyä tarjoavat yritykset aikovat tai haluavat laajentaa tarjontaansa sisältämään vaellusta ja joissakin tapauksessa melontaa. Lisäksi pyöräilyn ja vaelluksen yhdistäminen kiinnostaa saksalaisia matkanjärjestäjiä. Hollannissa trendi on päinvastainen. Monet multiaktiviteetteja tarjoavat ovat karsineet valikoimaansa tarjoten pelkkää vaellusta tai pyöräilyä.

Asiakasmäärät vaihtelevat suuresti maittain ja yrityksittäin. Iso-Britannian haastatellut yritykset ovat isohkoja ja vain kaksi käsittelee alle tuhat asiakasta vuosittain. Melonnan osuus omana tuotteena on vähäinen ja vaihtelee 1-2 % välillä liikevaihdosta, mutta sen merkitys lienee suu

remppi osana multiaktiiviteettituotteita. Multiaktiiviteetteja on tarjolla kahdeksalla vastanneista, joista esitteiden perusteella lähes kaikissa on melontaa. Pyöräilyä ja vaellusta on tarjolla eniten.

Benelux-maissa vuosittaisen asiakasmäärät ovat myös suuria ja joukossa on vain yksi, jolla oli alle tuhat asiakasta vuodessa. Melonnan merkitys on vähäinen ja vaihtelee 1-10 %:n välillä liikevaihdosta. On kuitenkin huomattava, että melontaa tarjoavat yritykset ovat suuria. Vaellus ja pyöräily ovat merkitykseltään suurimpia. Multiaktiiviteettien merkitys on myös vähäinen ja niitä on tarjolla neljällä yrityksellä.

Saksassa yritykset antoivat nihkeästi tietoa ja yllättäen asiakasmäärät osoittautuivat pieniksi jopa suurimpien osalta. Myöhemmässä tarkastelussa kävikin ilmi, että joissakin yrityksissä asiakasluvut koskivat vain tietyn osaston asiakasmääriä. Esitteiden perusteella tuotantoa oli joissakin tapauksissa kymmenkertainen määrä. Esimerkiksi yritys, joka arvioi asiakasmääräksi 17 000 vuodessa ja ilmoitti, että sillä on vain multiaktiiviteetteja, tuottaa vuosittain omat esitteet vaelluksesta ja pyöräilystä. Melonnan osalta on merkityksellistä se, että ne muutamat toimistot, joilla oli melontaa, tekivät sitä omana tuotantonaan ja sen osuus oli liikevaihdosta merkittävä.

Ranskasta saatiin vähän vastauksia. Yksi vastaajista ilmoitti, että kesämatkojen osuus on 70 % ja se koostuu yksinomaan multiaktiiviteeteistä. Ranskassa on paljon vaellukseen ja seikkailuun keskittyneitä matkatoimistoja ja matkanjärjestäjiä, mutta tuotanto on suuntautunut merkittävältä osalta Ranskan entisiin alusmaihiin. Haastatteluissa tuli usein esille, että Ranskassa on omia erittäin hyviä melonta-alueita, joten Suomen kiinnostavuus on heikko.

2.2.2 Suomen kilpailuasema Keski-Euroopan markkinoilla

Myyjistä 40 vastasi kysymykseen onko heillä tällä hetkellä Suomi mukana tuotannossaan. 2/3 vastanneista näin on. Suomi-ohjelmisto koostuu lähinnä talvituotannosta ja kesäisin tarjonta on joitakin harvoja tuotteita kuten melontaa Iijoella tai Saimaalla. Kuten alla olevasta taulukosta näkyy, merkittäviä maakohtaisia eroja ei löytynyt. (Taulukko 11).

Onko Teillä tällä hetkellä Suomi-tuotteita tarjonnassanne?				
	Kyllä		Ei	
Iso-Britannia	7	70,0 %	3	30,0 %
Benelux-maat	6	66,7 %	3	33,3 %
Saksa	7	50,0 %	7	50,0 %
Ranska	5	71,4 %	2	28,6 %
Yhteensä	25	62,5 %	15	37,5 %

Taulukko 11. Matkanjärjestäjien Suomen tarjonta.

Niiden yritysten vastauksissa, joilla Suomea ei ollut tarjonnassa, erottui kaksi linjaa: joko sopivia tuotteita ei ollut tai Suomi koettiin liian kalliiksi. Alla olevassa luettelossa maininnat, joiden perässä ei ole erikseen mainittu aktiviteettiä, koskevat kaikkia aktiviteettejä.

- *tarjonta ei ole linjassa markkinoiden kanssa*
- *liian kaukana, hinta, en ole koskaan ollut siellä (yritys, joka oli erikoistunut Pohjoismaihin)*
- *meillä oli Suomi muutama vuosi sitten. Tällä hetkellä liian kallis ja Baltia mielenkiintoisempi*
- *meille ei ole kyseisiä tuotteita Suomesta tarjottu (melonta)*
- *olemme keskittyneet talveen*
- *en tunne Suomea*
- *liian kallis*
- *ei nyt, mutta aikomuksena on ottaa*
- *meillä on vahva talvi Skandinaviassa (Norja ja Ruotsi). Emme ole koskaan harkinneet Suomea*
- *ei sopivia tuotteita, Ruotsi vie kesän*
- *lyhyt sesonki, kallis, onkohan laisinkaan myytävissä, pieni volyymi*
- *myytävät ohjelmat puuttuvat, emme ole koskaan kokeilleet*
- *huonoja kokemuksia, sopivaa palveluntuottajaa ei yrityksistä huolimatta löytynyt (melonta)*
- *hyttysiä liikaa (pyöräily)*
- *Baltia on kiinnostavampi*

Samanlaisia tuloksia on saatu MEKin matkanjärjestäjähaastatteluissa. Suomen asema kesämatkailukohteena ei millään markkina-alueella ole huomattava. Jopa Skandinaviaan erikoistuneiden kohdalla asema on todella huono. Suomen osuus on yleensä vähemmän kuin 5 % kokonaisyhteisyydestä. Syynä matkanjärjestäjät pitivät yleensä riittämätöntä kysyntää ja Suomen korkeata hintatasoa. Nekin matkanjärjestäjät, joilla oli jo Suomi tarjonnassaan, pitivät Suomen kesämatkailun potentiaalia keskinkertaisena tai korkeintaan hyvänä, vaikka Suomen myynti oli jonkun verran kasvanut tai pysynyt vähintään samana. Skandinaviaan erikoistuneiden matkanjärjestäjien ykkösmaat ovat Norja ja Ruotsi. Samat ongelmat ovat tulleet esille Pyöräillen Suomessa –

hankkeen tekemissä aktiviteettimatkanjärjestäjien haastatteluissa kesällä 2001 sekä ulkomais-
ten opintomatkalle osallistuneiden matkanjärjestäjien haastatteluissa elokuussa 2002.

Matkanjärjestäjien esitteitä ja internetsivuja selaamalla Saksassa löytyi kaksi matkanjärjestäjää, joilla on tarjolla melontatuote Suomeen: toinen Saimaalla ja toinen Ahvenanmaan saaristossa. Iso-Britanniassa Suomen vaellusta ja melontaa ei ollut kenelläkään ohjelmassa. Kahdella matkanjärjestäjällä on ohjelmassa melontatuotteita Suomeen. Yhdellä matkanjärjestäjällä on useita Suomeen suuntautuvia vaihtoehtoja: Saimaa, Turun saaristo, Lappi ja Pohjois-Karjala. Ranska-laista matkanjärjestäjästä kolmella on tuotteita Suomeen, melontaa Suomessa ei tarjonnut kukaan. Yhdellä matkanjärjestäjällä on vaellusta ja vaellusratsastusta tarjolla Lapissa, muut keskittyivät Fly & Drive –paketteihin tai autokiertomatkoihin. Ranskasta Suomen Lappiin on tarjolla vaellusmatka, muuten vaellusmatkoja ei Suomeen löydy. Pyörämatkoja on tarjolla useilla matkanjärjestäjillä ja ne keskittyvät Turun saaristoon, Saimaalle ja Etelä-Suomeen. Multiaktiviteettipaketteja Suomeen ei löydy eikä myöskään maastopyöräilyä.

Matkanjärjestäjistä kysyttiin heidän mielikuvaansa Suomen matkailualueista sekä pyydettiin luettelemaan, mitä aktiviteetteja he ajattelisivat eri matkailualueilla olevan mahdollisia ja mielekkäitä toteuttaa. Matkanjärjestäjille Suomi oli jaettu alueisiin seuraavasti: Järvi-Suomi, Kuusamo, Lappi, Länsi-Suomi, Etelä-Suomi, Saaristo. Kuvauksia pyydettiin kirjoittamaan vapaamuotoisesti alueittain. Yhteensä mainintoja tuli 130 kpl, joissa eri alueiden imagoa kuvattiin värikkäin sanakääntein. Soveltuvia aktiviteetteja kaikille alueille listattiin 147 kpl.

Alueittaiset maininnat jakaantuivat mielenkiintoisesti. Järvi-Suomen osalle tuli eniten mainintoja, yhteensä 52 imagomainintaa ja 42 aktiviteettimainintaa. Päälimmäiseksi mielikuvaksi alueesta nousevat järvet, vesi ja joet, yhteensä 17 mainintaa. Luonto ja metsä mainitaan kuusi kertaa. Vastaavasti alueelle sopiviksi aktiviteeteiksi luetellaan melonta ja vesiaktiviteetit 17 kertaa, pyöräily saa neljä mainintaa, kalastus kolme mainintaa ja multiaktiviteetit kaksi mainintaa.

Kuusamon osalta mielikuvaan alueesta tuli 15 mainintaa ja aktiviteetteihin 29 mainintaa. Mielikuvissa Kuusamon kohdalla mainitaan useimmin (8 mainintaa) luontoon liittyviä asioita kuten erämaisuus, tunturit ja metsät sekä luonto yleensä. Kuusamo mielletään vaellusalueeksi 10 vastauksessa, kuusi näkee Kuusamon melonta-alueena, kolme pyöräilyalueena ja neljä koskenlaskuun sopivana.

Lapin kohdalla mielikuviiin tuli 25 mainintaa ja aktiviteetteihin samoin 25 mainintaa. Mielikuvat jakaantuvat melko tasaisesti: erämaa (4), talvi ja lumi (4), tunturit (4) ja lisäksi tila ja autius kolme mainintaa. Lappi soveltuu matkanjärjestäjien silmin parhaiten vaellukseen, joka mainitaan 13 kertaa. Muita mainintoja saavat multiaktiviteetit (3), melonta (2) ja maastopyöräily (2). Länsi-Suomi tuntui olevan matkanjärjestäjille vähiten mielikuvia herättävää aluetta, yhteensä vain 9 mainintaa. Ne jakaantuivat melko tavalla, kaksi mainintaa tuli rannoista ja lakeudesta. Aktiviteeteista Länsi-Suomeen sijoitettiin pyöräily (2) ja vaellus (2). Yksittäisiä mainintoja saivat autokiertomatkat, ratsastus, melonta ja multiaktiviteetit, yhteensä 9 mainintaa.

Etelä-Suomen mielikuvaa kuvattiin yhdeksällä maininnalla, joista useimmin mainittiin kaupunki viisi kertaa ja meri kaksi kertaa, yhden maininnan saivat luonto ja kulttuuri. Eteläinen Suomi mielletään enemmän kaupunkilomakohteeksi, joka sai neljä mainintaa. Kaupunkilomaan katsottiin mahdolliseksi liittää pyöräilyä ja melontaa. Yhteensä mainintoja oli 16 kpl.

Saaristo sai yhteensä 20 mielikuvamainintaa ja 27 aktiviteettimainintaa. Pääosin mielikuvat liittyivät mereen ja saaristoon (8). Ainoana alueena saaristo sai sellaisia ylisanoja kuin upea, tyrmäävä, jotka mainittiin peräti viisi kertaa. Maisema mainittiin neljä kertaa. Saariston aktiviteetit yhdistettiin veteen: melonta (9) ja veneily (8) ja pyöräily sai seitsemän mainintaa.

Niiltä, joilla oli jo tarjonnassaan suomalaisia aktiviteettituotteita, kysyttiin, mitä mieltä he olivat näiden tuotteiden laadusta ja onko niissä jotakin parannettavaa. Vastauksia saatiin 45 kpl. joista 35 sisälsi kritiikkiä ja 7 oli negatiivista. Vastauksissa nousivat esille seuraavat asiat:

Hyvä laatu

- *hyvä tuote, kallis, mutta asiakkaat tyytyväisiä (melonta)*
- *hyvin erämainen tunnelma (very wilderness feeling) (melonta)*
- *hyvä laatu yleensä*
- 3 vastausta
- *laatu melko hyvä (Saimaa), mutta tarjontaa ja palveluntuottajia pitäisi olla enemmän (melonta)*
- *laatu erittäin hyvä, uusia tuotteitakin tarjottu*
- *Lapissa Harrinivalla hyviä vaellustuotteita (vaellus)*

Tuotteissa ja tuotekehityksessä ongelmia

- *joustavuus ja luovuus unohtunut; aina tarjotaan samaa*
- *erilaisia melontatuotteita voisi yhdistellä enemmän (melonta)*
- *enemmän vaihtoehtoja: majoitusvaihtoehtoja, viikkopaketti+ lomanpidennys*
- 10 vastausta
- *omatoimimatkailijoille vaikea saada ohjelmaa (melonta, pyöräily)*
- *on vain yksi matka*

- *laatu melko hyvä (Saimaa), mutta tarjontaa ja palveluntuottajia pitäisi olla enemmän (melonata)*
- *yhdistelmäpaketteja lisää, esimerkiksi saaristo ja Ahvenanmaa, Helsinki-pyöräily-Pietari, Tukholma-saaristopyöräily-Helsinki (pyöräily)*
- *liian sporttisia tuotteita (pyöräily)*
- *liian pieniä paikkakuntia tuodaan esille (pyöräily)*
- *pelkkä luonto ei pyöräilyssä riitä, kulttuuri, vaihtelevuus (pyöräily)*
- *autokiertomatkojen oheistuotteiksi kaikkia aktiviteetteja*
- *Lappi ei ole pyöräilymaastoa !!! Vaihtelevuus ja kulttuurikohteet puuttuvat (pyöräily)*
- *vaelluksessakin pitäisi olla teema (vaellus)*
- *mitä siellä oikein nähdään ja koetaan unohtunut (vaellus)*
- *enemmän erilaisia majoitusvaihtoehtoja, enemmän erilaisia paketteja kuten vaellus ja kaupunkiloma (Helsinki) (vaellus)*
- *majoituspaikasta seuraavaan vaelluksia ei tarjolla (vaellus)*

Ei kiinnosta

- *ei meidän tarjonnassa, mutta vierailin opintomatkalla; huono infrastruktuuri ja kalusto, ei tarpeeksi koskia (melonata)*

Huonoja kokemuksia

- *ei ammattimaista tarjontaa, vain henkilökohtaisten kontaktien kautta löytää, huonoja kokemuksia, melonnassa Lapissa palveluntuottaja ylihinnotteli ja saaristossa huono taso (opas ja kalusto) (melonata, vaellus ja pyöräily)*
- 5 vastausta
- *kolme vaikeutta Suomen markkinoilla: Suomea ei tunneta, saavutettavuus suuri ongelma ja oikean yhteistyökumppanin löytäminen Suomesta vaikeaa (Suomesta ei vaivauduta markkinoille tapaamaan eikä kysytäkään onko tuote oikea)*
- *pyörien laatu todella huono (pyöräily)*
- *ovat heikosti organisoituja, henkilökohtaisia kontakteja pitää olla, jotta löytää vaellustuotteita (vaellus)*
- *erittäin huono laatu (vaellus)*
- *ehdottomasti korjaamisen varaa: ammattimainen organisointi, varaus, tuote jne..(vaellus)*

Muuta

- *onko Suomessa vaellustuotteita, ei kokemusta (vaellus)*
- *talvituotteita Lapissa, vaellus esimerkiksi Ylläksellä voisi kiinnostaa (vaellus)*

Melontatuotteiden kohdalla kritisoitiin eniten tarjonnan suppeutta, harvoin tarjolla oleviin tuotteisiin oltiin tyytyväisiä verrattuna muihin aktiviteetteihin. Palveluntuottajia on vähän ja heidän tarjontansa perustuu muutamaan tuotteeseen, jotka tapahtuvat rajatulla alueella. Palveluntarjoajista muutamilla oli huonoja kokemuksia ja heidän ammattitaitoaan ei kovin ylistetty. Vaellustuotteessa teemoittaminen oli keskeinen ongelma, johon matkanjärjestäjät toivoivat parannusta. Kaikissa aktiviteeteissa kritisoitiin tiedon saannin vaikeutta ja ammattimaisen yhteistyökumppanin puutetta. Suomen aktiviteettitarjonta näyttäytyy markkinoilla mahdollisuuksina, joista myyjien pitäisi oma-aloitteisesti pystyä paketoimaan itselleen sopiva paketti.

Myyjiltä kysyttiin seuraavaksi, mitkä ovat heidän tuotannossaan pahimmat **Suomen kilpailijat** kutakin aktiviteettiä ajatellen. Yrityksiä pyydettiin nimeämään kolme tärkeintä kilpailijaa kullekin aktiviteetille. Suomen pahimmat kilpailijat ovat Ruotsi ja Ranska, joista Ranska on hiukan vahvempi. Ranskassa on erittäin hyvät ja monimuotoiset vaellus- ja melonta-alueet sekä runsaasti pyörämatkailureittejä. Ruotsin etuna on parempi sijainti ja tunnettuus sekä hyvä tuotteistamisen taso. Verrattaessa eri aktiviteetteja löytyi vain pieniä eroja. Melontatuotteiden pahin kilpailija on Ruotsi, jonka nimesi ykköskilpailijaksi kuusi yritystä. Yllättäen hyväksi kakkoseksi tuli Ranska. Vaellustuotteiden merkittävin kilpailija on Ruotsi ja pyöräilytuotteiden Ranska. Multiaktiviteeteissä Ranska on ykkönen ja muutamia mainintoja saavat Sveitsi, Itävalta, Italia ja Espanja. Maastopyöräilyssä Ranska on vahvin. (Taulukko 12).

	Ruotsi	Norja	Ranska	Kanada	Välimeren maat	Itävalta	Saksa	Iso- Britannia	Puola
1. kilpailija	19	7	20	0	6	3	1	0	0
2. kilpailija	6	12	6	0	12	1	4	1	3
3. kilpailija	1	2	4	2	6	3	0	12	1

Taulukko 12. Mitkä ovat Suomen kilpailijamaat?

Saksalaisten ja hollantilaisten aktiviteettimatkailijoiden keskuudessa Itävalta on suosituin kohdema. Espanja on ranskalaisten keskuudessa suosituin aktiviteettimatkailukohde (33%). Saksassa Italia on toiseksi suosituin (19 %) ja kolmanneksi eniten saksalaiset matkustivat Sveitsiin (9 %). Hollannissa Ranska on lähes yhtä suosittu kuin Itävalta (24 %). Ranskassa toiseksi suosituin on Sveitsi (19 %) ja kolmanneksi eniten aktiviteettimatkailijoita käy Itävallassa (17 %). Myös Italia on melko tärkeä aktiviteettimatkailukohde (13 %). Hollannissa Saksa on kolmanneksi suosituin (16 %). Ranskassa Suomi on kahdeksanneksi suosituin kohdema (4 %). Muiden maiden osuus aktiviteettimatkailukohteena on suhteellisen pieni.

Matkanjärjestäjiltä kysyttiin, mitkä ovat heidän parhaimmat kohteensa kunkin aktiviteetin kohdalla. Lisäksi esitteistä kartoitettiin myytävien tuotteiden kohdemaita. Saksassa Puola on aktiviteettikohteena ohjelmassa useimmilla matkanjärjestäjillä. Puola esiintyi ulkomaisilla messuilla ja esimerkiksi ITB -messuilla Berliinissä sen osastolla löytyi yli 10 eri alueen aktiviteettiesite. Esitteissä on tarjolla eniten melontaa, ratsastusta ja pyöräilyä. Ruotsista melontatuotteita on useammalta alueelta (suosituin Arvika) ja niitä esitellään sivumääräisesti eniten. Pyöräilytuotteita

on myös Ruotsista tarjolla, esim. Götan kanaali löytyy useammasta esitteestä. Vaellusmatkoja tarjotaan Skandinaviassa eniten Norjaan.

Tilastollisia vertailuja on vaikea tehdä, koska kaikkien tuotanto on erilaista, mutta esimerkiksi voidaan ottaa seuraavat:

Melonta

- Matkanjärjestäjä 1.: multiaktiiviteettilomia 26 kohteessa ja melontalomia 14 kohteessa. Näistä Ruotsissa neljä multiaktiiviteettikohdetta ja yksi melontakohde, Suomessa yksi melontalomakohde ja Ranskassa vastaavasti 14 ja neljä kohdetta.*
- Matkanjärjestäjä 2. melontapaketteja yhteensä 32, joista Ruotsiin 19 pakettia. Kohderyhminä perheet ja aktiivilomailijat.*
- Matkanjärjestäjä 3. autokiertomatkoja Skandinaviaan. Niistä aktiiviteettituotteita Ruotsissa neljä sivua ja niissä melonta päätuote. Suomesta pelkkää majoitusta.*
- Matkanjärjestäjä 4. aktiiviteettilomia. Ruotsissa yksi multiaktiiviteettipaketti, yhteensä 10 lähtöä heinä-elokuussa.*

Vaellus

- Matkanjärjestäjä 1. laaja vaellustuotanto, tuotteita 21 maahan, matkavaihtoehtoja yli 100, lähtöpäiviä yli 1000. Ohjelmassa yksi Suomeen suuntautuva tuote, jota myydään Skandinaviassa. Matkaan sisältyy vaellusta Suomen ja Ruotsin Lapissa. Tuotteita on erilaisille kohderyhmille, perheistä aktiivivaeltajiin. Erilaisia tuotetyyppejä: teemalliset vaellukset, kiertomatkat, nautiskelijoiden ohjelmat, etc.*
- Matkanjärjestäjä 2. multiaktiiviteettilomia sekä erilaisia aktiiviteettilomia Euroopassa ja kaukomaissa. Multiaktiiviteettitarjontaa Ruotsiin, mm. kaupunkiloma Tukholmassa ja siihen liitettyä pyöräilyä, vaellusta ja melontaa.*

Pyöräily

- Matkanjärjestäjä 1. pyörämatkapaketteja yksittäisille matkailijoille yli kahdessa kymmenessä maassa. Matkat paketoitetaan asiakkaan haluamalle lähtöpäivälle.*
- Matkanjärjestäjä 2. ympärivuotista tarjontaa pyörämatkoista eri puolille maailmaa, valmiit lähtöpäivät 8-18 henkilön ryhmille.*

Maastopyöräily

- Matkanjärjestäjä 1. multiaktiiviteettilomia lomakeskuksissa, maastopyöräily yhtenä aktiiviteettimuotona.*

Multiaktiiviteetti

edellä kuvattujen matkanjärjestäjien ohjelmissa paljon matkavaihtoehtoja. Valtaosa multiaktiiviteettituotteista keskittyy lomakeskusten ympärille. Eri aktiiviteetteja tarjotaan paketeissa melko tasaisesti. Matkoihin voi liittyä yhden yön maastopyöräily esim. vaelluksen tai melontaosuuden aikana. Muuten suositetaan melko tasokasta majoitusta.

Melonnan kannalta merkittäviä kohdemaita matkanjärjestäjien ohjelmassa ovat: Ranska, Saksa (kotimaa) ja Italia sekä Ruotsi, jota kahdessa esitteessä kuvataan tuhansien järvien maaksi. Kaikilla on ohjelmassa melontaa sisältäviä matkoja Ranskaan ja Espanjaan, muita kohdemaita ovat USA, Kanada, Puola, Italia ja Slovakia. Hollannissa pääasialliset melonnan kohdemaat ovat Ranska, Italia, Norja ja Skotlanti. Nämä ovat kaikki multiaktiiviteettimatkoja. Matkanjärjestäjät itse pitivät parhaimpia melontamatkakohteinaan Ranskaa (4 mainintaa), Ruotsia (4 mainintaa) ja Saimaata (3 mainintaa).

Ranskalaisten matkanjärjestäjien aktiiviteettimatkat suuntautuvat Italiaan ja Espanjaan sekä hyvin kaukaisiin maihin. Vaellusmatkakohteina suosittuja ovat Alppien eri kohteet, Manner-Espanja kesäaikana ja Kanarian saaret talvella. Suomeen verrattavina kilpailijamaina voidaan pitää Irlantia, Islantia, Norjaa ja Ruotsia, jotka hintatasonsa tai etäisyytensä takia kuuluvat samaan hintakategoriaan. Niissä tarjonta on runsasta. Haastatteluissa matkanjärjestäjät pitivät tärkeimpinä vaellusmatkakohteinaan Ranskaa (7 mainintaa), Itävaltaa (2), Italiaa (2), Norjaa (2) ja Lappia (2).

Pyörämatkatarjonta on melko laajaa. Toistasataa seikkailumatkayrittäjää tarjoaa muiden aktiiviteettien ohessa tai pelkästään erilaisia pyörälomavaihtoehtoja helpoista yhden vuorokauden perhematkoista vaativiin Alppien ylitysmatkoihin. Haastatteluissa matkanjärjestäjät pitivät tärkeimpinä pyörämatkakohteinaan Ranskaa (7 mainintaa) ja Itävaltaa (3). Muut maininnat hajosivat ympäri maailmaa ja Suomi oli mukana yhtenä mainintana. Maastopyöräilykohteet hajoavat ympäri maailmaa ja niiden määrä on todella vähäinen verrattuna pyöräily-, vaellus-, melonta- ja multiaktiiviteettikohteisiin.

2.2.3 Aktiiviteettituote pakettina

Myyjiltä tiedusteltiin heidän kohderyhmiään ja kunkin aktiiviteettituotteen sisältöä sekä hintaa. Sisällöllä tarkoitettiin matkan ja aktiiviteetin kestoa sekä majoitusta. Esitteistä tutkittiin erilaisia sesonkeja ja erityisvaatimuksia. Myyjät täyttivät strukturoidun kysymyslomakkeen ja pyörämatkojen osalta hyödynnettiin aiemmin tehtyjä haastatteluja. Tietämystä syvennettiin henkilökoh- taisissa tapaamisissa pyörä- ja vaellusmatkoja järjestävien yritysten kanssa sekä tutkimalla yritysten tarjontaa esitteistä ja internetistä.

Myyjiltä kysyttiin, mikä oli kunkin aktiviteetin kohdalla **yksittäisten matkailijoiden** ja **ryhmi-**
en osuus. Melonta-asiakkaat jakaantuvat melko tasaisesti yksittäisiin (52,9 %) ja ryhmiin (47,1 %). Muissa aktiviteeteissa yksittäisten matkailijoiden osuus on suurempi lukuun ottamatta multiaktiiviteetteja, joissa ryhmällä on suurempi merkitys (58,8 %). Pyörämatkoissa yksittäisten asiakkaiden osuus on suurin, peräti 67 % asiakkaista on yksittäisiä ja vain 33 % ryhmiä. (Taulukko 13).

Ryhmi-	Melonta		Vaellus		Pyöräily		Maastopyöräily		Multiaktiiviteetti	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Yksittäiset	9	52,9 %	17	58,6 %	14	66,7 %	5	55,6 %	7	41,2 %
Ryhmät	8	47,1 %	12	41,4 %	7	33,3 %	4	44,4 %	10	58,8 %

Taulukko 13. Ryhmien ja yksittäisten osuudet liikevaihdosta.

Myyjien välillä on suurta vaihtelua: eräs pyörämatkoihin erikoistunut myyjä ilmoitti, että heillä ei ole laisinkaan yksittäisiä pyörämatkailijoita. Eräs matkanjärjestäjä arveli, että Suomessa ryhmälähdöt voisivat myydä paremmin, koska Suomi on kohteena tuntematon. Asiakkaat haluavat mieluummin ryhmän mukaan ja opastetun matkan. Tuloksia tulkittaessa on kuitenkin huomattava ero ryhmälähdön ja ryhmän välillä. Ryhmälähdössä matkanjärjestäjällä on kiintiö, johon hän myy yksittäisiä asiakkaita. Tällöin ryhmä koostuu toisilleen ennalta tuntemattomista ihmisistä.

Matkanjärjestäjät, joilla on kiinteitä lähtöpäiviä, antavat vähimmäis- ja enimmäisasiakasmäärän kullekin lähdölle. Aktiviteettilomilla asiakkaiden vähimmäismäärä vaihtelee viiden ja seitsemän välillä ja suurin ryhmäkoko on 20 - 24. Pyörämatkoilla suurin ryhmäkoko on useimmiten alle 15. Vaellusmatkoilla ryhmät ovat aavistuksen suurempia ja suurimmat ryhmäkoot ovat 20 - 24 henkilöä. Ryhmien koko vaihtelee matkojen mukaan siten, että samasta pisteestä tapahtuvilla vaelluksilla ryhmäkoot ovat isompia kuin vaelluksilla, joissa matka jatkuu majoituskohteesta seuraavaan. Multiaktiiviteetit tapahtuvat usein keskuksissa ja niille ei ole asetettu ryhmäkokoja.

Kohderyhmistä potentiaalisempia olivat **perheet** ja **yksittäiset matkailijat**. Erityisesti Hollannista ja Iso-Britanniasta löytyy pelkästään lapsiperheille suunnattua tarjontaa. Lasten ikä on määritelty useimmiten aktiviteetin vaativuuden mukaan. Yli 14-vuotiaille löytyy jo erittäin vaativia aktiviteettimatkoja, joissa vaaditaan jo lajin tuntemusta ja osaamista. Melonnassa alle 12-

vuotiaan voi yleensä ottaa kolmanneksi lisähenkilöksi kahdelle vuokrattuun kanoottiin. Pyörä- ja vaellusmatkoja tarjotaan useimmiten sinkuille ja pariskunnille, joilla ei ole lapsia, joskin suoraan lapsiperheillekin suunnattuja vaihtoehtoja löytyy. Lähes kaikkien haastateltujen myyjien asiakkaat ovat 25–60–vuotiaita. Matkanjärjestäjillä on hyvinkin tarkkaan tiedossa omien asiakkaidensa ikäjakauma ja on matkanjärjestäjiä, joilla asiakkaat ovat esimerkiksi yli 50-vuotiaita tai 30–40–vuotiaita tai alle 30–vuotiaita.

Aktiviteettimatkailijoista hivenen suurempi osa on miehiä kuin naisia. Aktiviteettimatkailijat ovat kaikista ikäryhmistä, he ovat keski- ja yläluokista ja asuvat pääasiassa suurkaupungeissa. TTI:n (1999) tutkimuksessa mukana olleiden matkanjärjestäjien asiakkaiden keski-ikä on noin 40 vuotta ja heillä on erittäin hyvät käyttövarat. Seikkailumatkailijat ovat hyvin koulutettuja, keski-ikäisiä ”sinkkuja” ja pariskuntia, jotka kuuluvat ylempiin sosiaaliluokkiin.

Esitteiden perusteella Iso-Britannian matkanjärjestäjien tarjonnassa olevat matkat ovat **vaati-vampia** kuin saksalaisten ja hollantilaisten. Esitteissä matkojen sanotaan olevan suunnattuja myös sellaisille, joilla ei ole kokemusta ko. aktiviteettien harrastamisesta; seikkailumieltä peräänkuulutetaan. Melontamatkatkin ovat suunnattuja niille, jotka eivät ole aktiiviharrastajia. Joissakin esitteissä on lomake asiakkaan terveydentilan kartoittamista varten. Iso-Britanniassa ja Hollannissa on paljon myös perheille suunnattuja matkoja lomakeskuksissa, joissa on tarjolla paljon aktiviteetteja. Matkanjärjestäjät painottavat esitteissään melonnan turvallisuutta liittyen laadukkaisiin välineisiin, asiantuntevaan oppaaseen ja reitin opastukseen.

Melontatuote

Kysymykseen, millaisista **melontareiteistä** oltaisiin kiinnostuneita, vastasi 21 yritystä, ja vastauksia tuli yhteensä 48 kpl (prosentit on laskettu vastausten kokonaismäärästä). Vaihtoehtoina olivat merimelontareitti, järvireitti, jokireitti ilman koskiosuuksia ja koskimelontareitti, joista saattoi valita haluamansa vaihtoehdot. Järvi- ja jokireiteistä ilman koskia ollaan lähes yhtä kiinnostuneita. Merimelontareitit ovat vähiten kiinnostavia ja Iso-Britanniassa ja Ranskassa niistä ei oltu laisinkaan kiinnostuneita. Merimelontareittien osalta tilanne olisi saattanut olla toinen, jos kysymyksessä olisi täsmennetty merimelonnan tilalle saaristomelontareitti. Samoin vastaukseen olisi saattanut vaikuttaa sekin, että järvireittien tilalle olisi vaihdettu termiksi makean veden merimelonta. Koskimelontareiteistä ovat kiinnostuneita ainoastaan Iso-Britannian ja Benelux-maiden yritykset. Monet mainitsivat olevansa kiinnostuneita koskenlaskusta. (Taulukko 14).

N=48	Merimelontareitti		Järvireitti		Jokireitti ilman koskia		Koskimelontareitti	
	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%	Kpl	%
Iso-Britannia	0	0,0 %	6	12,5 %	6	12,5 %	5	10,4 %
Benelux-maat	2	4,2 %	4	8,3 %	5	10,4 %	4	8,3 %
Saksa	0	0,0 %	4	8,3 %	4	8,3 %	0	0,0 %
Ranska	2	4,2 %	3	6,3 %	3	6,3 %	0	0,0 %
Yhteensä	4	8,3 %	17	35,4 %	18	37,5 %	9	18,8 %

Taulukko 14. Millaisista melontareiteistä olette kiinnostuneita?

Kaikista vastanneista vain kolmea kiinnostaa vain yhden reitin tai vaihtoehdon tarjoaminen. Kymmentä matkanjärjestäjää kiinnostaa vähintään kaksi erilaista reittiä ja seitsemän matkanjärjestäjää oli kiinnostunut kolmesta erilaisesta vaihtoehdosta. (Taulukko 15).

Millaisista reittivaihtoehdoista olette kiinnostuneet	Kpl
Vain yksi reitti kiinnostaa	3
2 erilaista reittiä kiinnostaa	10
3 erilaista reittiä kiinnostaa	7
4 erilaista reittiä kiinnostaa	1

Taulukko 15. Montako erilaista reittivaihtoehtoa kiinnostaa Teitä?

Tämän jälkeen yrityksiltä kysyttiin, millaisista melontatuotteista he olisivat kiinnostuneita. Kysymyksessä tarjottiin kolme vaihtoehtoa, jotka olivat **pelkkä melontatuote**, melontaa sisältävä **multiaktiiviteettituote** ja **melontatuote yhdistettynä kaupunkilomaan**. Kohtaan saattoi rastia kaikkia haluamansa vaihtoehdot. 20 yritystä vastasi kysymykseen ja vastauksia tuli yhteensä eri vaihtoehdot mukaan lukien 34 kpl. Vastanneista 16 (47,1 %) on kiinnostunut multiaktiiviteettituotteesta, jossa melonta on yksi tarjotuista aktiviteeteistä. Pelkkä melontatuote kiinnosti 14 vastaajaa. Iso-Britannian yritykset ovat kiinnostuneempia monimuotoisemmista tuotteista kuin muut. (Taulukko 16).

N=34	melontatuote		multiaktiiviteettituote, johon liittyy melontaa		melonta yhdistettynä kaupunkilomaan	
	%	kpl	%	kpl	%	kpl
Iso-Britannia	5	14,7 %	6	17,6 %	2	5,9 %
Benelux-maat	5	14,7 %	3	8,8 %	0	0,0 %
Saksa	3	8,8 %	4	11,8 %	0	0,0 %
Ranska	1	2,9 %	3	8,8 %	2	5,9 %
Yhteensä	14	41,2 %	16	47,1 %	4	11,8 %

Taulukko 16. Millaisen melontatuotteen haluaisitte?

Vain yhdestä vaihtoehdosta oli kiinnostunut yhdeksän vastaajaa, kahdesta vaihtoehdosta kahdeksan ja kolmesta vaihtoehdosta kolme vastaajaa. Vain yhdestä vaihtoehdosta oli kiinnostunut yhdeksän vastaajaa, kahdesta vaihtoehdosta kahdeksan ja kolmesta vaihtoehdosta kolme vastaajaa.

Esitteiden perusteella Iso-Britanniassa matkanjärjestäjistä neljällä on tarjolla melontaa sisältäviä matkoja, mutta kaikissa tapauksissa matkat ovat multiaktiiviteettimatkoja, joissa melonta on yhtenä aktiviteettina. Multiaktiiviteetit perustuvat yhdestä kohteesta tapahtuviin retkiin. Kysyttäessä parhaimman tuotteen sisältöä vastasi kolme myyjää hyvän melontamatkan olevan kierto-matka ja neljän mielestä se tapahtui päiväretkeilynä yhdestä lähtöpaikasta.

Melontamatkan pituutta analysoitiin esitteistä. Saksan valtakunnallisen kanoottiyhdistyksen mukaan (Deutscher Kanuverband e.V) optimaalinen melontamatka taukojen välillä on 5-6 kilometriä ja yöpymisten välinen matka 10-12 km. Ruotsissa toteutettavan kolmen päivän matkan melontamatkan pituus on 45 -50 km, eli noin 15 km/päivä. Esitteiden melontamatkoihin sisältyy vähintään yksi lepopäivä. Aktiviteetin osuus niin melonnassa, pyöräilyssä kuin vaelluksessakin on useimmin leppoisaa, helppoa etenemistä. Matkan voi toteuttaa useimmissa vaihtoehdoissa joko viikon pakettina, jolloin melontamatkan pituus on noin 70 km, tai kahden viikon pakettina, jolloin melontamatkan pituus on noin 100 km. Paketeissa määritellään poikkeuksetta myös kantomatka. Melontamatkat ovat lähes kaikissa tapauksissa 5-10 kilometriä päivässä ja matkat ovat suunnattuja myös niille, joilla ei ole kokemusta melonnasta. Ainakin kahden matkanjärjestäjän esitteessä on huomautus uimataidosta. Matkan pituus on suurimmaksi osaksi yksi viikko.

Esitteissä matkat jakaantuvat touko-elokuun väliseksi ajaksi. Autokiertomatkan yhteydessä melontaloman Ruotsiin voi varata useimmiten ajalle 01.05.-15.09. ja lähtöpäiväksi valita minkä

päivän tahansa. Turun saaristossa voi melontaloman toteuttaa 14.06 - 26.07. Kysymys on ryhmämatkasta, jossa asiakkaiden vähimmäismäärä on kuusi henkilöä ja enimmäismäärä 12 henkilöä. Lähtöjä on yhteensä neljä.

Kysymykseen halutusta **majoituksesta** (Liite 6) vastasi 21 yritystä ja vastauksia tuli yhteensä 60 kpl. Melonnassa majoitusmuotona haluttiin useimmiten leirintää, jonka mainitsi vastanneista 13 kpl. Leirinnän yhteyteen oli useissa vastauksissa tarkennuksena mainittu teltat ja erämaamökit. Seuraavaksi suosituimmat olivat kestikievari ja aamiaismajoitus sekä maaseutumajoitus, joista kummastakin oli kiinnostunut 10 vastaajaa. Näistä maaseutumajoituksen kysyntä hajosi hiukan tasaisemmin maittain vaihdellen kahden kolmen kiinnostuneen välillä. Turistiluokan hotelleja toivottiin seuraavaksi eniten. Vastanneista yrityksistä neljä oli kiinnostunut vain yhdestä vaihtoehdosta majoituksen suhteen. Kahdesta tai kolmesta eri majoitusvaihtoehdosta oli kummastakin kiinnostunut kuusi vastaajaa. Esitteiden perusteella melontamatkoilla tai melontapäivien aikana majoitutaan teltassa, leirintäalueilla tai mökeissä. Kysyttäessä suosituimman tuotteen kuvausta määrittelivät myyjät majoituksen vaihtelevan leirinnästä perhehotelleihin ja aamiaismajoitukseen. Esitteissä melontamatkan keskuspaikkana voi olla retkeilyhotelli, vanha kansakoulu, hotelli tai muu maaseutumajoitus.

Matkanjärjestäjien esitteissä **hintaskaala** on laaja. Hinnat sisältävät yleensä vain maapalvelut. Liittymäkuljetukset ovat lisämaksusta. Eräällä matkanjärjestäjällä Arvikassa Ruotsissa toteutettava melontapaketti maksaa alkaen 135 euroa/henkilö. Hintaan sisältyy kanootti ja teltta jaetuna kahdelle hengelle, pelastusliivit, kartta, vesitiivis varustetynnyri, keittovarustus ja liittymäkuljetukset melonnan lähtöpaikalle. Matkan kesto on 8 päivää. Arvikaan Ruotsiin myydään kiertomatkan oheistuotteeksi kolmen ja seitsemän päivän sekä kahden viikon mittaisia paketteja. Kolmen päivän paketit maksavat 75–79 euroa ja ne sisältävät kanootin kahdelle hengelle, reittikartan, alkuopastuksen, pelastusliivit ja kuljetuksen melonnan lähtöpaikalle. Kahden viikon paketit maksavat 140–184 euroa. Hinta on laskettu kahdelle aikuisella ja alle 5-vuotias on ilmainen. 6-14 -vuotias saa alennusta 30 % matkustaessaan kahden aikuisen seurassa. Kanootti pelkästään yhdelle hengelle maksaa 50 % enemmän. Kaikki muu on lisämaksusta, esimerkiksi teltta maksaa 10 euroa/päivä ja makuupussi 5 euroa/päivä. Iijoen matkan hinta (pelkät maapalvelut) on 985 euroa ja siihen sisältyy kolme yötä hotellissa, yksi yö mökissä ja kuusi yötä leirintäalueella teltassa. Mukana seuraa opas. Turun saaristossa melontamatkan hinta on 685 euroa/henkilö/kaksi viikkoa sisältäen merimelontavarustuksen, majoituksen teltassa, keittovarusteet ja oppaan palvelut.

Vaellustuote

Yrityksiltä kysyttiin, millaisista vaellustuotteista he olisivat kiinnostuneita. Kysymyksessä tarjottiin kolmea vaihtoehtoa, jotka olivat **pelkkä vaellustuote**, vaellusta sisältävä **multiaktiiviteettituote** ja **vaellustuote yhdistettynä kaupunkilomaan**. Kohtaan saattoi rastia kaikkia haluamansa vaihtoehdot. 25 yritystä vastasi kysymykseen ja vastauksia tuli yhteensä eri vaihtoehdot mukaan lukien 37 kpl. Pelkkä vaellustuote kiinnostaa eniten ja siitä on kiinnostunut yli puolet vastaajista. Vastanneista 16 (40,5 %) on kiinnostunut multiaktiiviteettituotteesta, jossa vaellus on yksi tarjotuista aktiviteeteistä. Iso-Britannian yritykset ovat kiinnostuneempia monimuotoisemmista tuotteista kuin muut. Benelux-maiden yritykset ovat kiinnostuneempia kuin muut pelkistä vaellustuotteista. (Taulukko 17).

N=37	vaellustuote		multiaktiiviteettituote, johon liittyy vaellusta		vaellus yhdistettynä kaupunkilomaan	
	%	kpl	%	kpl	%	kpl
Iso-Britannia	6	16,2 %	6	16,2 %	2	5,4 %
Benelux-maat	8	21,6 %	2	5,4 %	0	0,0 %
Saksa	3	8,1 %	4	10,8 %	0	0,0 %
Ranska	2	5,4 %	3	8,1 %	1	2,7 %
Yhteensä	19	51,4 %	15	40,5 %	3	8,1 %

Taulukko 17. Millaisen vaellustuotteen haluaisitte?

Esitteistä tutkittuna **vaellustuote koostuu** pääosin luonnosta ja ympäristöstä ja sen kokemisesta. Vaellusmatkat on teemoitettu erittäin kattavasti ja asiakkaalle tarjotaan jo matkakuvauksissa tietoa kunkin alueen luonnon erityispiirteistä kuten kasvistosta, geologiasta, eläinkunnasta, historiasta sekä ilmastosta. Tuote voi sisältää erilaisia kohteita, siirtymät autolla tai muulla kuluneuvolla paikasta toiseen ovat mahdollisia. Vaellukseen liitetään myös kulttuuriin tutustumista ja erilaisia nautintoja kuten hyvä ruoka. Kiertomatkat ovat yksi vaellusmatkamuoto, tavoitteena on tutustua samalla matkalla erilaisiin elämyksiin. Ryhmämatkalla vaelluspäivien välillä siirrytään bussilla seuraavaan kohteeseen, jossa vaelletaan uusissa, erilaisissa maisemissa. Tällaisia kiertomatkoja tarjotaan varsinkin Hollannissa myös yksittäisille matkailijoille, jotka liikkuvat omalla autolla. Suosittuja ovat myös vaellukset, jotka toteutetaan samasta majoituskohteesta, jolloin majoittuminen voi olla esim. matkailukeskuksessa. Vaellusmatkan voi toteuttaa myös kaupunkilomaan liittyen, jolloin vaellus toteutetaan kaupungin lähellä olevilla alueilla. Vaellusmatkoista perinteisin on vaellus, jossa kuljetaan patikoiden eteenpäin majoituskohteesta toiseen. Näihin

sisältyy matkatavaroiden kuljetus ja ruokailut. Majoitus voi olla vaatimattomassakin paikassa ainakin muutamana yönä. Usein kaikkiin eri vaellusmatkatyyppeihin yhdistetään muitakin aktiviteetteja, pääosin pyöräilyä ja melontaa. Kysyttäessä suosituimman matkan kuvausta kahdeksan myyjää kuvasi vaellusmatkan kiertomatkaksi, jonka aikana yövytään lakanoiden välissä (leirintä, maatila, aamiasmajoitus (eniten mainintoja), perhehotelli tai hotelli). Neljä myyjää kuvasi matkan yhdestä keskuspaikasta tapahtuvaksi päiväretkeilyksi.

Vaellusmatkatuotteiden pituutta tutkittiin esitteistä sekä Deutscher Wanderverbandin julkaisusta Wanderbares Deutschland. Matkojen kesto vaihtelee yleensä viikosta kahteen viikkoon. Vaellusmatkojen sesonki on pitkä, käytännössä ympärivuotinen, joskin talvella matkat suuntautuvat lämpimiin maihin. Suomessa sesonki voi alkaa lumen sulettua ja jatkua aina lumen tulon saakka. Vaelluksen kokonaisaika per päivä on tällöin lyhimmillään vain 3-4 tuntia ja kilometreisä lyhimmillään vain 5-6 kilometriä. Enimmilläänkin valmismatkoilla vaellettavan matkan pituus on usein alle 15 kilometriä päivässä. Matkat eivät ole luonteeltaan kovin urheilullisia vaan tarkoitettu tavallisille aktiivisille kuluttajille. Matkan haasteellisuus ja vaellusmatkan pituus ilmoitetaan symbolein aina. Matkanjärjestäjät luokittelevat matkat vaellusmatkan ja korkeuseron mukaan. Yleisimmin käytetään kolmitasoista luokittelua, joka on kuvattu yleensä esitteen yleissivuilla.

Seuraavaksi kysyttiin millaisesta **majoituksesta** (Liite 6) vastaaja oli erityisen kiinnostunut tietyn aktiviteetin yhteydessä. Kysymyksessä oli valmiit vaihtoehdot, josta vastaaja valitsi haluamansa vaihtoehdot. Vaelluksesta kiinnostuneilta vastauksia saatiin yhteensä 24 yritykseltä ja niitä oli yhteensä 79 kpl. Vaelluksessa majoitusmuotona haluttiin useimmiten kestikievaria tai aamiaismajoitusta, jonka mainitsi 18 vastanneista. Seuraavaksi suosituimmat olivat maaseutumajoitus ja turistiluokan hotelli, joista kummastakin oli kiinnostunut 14 ja 13 vastaajaa. Vastanneista yrityksistä peräti kahdeksan oli kiinnostunut kolmesta vaihtoehdosta majoituksen suhteen. Kahdesta tai neljästä eri majoitusvaihtoehdosta oli kummastakin kiinnostunut neljä vastaajaa. Esitteiden perusteella vaellusmatkoilla majoitutaan hotellissa, lomahuoneistossa tai mökissä, joka sijaitsee lomakeskuksessa.

Vaellusmatkoja on monen **hinta**isia, matkan hinta riippuu kohteesta, matkustustavasta ja majoitusmuodosta sekä sisältyvien palveluiden määrästä. Viikon opastettu vaellus telttamajoituksella maksaa 400-600 euroa, kun vastaavasti viikon matka puoliuudella mukavuuksin varustetussa huoneessa maksaa tuhannen euron molemmin puolin. Kahden viikon matkat ovat halvimmillaan alle tuhannen euron ja kalleimmillaan kahden tuhannen euron paikkeilla. Vaellus

matkoissa ei tunneta lapsialennuksia, osa matkanjärjestäjistä on asettanut ikärajoja lasten osallistumiselle ryhmämatkoihin (ikärajat 12-16 v). Osalla matkanjärjestäjistä on erikseen mainittu, mitkä matkat sopivat perheille. Hintaesimerkkeinä voi mainita saksalaisen matkanjärjestäjän kiertomatkan ryhmälle Pohjois-Skandinaviaan, kesto 13 päivää, hinta 2200 euroa, vastaavasti kahdeksan päivän hotellimajoituksen ja lennon sisältävä ryhmävaelluspaketti Islantiin maksaa 1000 euroa. Yksittäisille matkailijoille (väh. 2 hlöä) tarkoitetut vaelluspaketit on hinnoiteltu vain maapakettien osalta ja matka kohteeseen tapahtuu itsenäisesti, viikon paketti majoituksella ja matkatavarakuljetuksin 400-800 euroa majoituksesta riippuen.

Pyöräilytuote

Pyöräillen Suomessa –hankkeen tekemissä haastatteluissa myyjiltä kysyttiin, pitäisikö pyörämatkan **sisältää muita aktiviteetteja**. Myyjistä 37 % liittäisi pakettiin luonto- tai kulttuuriaktiviteetteja, 22 % vesiaktiviteetteja ja 4 % soveltaisi aktiviteetit paikallisen tarjonnan mukaan. Myyjistä 30 % ei liittäisi pakettiin muita aktiviteetteja. Esitteissä pyöräilytuotteet ovat lähinnä retkipyöräilyä ja maastopyöräilyä on tarjolla vain multiaktiviteettipaketeissa. Kysyttäessä myyjiltä 40 % halusi kuitenkin pelkästään maastopyöräilytuotteen ja 50 % multiaktiviteettituotteen, johon sisältyy maastopyöräilyä. Maastopyöräilystä saatiin vähiten vastauksia ja vain neljä myyjää pystyi antamaan kuvauksen tyypillisestä maastopyörämatkasta. Se kuvattiin joko kiertomatkaksi (2) tai keskuspaikasta tapahtuvaksi (2).

N=20	maastopyöräilytuote		multiaktiviteettituote, johon liittyy maastopyöräily		maastopyöräily yhdistettynä kaupunkilomaan	
	%	kpl	%	kpl	%	kpl
Iso-Britannia	3	15,0 %	4	20,0 %	2	10,0 %
Benelux-maat	2	10,0 %	2	10,0 %	0	0,0 %
Saksa	3	15,0 %	3	15,0 %	0	0,0 %
Ranska	0	0,0 %	1	5,0 %	0	0,0 %
Yhteensä	8	40,0 %	10	50,0 %	2	10,0 %

Taulukko 18. Millaisen maastopyöräilytuotteen haluaisitte?

Tässä tutkimuksessa haastatellut saksalaiset matkanjärjestäjät pitivät sopivana **pyörämatkan pituutena** yleisimmin noin 60 km/päivä ja korkeintaan 80 km. Esitteissä olevissa matkoissa päivämatkojen pituudet vaihtelevat 20-80 km välillä. Yhteistä oli kuitenkin se, että päivämatkat olivat yleensä yhdellä matkalla aina yhtä pitkiä. Matkat voi jakaa karkeasti seuraaviin kategori

oihin; päivämatkat alle 40 km, päivämatkat yli 40-60 km ja päivämatkat yli 60-80 km. Lisäksi esitteissä on myös luokiteltu matkan haasteellisuus yleensä 1-5 tai 1-3 –portaisella asteikolla (helppo-erittäin vaativa). Pyöräillen Suomessa –hankkeen saamista asiakaspalautteissa tuli ilmi, että suomalaiset tekevät liian urheilullisia matkoja, joissa päivämatkat ovat liian pitkiä. Näissä haastatteluissa jopa 20 km päivämatkoja pidettiin sopivina. Matkanjärjestäjien haastatteluissa 70 % ilmoitti sopivaksi päivämatkan pituudeksi 40-59 kilometriä, 17 % 60-79 kilometriä ja 9 % 20-39 kilometriä. Ulkomaisista pyörämatkailijoista 32 % ilmoitti haluavansa pyöräillä alle 300 km matkansa aikana ja 42 % alle 600 km. Myyjistä 43 % ilmoitti asiakkaidensa haluavan pyöräillä 201-300 kilometriä matkallaan, 17 % 301-400 kilometriä ja 22 % 401-500 kilometriä. Muutama prosentti vastanneista ilmoitti asiakkaidensa pyöräilevän alle 100 kilometriä matkallaan. Sekä asiakkaista että myyjistä 60 % halusi pitää välipäivän pyöräilystä.

Tarjottavien pyörämatkojen **kesto** vaihtelee 5 päivästä 17 päivään. Hollantilaiset tarjoavat pidempiä 8-15 vuorokauden matkoja, kun taas saksalaisten tarjoamat matkat keskittyvät 7-8 vuorokauteen. Järjestettävät matkat ovat etupäässä ympyräreittejä eli alkavat ja loppuvat samaan pisteeseen tai keskuspaikkalähtöisiä eli yövytään useampi yö samassa kohteessa ja tehdään siitä muutaman päivän matkoja eri kohteisiin. Esitteissä on joitain matkoja, jotka alkavat ja päättyvät eri kohteisiin. Kysyttäessä myyjiltä suosituimman pyörämatkan kuvausta, kahdeksan myyjää kuvasi matkan kiertomatkakksi, johon liittyy eritasoista majoitusta. Vaellus- ja melontatuotteita useammin majoitus kuvattiin hotelliksi tai perhehotelliksi, leirintämajoitusta ei mainittu. Vain kaksi myyjää piti parhaiten myyvänä pyörämatkana yhdestä keskuspaikasta tahtuvaa päiväretkeilyä.

Ulkomaisten matkanjärjestäjien asiakkaat **majoittuvat** (Liite 6) pääsääntöisesti hotelleissa. Esitteissä on tarjolla todellisia luksus-matkoja, joissa yövytään parhaissa hotelleissa. Toiseksi suosituimpana majoituspaikkana pidetään aamiaismajoitusta. Melko paljon käytetään myös kestikievari- ja maalaistalomajoitusta. Saksalaisten majoitus painottuu 3-4 tähden hotelleihin sekä aamiaismajoitukseen. Hollantilaiset käyttävät myös etupäässä hotelleja, mutta vaatimustaso ei ole yhtä korkea kuin saksalaisilla. Hotellit ovat pääsääntöisesti 2-3 tähden ja vastaajat painottivat, ettei niiden tarvitse olla luksus-hotelleja. Maalaistalot ja kestikievarit kuuluvat enemmän hollantilaisten kuin saksalaisten tarjontaan. Yksittäiset matkanjärjestäjät tarjoavat asiakkailleen mahdollisuutta majoittua myös aitassa, leirintämökissä, teltassa, jokilaivassa tai jossain muussa kohdemaalle tyypillisessä majoituskohteessa, kuten esimerkiksi linnassa. Pyöräillen Suomessa –hankkeen tekemissä asiakashaastatteluissa suosituin majoitusmuoto oli maalaistalo, jota toivoi 22 % vastanneista. Kestikievari ja aamiaismajoitus olivat lähes yhtä suosittuja, niitä

piti parhaimpana vaihtoehtona 20 %. Hotellin mainitsi 7 % vastaajista. Pääasiana pidettiin sitä, että majoitus ei ollut alkeellinen ja siellä olisi oma WC/suihku, tiloissa olisi vaatteidenpesumahdollisuus ja sauna.

Suosituimmat pyörämatkailukuukaudet haastateltujen mukaan ovat heinä-, elo- ja syyskuu, joista elokuu on suosituin. 32 % haluaa toteuttaa pyörälomansa elokuussa, 20 % heinäkuussa ja 17 % syyskuussa.

Ulkomaisten matkanjärjestäjien mukaan kolme tärkeintä **pyöräilypaketin elementtiä** ovat majoitus, ateriat ja matkalaukkukuljetukset. Useat pitivät myös pyörän, kohdemaan kuljetuksien sekä pyöränhuolto- ja opaspalveluiden kuulumista pakettiin tärkeänä. Tarkennettaessa mitä aterioita pyöräilypakettiin tulee kuulua pitivät matkanjärjestäjät tärkeimpänä ateriana aamupalaa ja lähes yhtä tärkeänä illallista. Muutama mainitsi eväät/picnicin ja kaksi matkanjärjestäjää lounaan.

Edellä mainittujen elementtien lisäksi ulkomaisten matkanjärjestäjien mukaan heidän asiakkaansa tarvitsevat matkallaan **reittikuvaukset** pyörämatkasta, pyöräilykartan sekä tiedot matkanvarrelle jäävistä nähtävyyksistä. Muutaman matkanjärjestäjän mukaan pyöräilijälle tulee tarjota myös tiedot lähiaikojen säästä ja mahdollisista tietöistä.

Asiakashaastatteluissa sopivaksi pyörämatkan **hinnaksi** ilmoitettiin yleisimmin noin 1000 euroa. Tätä mieltä oli 35 % vastanneista. 15 % oli valmis maksamaan korkeintaan 1345 euroa ja 31 % korkeintaan 672 euroa. Esitteissä matkojen hintaskaala on laaja. Hollantilaisten matkanjärjestäjien mukaan pyörämatkojen hinnat vaihtelevat 300 eurosta reiluun 1000 euroon. Esitteiden mukaan 7-8 vuorokauden matkat maksavat noin 300-700 euroa sisältäen majoituksen, matkalaukkukuljetukset, kuljetukset kohdemaassa, reittikartan ja osan ruokailuista. Hintaero selittyy majoituksen tasolla. Myös pyörä kuuluu osalla tähän hintaan. 14 vuorokauden matkat maksavat 800 eurosta reiluun 1000 euroon. Näihin paketteihin ei sisälly lentoja tai muita kuljetuksia kohdemaahan. Hinnat kuitenkin vaihtelevat matkanjärjestäjittäin ja maittain, sillä paketit ovat sisällöltään erilaisia ja pakettihintoihin sisältyy eri asioita. Ryhmähinnat ovat hieman yksittäisten matkustajien hintoja kalliimpia. Osa matkanjärjestäjistä käyttää sesonkihinnointilua. Suosituimman kauden, heinäkuun lopun ja elokuun hinnat ovat korkeammat kuin muuna pyöräily kautena. Saksalaisten matkanjärjestäjien hinnat vaihtelevat keskimäärin 450 ja 1200 euron välillä. 7-8 vuorokauden matka maksaa keskimäärin 450-800 euroa sisältäen majoituksen aamupaloineen, matkalaukkukuljetukset, kuljetukset kohdemaassa, reitti-informaation ja pyörän vuokran. Tie

tyllä teemalla kulkevat matkat, kuten viinimatkat maksavat 1000 eurosta ylöspäin sisältäen edellä mainittujen lisäksi useamman ruokalajin illalliset ja viinimaistiaiset. Myös majoitukset näillä matkoilla ovat normaalia korkeatasoisempia. Saksalaisissa esitteissä sesonkihinnointilua ei pääsääntöisesti ole. Autokiertomatkkaan yhdistettävä muutaman päivän pyörämatkapaketti sisältää vain pyöränvuokran ja reittikartan ja on hinnaltaan edullinen.

Multiaktiiviteettituote

Multiaktiiviteettilomilla majoitutaan lomakeskuksissa ja niiden yhteydessä olevissa turistiluokan hotelleissa, mökeissä tai huoneistoissa (Liite 6). Jos multiaktiiviteettiloma on kiertomatkka, majoitutaan kestikievereissa, maaseutumajoituksessa ja pienissä hotelleissa. Hyvin yleiset luonnehdinnat majoitukselle ovat ”alueelle tyypillinen” ja ”persoonallinen”. Kiertomatkkapaketti myydään yleensä majoituksen mukaan, esimerkiksi hotellikiertomatkka tai mökkikiertomatkka.

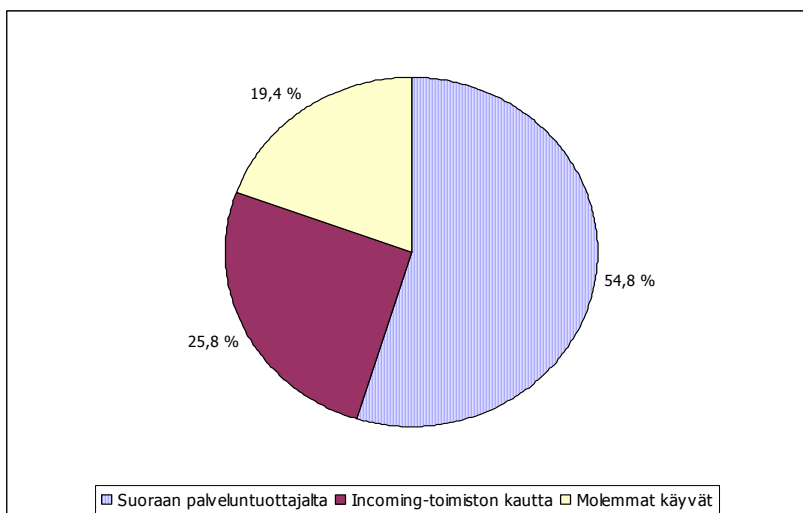
Aktiviteetit multiaktiiviteettilomien yhteydessä ovat pääosin päivän mittaisia retkiä riippuen kohderyhmästä. Ruotsista tarjolla olevan multiaktiiviteettituotteen melontaretken kestoksi on määriteltä kolme - neljä tuntia. Vaellus tai pyöräily saattaa kestää viidestä kuuteen tuntia tai kolmesta neljään tuntia. Lomakeskuksissa aktiviteettien hinnat on per aktiviteetti per päivä, esimerkiksi näin: Yksi aktiviteetti: melonta tai pyöräily 20 euroa, kaksi aktiviteettia: melonta, pyöräily tai vaellus 40 euroa jne. Osallistujille annetaan alkuopetus ja heidät ohjataan helpolle reitille. Opas ei välttämättä osallistu itse retkelle. Autokiertomatkkojen aikana yhdessä kohteessa vietetään kahdesta kolmeen yötä ja harrastetaan useampaa aktiviteettia. Näillä matkoilla mökkien, lomahuoneistojen ja maaseutumajoitusten yhteyteen on paketoitu aktiviteetteja, lähinnä pyöräilyä, vaellusta ja melontaa kahden - neljän päivän mittaisiksi paketeiksi, jotka ovat lisämaksusta. Itse kiertomatkkaan sisältyy vain majoitus valitussa luokassa ja välttämättömät kuljetukset. Kysyttäessä multiaktiiviteettiloman kuvausta, kahdeksan myyjää kuvasi sen keskuspiisteestä tapahtuvaksi päiväretkeilyksi ja vain yksi mainitsi kiertomatkan. Keskuspisteinä pidettiin esimerkiksi lomahuoneistoa tai erämaaleiriä, josta saattoi itsenäisesti retkeillä. Aktiviteeteistä mainittiin vaellus, pyöräily, melonta ja maatilavierailut.

2.2.4 Myynti ja markkinointi

Myyjiltä kysyttiin, kuinka he haluaisivat varata kesäaktiiviteettipaketit Suomesta (Kuva 21). Kolmesta vaihtoehdosta sai valita yhden. Kysymykseen vastasi 32 yritystä. Valtaosa suosii suoraa

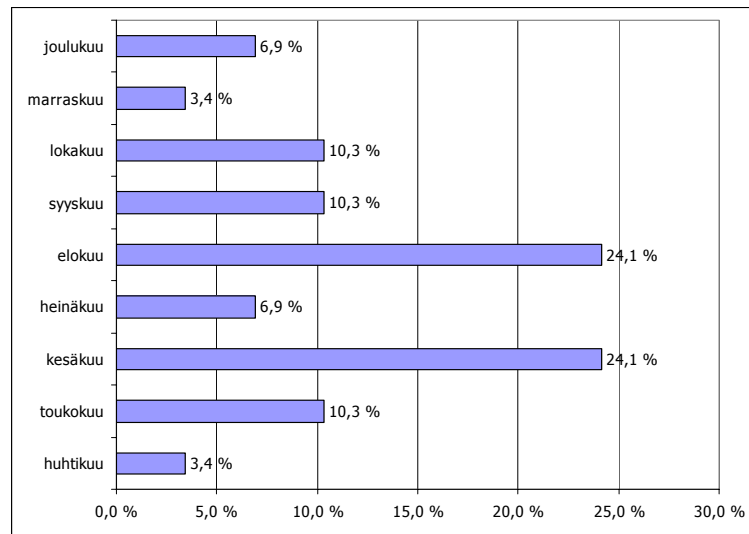
yhteyttä palveluntuottajaan (17 kpl / 54,8 %). Neljännes (8 kpl) haluaa tehdä varaukset incoming-toimiston kautta ja 19,4 % (7 kpl) on sitä mieltä, että molemmat käyvät. Tähän kysymykseen tuli seuraavanlaista palautetta (mikäli useampi kommentti samasta asiasta, lukumäärä suluissa):

- *suorat yhteydet on yleinen tilanne ja ei koske erityisesti Suomea*
- *ainakin alkuvaiheessa pitää olla välikäsi, joka tekee varaukset ja toimii välimiehenä varsinkin jos on kysymys pienistä palveluntuottajista*
- *palveluntuottajaa käytetään, jos varaa myös majoitukset ja muut palvelut (2)*
- *riippuu monesta asiasta (3)*
- *jos tunnen tuotteen ja tuottajan hyvin*



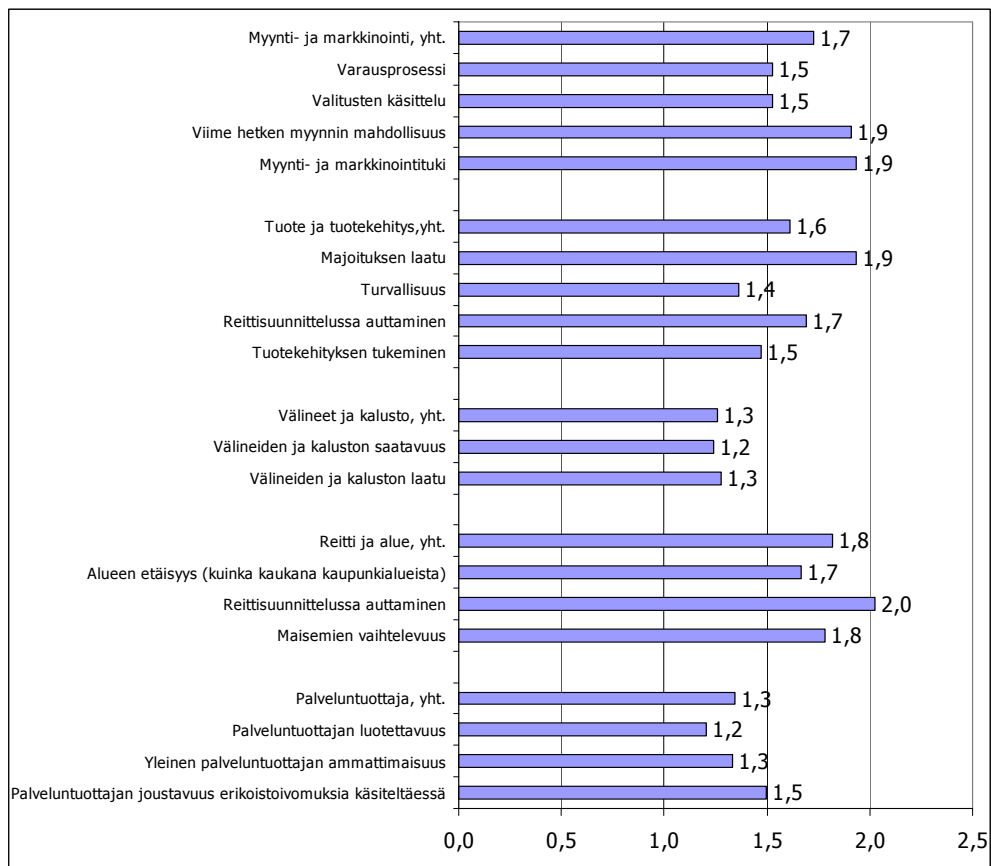
Kuva 2. Miten haluatte varata kesäaktiiviteettipaketit?

Myyjiltä kysyttiin, milloin he viimeistään päättävät, mitkä tuotteet tulevat esitteisiin (Kuva 2). Aikaisin keväällä, huhti-toukokuussa, päättää 13,7 %. Seuraavan kesän tuotteista 55,1 % vastanneista päättää viimeistään kesän aikana (kesä-elokuussa). Noin kolmannes tekee päätöksen ennen vuoden vaihdetta. Maakohtaisia eroja oli jonkin verran, mutta aineiston koosta johtuen tulokset eivät ole tilastollisesti luotettavia. Pääosin saksalaiset ja hollantilaiset tekivät päätökset aiemmin kuin britit ja ranskalaiset. Voidaan sanoa myös, että mitä suurempi yritys, sen aikaisempi aikataulu. Lomakkeissa oli myös mainintoja internet-sivuista. Lähes kaikilla on internet-sivustot, joita päivitettiin jatkuvasti. Niiden seuraavan sesongin tuotteisto tehtiin valmiiksi noin 2-3 kuukautta esitetuotannon jälkeen. Joukossa oli myös yritys, jolla oli vain internetsivusto eikä ollenkaan painomateriaalia.



Kuva 3. Mikä on takaraja tuotteille esitteitänne ajatellen?

Myyjiltä kysyttiin mitä asioita he pitävät tärkeinä suunnitellessaan aktiviteettipaketteja. Tässä kohdassa heille tarjottiin valmiita vaihtoehtoja, joita piti arvioida asteikolla 1-3 (1= erittäin tärkeä, 2= tärkeä, 3= ei kovin tärkeä). Vaihtoehdot luokiteltiin viiteen kategoriaan, jotka olivat myynti- ja markkinointi, tuote ja tuotekehitys, välineet ja kalusto, reitti ja alue sekä palveluntuottajaan liittyvät asiat. Kukin kohta koostui 2-4 alakohdasta, jotka näkyvät alla olevasta kuvasta kunkin pääkohdan alapuolelta. (Kuva 4).



Kuva 4. Mitä asioita pidätte tärkeänä suunnitellessanne aktiviteettipaketteja?

Tuotteen suunnitteluvaiheessa tärkeimpänä asiana pidettiin välineisiin liittyvää tietoa, joka koostui välineiden ja kaluston saatavuudesta ja laadusta. Seuraavaksi tärkein kokonaisuus on palveluntuottajaan liittyvät seikat, joka koostui palveluntuottajan luotettavuudesta, yleisestä ammattitaitoisuudesta ja joustavuudesta. Näistä luotettavuus ja ammattitaitoisuus olivat tärkeämpiä kuin joustavuus. Kolmanneksi tärkein kokonaisuus on tuote ja tuotekehitys, joka koostui neljästä alakohdasta. Näistä tuotekehityksen tukeminen ja turvallisuus ovat tärkeämpiä kuin majoitus ja reittisuunnittelussa avustaminen. Myyntiin ja markkinointiin liittyvistä seikoista eniten kiinnostaa varausprosessin kulku. Myyjät olivat myös kiinnostuneita Suomen melonta-, vaellus- ja pyöräilyalueista sekä -reiteistä. Joissakin haastatteluissa kävi ilmi, että Suomen mahdollisuudet kokonaisuudessaan ovat tuntemattomat ja tarjontaa esittelevää informaatiomateriaalia ei ole myyjien eikä asiakkaiden saatavilla. (Taulukko 19).

Eri maiden väliltä löytyy joitakin eroja. Ranskalaiset korostavat muita enemmän myynti- ja markkinointitukea ja tässä kohdassa eniten jälkimarkkinointitoimenpiteitä ja valitusten käsitte-

lyä. Ranskalaiset arvioivat lähes kaikki kohdat tärkeämmäksi kuin muiden maiden yritykset. Saksalaiset ovat muita vähemmän kiinnostuneita myynti- ja markkinointituesta sekä reitistä ja alueesta. Eri aktiviteettien välillä ei ole merkittäviä eroja.

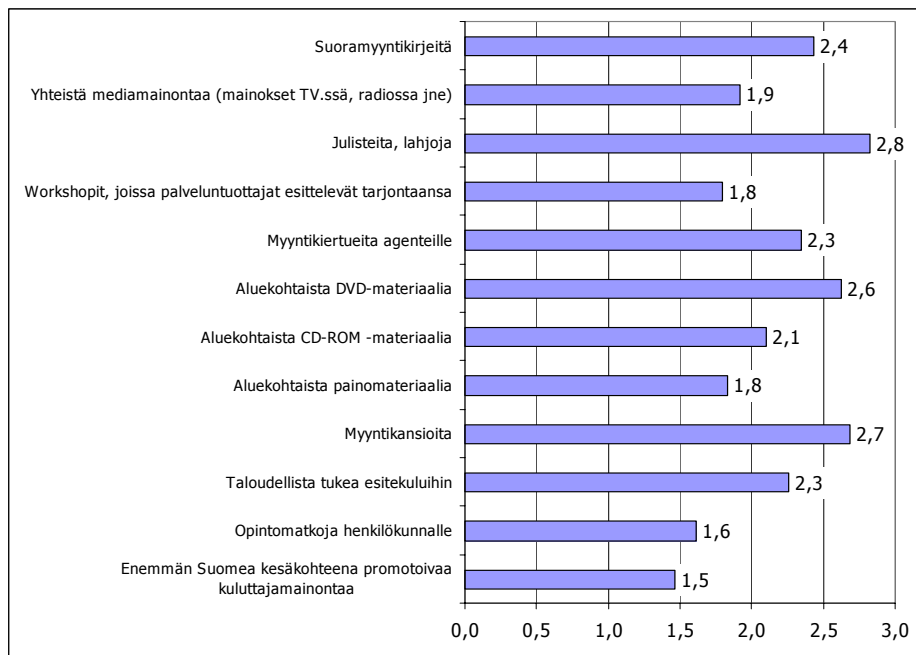
Eri maat	Yhteensä	Ranska	Iso-Britannia	Benelux-maat	Saksa
Palveluntuottaja	1,3	1,4	1,3	1,4	1,3
Reitti ja alue	1,8	1,4	1,8	1,8	2,1
Välineet ja kalusto	1,3	1,1	1,3	1,3	1,2
Tuote ja tuotekehitys	1,6	1,6	1,7	1,8	1,5
Myynti- ja markkinointi	1,7	1,4	1,7	1,9	2,0

Taulukko 19. Mitä asioita pidetään tärkeänä eri maissa suunnitellessa aktiviteettipaketteja?

Kaikki aktiviteetit	Yhteensä	Melonta	Vaellus	Maastopyöräily	Multiaktiviteetti
Palveluntuottaja	1,3	1,4	1,3	1,4	1,3
Reitti ja alue	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8
Välineet ja kalusto	1,3	1,2	1,4	1,2	1,2
Tuote ja tuotekehitys	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Myynti- ja markkinointi	1,7	1,8	1,7	1,7	1,7

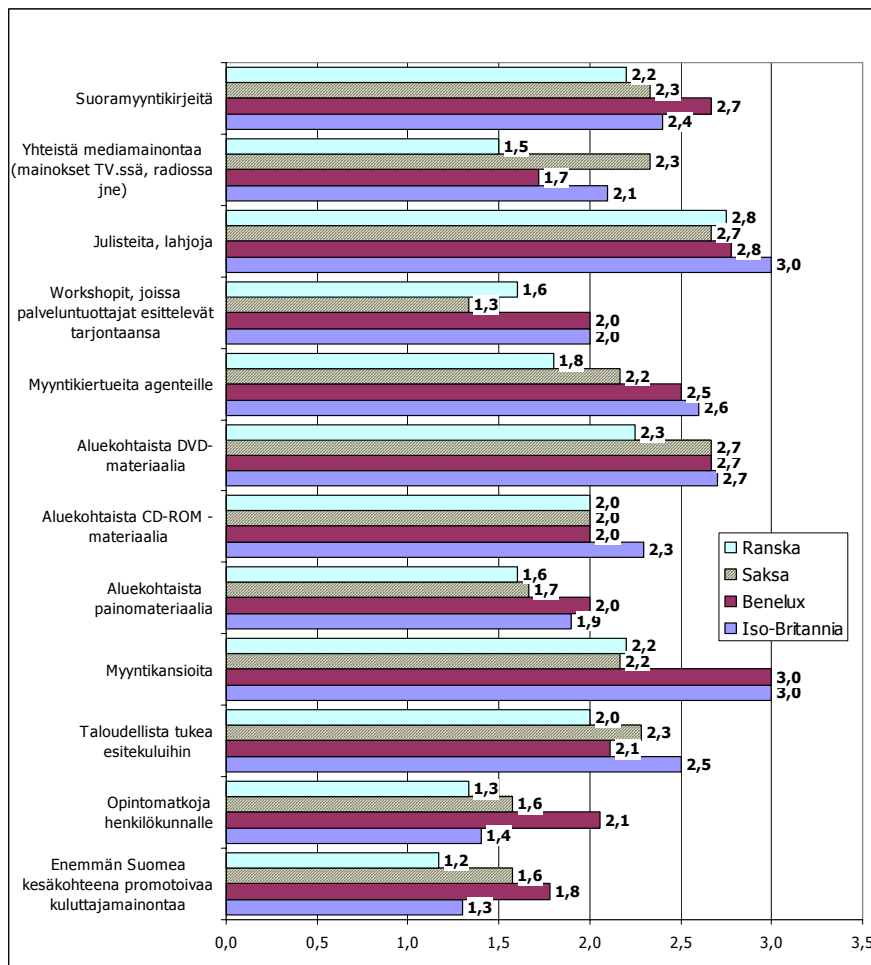
Taulukko 20. Onko eri aktiviteettien välillä eroja asioiden tärkeysjärjestyksessä?

Yrityksiltä kysyttiin, mitä myyntiä tukevia markkinointitoimenpiteitä he toivoisivat ja kuinka tärkeäksi he arvioivat ne asteikolla 1-3 (1= erittäin tärkeä, 2=tärkeä ja 3=vähemmän tärkeä). Tärkeimmäksi nousi kohta ”enemmän Suomea kesäkohteena markkinoiva kuluttajamainonta”, jonka keskiarvoksi tuli 1,5. Seuraavaksi tärkein on ”opintomatkat henkilökunnalle”, jonka keskiarvoksi tulee 1,6. Näiden kohdalla vain kolme yritystä on arvioinut ne vähiten tärkeimmäksi. Alle kahden keskiarvon saavat kohdat ”workshopit, joissa palveluntuottajat esittelevät tarjontaansa”, ”aluekohtainen painomateriaali” ja ”myyjien kanssa yhteinen mediatoiminta”. (Kuva 5).



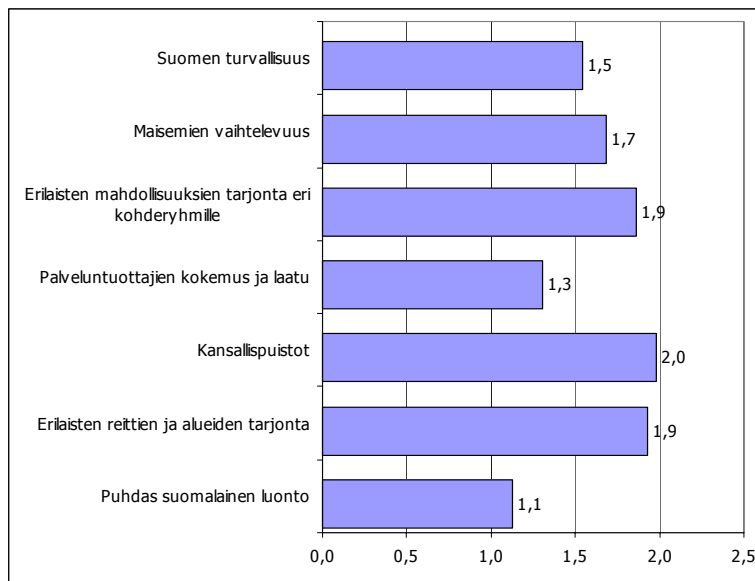
Kuva 5. Mitä myyntiä tukevia markkinointitoimenpiteitä toivotte?

Maakohtaisia eroja löytyi jonkin verran, joskaan ei kovin merkittäviä (Kuva 6). Benelux-maiden ja Iso-Britannian yritykset arvostavat workshop-tapahtumia kaikista vähiten. Benelux-maiden yritykset arvostavat eniten yhteistä mediamainontaa (1,7) ja seuraavaksi eniten enemmän Suomea kesäkohteena markkinoivaa kuluttajamainontaa (1,8). Britit pitävät tärkeimpänä kuluttajamainontaa (1,3) ja opintomatkoja henkilökunnalle (1,4). Saksalaiset arvostavat eniten workshop-tapahtumia (1,6) ja seuraavaksi eniten kuluttajamainontaa, joka markkinoi Suomea kesäkohteena (1,6). Ranskalaiset arvostavat eniten kuluttajamainontaa (1,2), opintomatkoja (1,3) sekä yhteistä mediamainontaa (1,5). Haastateltavat mainitsivat useita kertoja yhteisen kesämarkkinoinnin puutteen, joka muodostaa merkittävän esteen Suomeen suuntautuvan kesämatkailun ja aktiviteettimatkailun kasvulle.



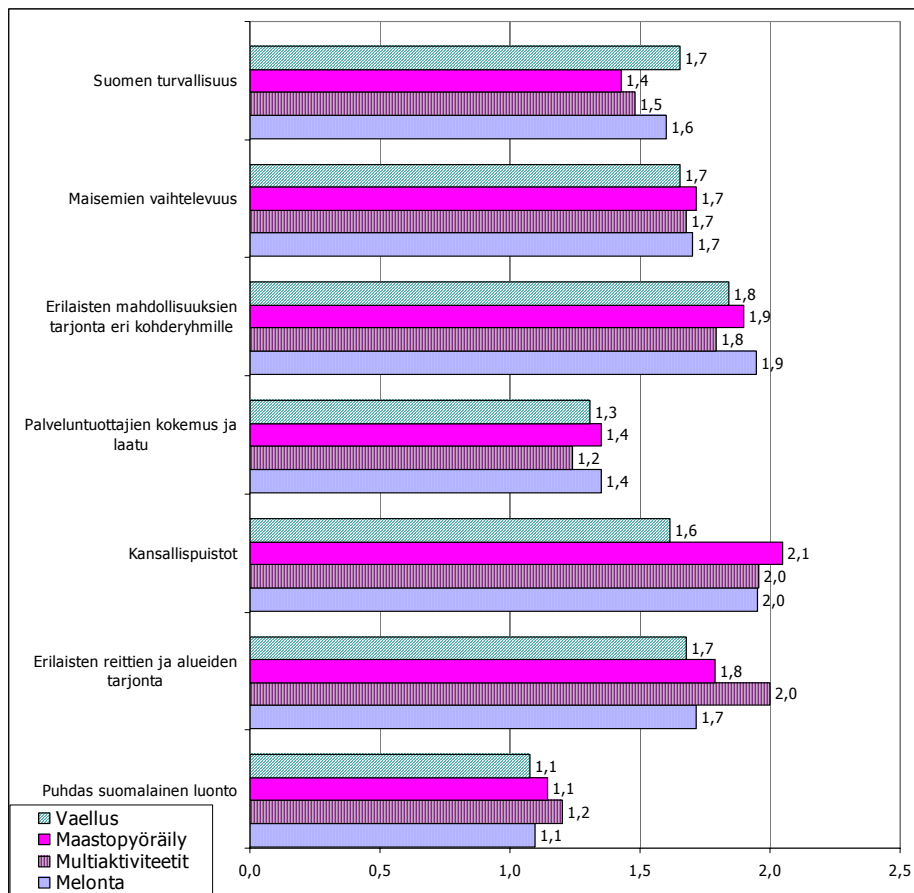
Kuva 6. Myynti- ja markkinointituki maittain.

Yrityksiltä kysyttiin, mitä kuluttajat yritysten mielestä pitävät tärkeinä tekijöinä valitessaan kesä-aktiiviteettimatkaa Suomeen (Kuva 7). Eri vaihtoehtoja pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-3 (1=erittäin tärkeä, 2=tärkeä ja 3=vähemmän tärkeä) sekä punnitsemaan niitä eri aktiiviteettien näkökulmasta. Tärkeimmät valinnan perusteet ovat puhdas suomalainen luonto (1,1) sekä palveluntuottajien kokemus ja laatu (1,3). Puhdasta luontoa samoin kuin Suomen turvallisuutta pidettiin itsestäänselvytenä.



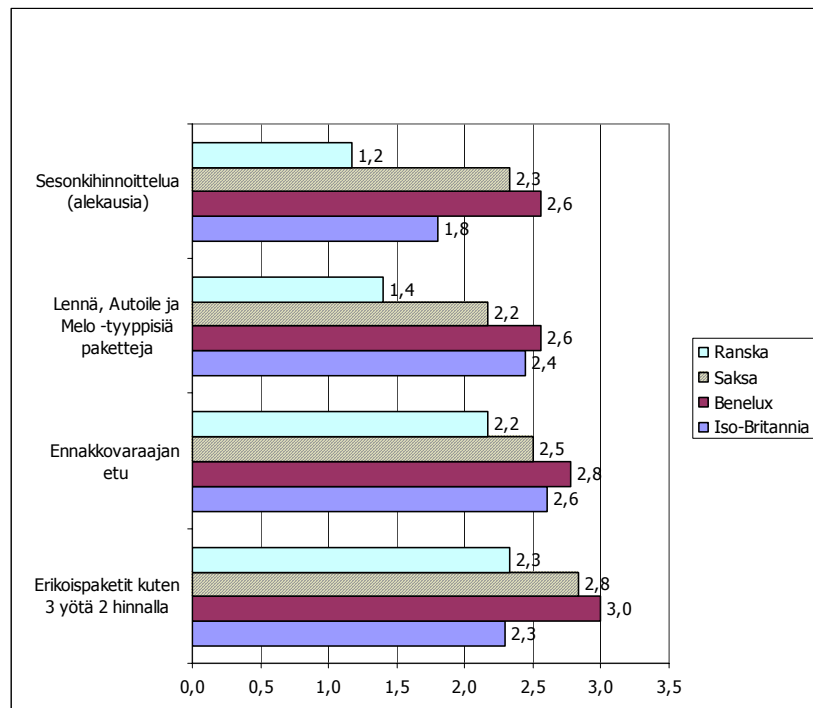
Kuva 7. Mitä asioita kuluttajat pitävät tärkeänä ostaessaan aktiviteettipakettia?

Verrattaessa eri aktiviteetteja keskenään ei kovin merkittäviä eroja löytynyt. Erilaisten reittien ja alueiden tarjonta on vaelluksessa, melonnassa ja maastopyöräilyssä tärkeämpi tekijä kuin multiaktiviteeteissa. Vaellustuotteessa pitäisi hyödyntää kansallispuistoja enemmän kuin muissa aktiviteeteissa.



Kuva 8. Mitä asioita kuluttajat pitävät tärkeinä ostaessaan aktiviteettipakettia?

Myyjiä pyydettiin arvioimaan, kuinka tärkeinä he pitivät eri hinnoittelukeinojen käyttämistä. Heille esitettiin neljä vaihtoehtoa, joita piti arvioida asteikolla 1- 3 (1=erittäin tärkeä, 2=tärkeä, 3=vähemmän tärkeä). Ranskalaiset haluavat eniten erilaisia hinnoittelukeinoja ja niistä suosituin on sesonkihinnointelu, keskiarvo 1,2. Iso-Britannian yritykset arvostavat sesonkihinnointelua erittäin tärkeän ja tärkeän välille, keskiarvo 1,8. Ranskalaiset haluavat mielellään myös Lennä, autoile ja melo – paketteja. Muuten hinnoittelun käyttö arvioitiin ”tärkeän” ja ”ei kovin tärkeän” välille. Benelux-maiden yritykset ovat vähiten innostuneita eri hinnoittelukeinoista. (Kuva 9).



Kuva 9. Mitä hinnoittelukeinoja haluaisitte palvelun tuottajan käyttävän?

2.3 Markkina-analyysin yhteenveto

Keski-Euroopan aktiviteetti- ja seikkailumatkamarkkinat ovat viimeisen vuosikymmenen aikana kasvaneet merkittävää vauhtia. Vuosittainen kasvuvauhti on ollut parhaimmillaan jopa 15 - 20 %. Voikin sanoa, että valtaosa keskieurooppalaisista harrastaa jotakin aktiviteettia lomansa aikana. Suosituimmat aktiviteetit ovat pyöräily, vaellus ja erilaiset vesiaktiviteetit. Markkinoille on syntynyt uusia pelkästään seikkailu- ja aktiviteettimatkoihin erikoistuneita matkanjärjestäjiä.

Tässä tutkimuksessa haastatellut yritykset ovat keskieurooppalaisia matkanjärjestäjiä, jotka myyvät valtaosin tuotantonsa suoraan kuluttajille. Iso-Britanniassa ja Hollannissa osa aktiviteettimatkoja järjestävistä ja myyvistä yrityksistä on todella isoja ja ne käsittelevät vuosittain kymmeniätuhansia asiakkaita. Saksassa yritykset ovat pienempiä. Yritykset myyvät aktiviteetteja sekä yksittäisille että ryhmäasiakkaille. Aktiviteeteista pyöräily ja vaellus ovat merkittävimpiä. Melonnan osuus liikevaihdosta ja asiakasmääristä ei ole kenelläkään kovin merkittävä, mutta sitä on lähes kaikilla matkanjärjestäjillä tarjolla. Saksassa yritykset laajentavat tuotetarjontaan

sa ottamalla valikoimaansa useampia aktiviteetteja. Hollannissa trendi on päinvastainen, yritykset olivat supistaneet tarjontansa yhteen tai kahteen aktiviteettiin.

Suomea matkanjärjestäjien tarjonnassa on vähän. Matkanjärjestäjät kuitenkin tuntevat Suomea suhteellisen hyvin ja parhaiten aktiviteettikohteina tunnetaan Järvi-Suomi, Lappi, Kuusamo ja saaristo. Järvi-Suomeen liitetään erityisesti melonta, Lappiin vaellus, Kuusamoon vaellus ja melonta ja saaristoon melonta, veneily ja pyöräily. Eteläinen Suomi on kaupunkilomakohde, joka tulisi liittää aktiviteetteihin. Länsi-Suomen tunnettuus on heikko.

Kilpailijamaita kysyttäessä matkanjärjestäjät nostavat usein Suomen kilpailijoiksi Ruotsin ja Ranskan. Kilpailijamaiksi on nostettava lisäksi Puola, Slovakia ja Saksa, joihin kohdistuu merkittävä määrä matkanjärjestäjien tarjonnasta. Itä-Euroopan maat ovat vahvasti panostaneet aktiviteettimatkatarjontaan. Puolassa aktiviteettimatkailu vasta nostaakin päätään, mutta Manner-Euroopan läheisyys on jo huomattu ja Puola löytyy jo monen matkanjärjestäjän esitteestä. Kokonaisuudessaan Suomen luonto verrattuna muihin maihin on profiililtaan pehmeä. Slogan ”Tuhansien järvien maa” on laajalti käytössä ja Suomi ei erotu sillä tarjonnasta. Monessa esitteessä Ruotsi on napannut Suomelta tuhansien järvien maan imagon. Myös Puola hyödyntää samaa slogania. Hakusanalla Thousand Lakes saa internetistä esille useita järviolueita, mutta harvemmin Suomea.

Matkanjärjestäjien mukaan Suomen **aktiviteettitarjonnassa on paljon kehittämistä**. Tarjonnassa on juututtu liian pieniin kokonaisuuksiin ja aluerajat rajoittavat sekä alueorganisaatioiden että yritysten tuotekehitystä. Aktiviteettituotteita pitäisi yhdistellä enemmän Tukholman, Pietarin ja Helsingin kaupunkilomiin. Vetovoimaisia alueita kuten saaristoa ja Ahvenanmaata pitäisi myös yhdistää muihin alueisiin lähinnä pyörä- ja melontamatkailussa. Tuotetarjontaa pitäisi huomattavasti laajentaa erilaisilla teemoilla, kohderyhmillä, majoitusvaihtoehdoilla ja lomapidennyksillä. Näitä moduleita tulisi yhdistää autokiertomatkoihin, jotka kaipaavat imagon kohottamista ja vetovoiman parantamista. Suomesta tarjotaan liian urheilullisia ja vaativia aktiviteettimatkoja omatoimisille asiakkaille. Tuotteet sekä niihin liittyvä materiaali kuten kartat on tehty aktiiviharrastajan näkökulmasta. Kuitenkin tyypillinen aktiviteettiasiakas haluaa liikkua leppoisasti ilman suurempia ponnisteluja. Sopiva aktiviteetin kesto on muutama tunti ja päivämatkat harrastajien näkökulmasta erittäin lyhyitä, vaelluksessa 5-6 km, melonnassa 10-12 km ja pyöräilyssä noin 40 km. Tuotteita pitäisi paketoita myös omatoimiselle pakettiasiakkaalle. Omatoiminen pakettiasiakas tarvitsee majoituksen, lennot ja erittäin hyvän kartta- ja opastusmateriaalin sekä varta vasten järjestetyt liittymäkuljetukset reittien lähtöpisteisiin. Kartta- ja

opastusmateriaali sekä reittien luokitukset että merkinnät ovat avainasemassa tällaisessa pake-toimisessa. Matkakuvauksiin pitäisi sisällyttää enemmän elämyksiä eikä pelkkää faktaa.

Tarjonnan **ammattimaisuutta** kritisoitiin useissa haastatteluissa ja tapaamisissa. Suomesta tarjotaan valitettavan usein samaa pakettia vuodesta toiseen, tarjous tehdään vain paperilla eikä vaivauduta markkina-alueille henkilökohtaisiin tapaamisiin matkanjärjestäjien kanssa. Matkanjärjestäjän täytyy todellakin haluta tulla Suomeen ja käyttää itse aikaa ja vaivaa sopivan kontaktin löytämiseen. Tarjolla on mahdollisuuksia, joita jokaisen myyjän oletetaan oma-aloitteisesti paketoivan ja myyvän. palveluntuottajat ovat pieniä, myynti ja markkinointi ei ole heidän vahvimpia toimintojaan ja alueorganisaatioilta ei juurikaan saa apua tällaisten matkojen suunnitteluun ja toteuttamiseen. Incoming-toimistot hallitsevat kannustematkat, tunnetuimmat matkailualueet ja hotellitasoisen majoituksen, mutta aktiviteettituotteet ja maaseutumajoitus tuottavatkin jo ongelmia.

Aktiviteettituotteiden **kohderyhmät** ovat sekä yksittäisiä asiakkaita että pienryhmiä. Pyöräily-, melonta- ja multiaktiviteettimatkoissa kohderyhminä ovat myös perheet. Kunkin tuotteen kohdalla on hyvin tarkkaan määritelty minkä ikäisille paketti sopii. Asiakkaat eivät ole kovin urheilullisia vaan enemmänkin aktiivisia ihmisiä, joilla on liikunnallinen elämäntapa ja jotka ovat tiedonhaluisia. Saksassa matkan aktiviteettiosuus on helpompi ja kevyempi kuin Hollannissa tarjolla olevissa tuotteissa. Iso-Britanniassa tarjottavat tuotteet ovat kauttaaltaan vaativampia ja toteutetut aktiviteettiosuudet matkaltaan pidempiä kuin Saksassa ja Hollannissa. Iso-Britannian matkanjärjestäjien tuotteet ovat myös monipuolisempia siten, että multiaktiviteettilomalla on mahdollisuus harrastaa jopa viittä kuutta eri aktiviteettia.

Hintaskaala on hyvin laaja Keski-Euroopan markkinoilla. Keskimäärin viikon aktiviteettipaketti maksaa noin 1000 euroa. Hollannissa hintataso on hieman halvempi selittyen lähinnä majoituksen tasolla, joka on hivenen vaatimattomampi Hollannin markkinoilla. Ranskassa ja Iso-Britanniassa hintataso on kalliimpi. Saksassa hinta vaihtelee eniten johtuen siitä, että tarjonta on runsainta ja hyvin segmentoitunutta.

Aktiviteettipaketeissa on myös varusteiden ja välineiden vuokrausta tarjolla autokiertomatkojen yhteydessä. Hintataso on näissä todella halpa. Matkanjärjestäjän esitehintoihin sisältyy lisäksi 20-30 % komissio, joten vuokraajalle ei jää paljoakaan katetta. Edullinen hinta selittyy autokiertomatkojen suurella volyymillä. Yksi esitesivu voi myydä vuokraajan koko kesän kapasiteetin.

Aktiviteetit eroavat toisistaan siten, että pyörämatkojen toivotaan liikkuvan asutuilla seuduilla, joilla on runsaasti kulttuuritarjontaa ja joilla reitit voidaan tehdä vaihteleviksi. Kääntäen voisi sanoa, että keskieuropalaisesta näkökulmasta katsottuna hyvä pyörämatka ei liiku syrjäseuduilla eikä harvaan asutuilla erämaisilla alueilla. Luonto on vetovoimatekijä, mutta ei kuitenkaan keskeisin. Pyörämatkailija haluaa tavata paikallisia ihmisiä ja tutustua paikalliseen elämäntapaan sekä osallistua pienimuotoisiin tapahtumiin ja mennä paikkoihin, joihin autolla ei tulisi mentyä. Melontamatkoissa erämaaluonto ja luonto yleensäkin on keskeisin vetovoimatekijä. Melontamatkalla luonnosta nautitaan ensisijaisesti aistitunteuksina; hiljaisuutena, tuoksuina, kosketamalla sitä. Vaellustuotteessa luonto on vetovoimatekijä, jota halutaan ensisijaisesti havainnoida ja tulkita ymmärtämisen ja tietämisen kautta. Vaellusmatkaan pitäisi löytyä teema. Tämä näkyy hyvin selvästi esitteissä, joissa vaellustuotteiden kohdalla on hyvinkin tarkkaan käsitelty esimerkiksi luonto- ja kasvityyppejä.

Pyöräilevät ja vaeltavat asiakkaat haluavat useimmiten kiertomatkan, jonka aikana yövytään lakanoiden välissä, matkatavarat kuljetetaan ja joka toteutetaan oppaan johdolla. Majoitusmuotona suosituin on keskitasoinen maaseutumajoitus, joka voi olla aamiaismajoitus, kestkieveari, maatilamatkailu tai pieni perhehotelli. Vaellus- ja erityisesti pyöräilyasiakkaissa on enemmän niitä, jotka haluavat korkeatasoisen majoituksen. Multiaktiviteetit tapahtuvat useimmiten lomakeskuksista ja hotelleista käsin päiväretkinä. Matkan aikana voidaan yöpyä maastossakin. Maastopyöräily on enemmänkin extreme-aktiviteetti, jota tarjotaan vähemmän omana tuotteena ja joka liittyy useimmiten multiaktiviteettilomaan. Kaikissa aktiviteettimatkoissa tarjonta koostuu hyvin erilaisista matkoista ja käytännössä paketin joutunee räätälöimään kullekin myyjälle erikseen. Melontamatkaa toteutetaan sekä kiertomatkana että yhdestä kohteesta käsin.

Pääosin paketti halutaan varata palvelun tuottajalta, mutta yleinen käytäntö on, että varsinkin alussa käytetään välikäyttä. Välikäsi kuten alueorganisaatio tai incoming-toimisto on ulkomaisen matkanjärjestäjän kannalta luotettavampi. Kun luottamus on syntynyt, siirtyy matkanjärjestäjä usein käyttämään suoraan palvelun tuottajaa. Tällöin hänellä pitää olla tarjolla laaja tuotevalikoima ja hyvä yhteistyöverkosto. Matkanjärjestäjän kannalta tärkeimmät asiat tuotteen suunnitteluvaiheessa ovat palvelun tuottajan luotettavuus ja ammattitaitoisuus sekä välineiden ja kaluston saatavuus ja laatu. Markkinointiin liittyvistä seikoista kiinnosti eniten varausprosessin kulku. Kun huomioidaan matkanjärjestäjien kommentit myyjien ja palveluntuottajien ammattitaidottomuudesta, ei viimeksi mainittua voi pitää mitenkään yllättävänä tietona. Myyjät toivoi

vat kautta linjan lisää tarjontaa ja jopa samaa pakettia useamman myyjän esitteessä, jolloin riski matkan toteutumisesta ja myynti jakaantuisi useammalle taholle.

Myyntiä edistävästä toimenpiteistä tärkein oli yhteinen kesämarkkinointi, jota toivottiin joka maassa. Matkanjärjestäjien mielestä heidän myyntiään tukisivat parhaiten kuluttajamainonta, opintomatkat henkilökunnalle, workshopit, joissa palveluntuottajat esittelevät tarjontaansa sekä myyjien kanssa yhteinen mediatoiminta. Henkilökohtaista suhdetoimintaa markkinoille tulisi lisätä. Myyjien mielestä kuluttaja painottaa erityisesti puhdasta suomalaista luontoa ja palveluntuottajien kokemusta ja laatua. Suomen turvallisuus on itsestään selvyy.

Erityisesti ranskalaiset toivoivat erilaisten hinnoittelukeinojen aktiivisempaa käyttöä. Niistä suosituimmat ovat sesonkihinnoittelu, jota myös britit toivoivat, sekä Fly & Drive –tyyppiset paketit. Autoilun tilalla tai lisäksi tulisi lisätä joku aktiviteetti (esim. Fly & Hike).

3 Kotimaan tarjonnan kuvaus

Kotimaan tarjonta esitellään matkailun suuralueittain, joita ovat Länsi-Suomi, Itä-Suomi, Läntinen Järvi-Suomi, Eteläinen Suomi (Kymenlaakso, Uusimaa ja Varsinais-Suomi), Kainuu ja Kuusamo sekä Lappi. Aktiviteettitarjonnasta esitellään ensi melonta- ja vaellustarjonta, koska ne perustuvat usein samojen yritysten ja samojen alueiden tarjontaan. Tarjonta esitellään matkailualueittain, vaikka se ei ole kaikilta osin järkevä jako tuotteiden kannalta. Tavoitteena on kuitenkin tarjota matkailualueille tietoa heidän mahdollisuuksistaan tuotteistaan aktiviteetteja ja sen takia tulokset päädyttiin esittelemään matkailualueittain. Kappaleen aluksi käydään lyhyesti läpi melonta- ja vaellusalueet. Seuraavassa kappaleessa esitellään pyöräilytarjonta. Kappaleen alussa esitellään pyöräilyreittien kriteerit. Lopuksi kartoitetaan vielä palveluntarjoajien osaamiseen liittyviä asioita. Viimeisessä kappaleessa tehdään yhteenveto.

3.1 Melonta- ja vaellustarjonta

Vaikka Suomi kokonaisuudessaan onkin pohjoinen melontamatkailualue, voidaan se vesistöalueiden melottavuuden perusteella jakaa erilaisiin osa-alueisiin. Melontareittioppaassa (2001) käytetyssä melontareittien aluejaossa maamme melontareitit voidaan jakaa seitsemään suuralueeseen, joka ovat:

- 1) Suomenlahden rannikko
- 2) Saaristomeri
- 3) Lounais-Suomi
- 4) Pohjanlahden rannikko
- 5) Järvi - Suomi
- 6) Itä-Suomi
- 7) Pohjois-Suomi

Aluejako poikkeaa sekä Suomen päävesistöalueiden että matkailualuejaoista siksi paljon, että valintaa on syytä perustella hiukan tarkemmin. Kuten edellä jo todettiin, vesistöalueen luonne määrää objektiivisesti sen millainen melontakohteen profiili voi olla. Ympäristöhallinnon käyttämä vesistöalueiden luokittelu perustuu niiden laskusuuntaan (<http://www.ymparisto.fi/palvelut/tietoj/vesistal/kartta.htm>). Melojan kannalta tämä jako jättää huomiotta varsin tärkeät merialueet kokonaan. Toisaalta monet Järvi-Suomen melontareitit ovat

kokonaisprofiililtaan niin samankaltaisia, että ne globaalista näkökulmasta katsoen kuuluvat samaan kategoriaan. Melontareittiopas ottaa myös huomioon merimelontakohteiden saavutettavuuden ulkomaanmarkkinoita ajatellen.

Ollakseen kansainvälinen melontamatkailukohde, vesistöalueen tulee olla tarpeeksi laaja ja tarjota useita vaihtoehtoisia reittejä. Matkailun markkinointiorganisaatioiden toimialueiden perusteella melonta-alueiden esittely varsinkin kansainvälisille markkinoille on vaikeaa. Melontareitit ulottuvat usein useamman kuin yhden organisaation toimialueelle ja yritysten reitteihin perustuvat toimialueet ovat markkinaorganisaatioiden toimialueita laajempia. Kun kohteiden saavutettavuus ulkomailta katsoen otetaan huomioon on melontareittioppaan esittämä jako paras.

Vaellus- ja retkeilyalueiden jako perustuu erilaisiin vaellusalueisiin. Suomessa on monenlaisia virkistysalueita, joista tässä käsitellään pääasiassa virkistysalueita, valtion retkeilyalueita sekä kansallis- ja luonnonpuistoja. Kolme neljästä ulkoilijasta liikkuu tavallisissa talousmetsissä, joissa voi ulkoilla jokamiehen oikeuden nojalla. Talousmetsissä ei ole yleensä retkeilyä helpottavia rakenteita. Virkistysalueita ovat mm. ulkoilupuisto, retkeilyalue tai valtion retkeilyalue. Yhteistä niille on, että virkistyskäyttö on ollut suunnittelussa tärkeä tekijä. Retkeilyreitistöjä on rakennettu viime vuosina erilaisille virkistyskäyttöön suunnitelluille alueille. Valtion retkeilyalueet ovat monipuolisia retkeilyyn ja muuhun virkistyskäyttöön tarkoitettuja alueita. Suomessa on seitsemän ulkoilulailta perustettua valtion retkeilyaluetta ja ne kaikki ovat Metsähallituksen hallinnassa. Retkeilyalueilla on monipuolinen palveluvarustus: merkittyjä polkuja, telttailualueita, laavuja ja luontokeskuksiakin.

Kansallispuistoja oli 1.3.2003 Suomessa yhteensä 35. Niiden yhteispinta-ala on noin 8 150 km². Maamme kansallispuistoja hoitaa Metsähallitus lukuun ottamatta Kolin kansallispuistoa, joka on Metsäntutkimuslaitoksen hoidossa. Uusimmat kansallispuistot ovat Repoveden – ja Leivonmäen kansallispuistot. Puistoissa on luonnonkohteita selostavia opaspaikkoja ja luontopolkuja. Muutamiiin puistoihin on rakennettu luontokeskuksia, joissa on mm. pysyviä ja vaihtuvia näyttelyitä, diaohjelmia sekä kävijöitä neuvovia oppaita. Jokaisella on oikeus liikkua kansallispuistoissa, kunhan vain noudattaa alueen järjestyssääntöjä. Kansallispuistoissa on merkittyjä polkuja, useimmissa puistoissa on retkeilijöitä varten keitto- ja telttapaikkoja. Joissakin on lisäksi leirintäalue, vuokra- tai autiotupia.

Luonnonpuistot on perustettu tieteellisiin tarkoituksiin. Ne palvelevat ensisijaisesti luonnonsuojelua ja tutkimusta sekä suojelun sallimissa rajoissa myös opetusta. Luonnonpuistot ovat pää-

osin yleisöltä suljettuja. Luonnonpuistoissa ei yleensä saa liikkua ilman kirjallista lupaa. Lupia myönnetään vain tieteellisiin tarkoituksiin. Eräissä luonnonpuistoissa saa kulkea merkityillä poluilla. <http://www.metsa.fi/luo/lsa/lptmap.htm>

Eteläinen Suomi

Eteläisen Suomen alue käsittää Uudenmaan sekä Kymenlaakson eteläisen osan. Alueen tärkein keskus on luonnollisesti Helsinki. Alueen tärkeimmät matkailuorganisaatiot ovat Helsingin kaupungin matkailutoimisto, Helsinki Expert, Suomen Eteläkärki Matkailu Oy Tammisaarella, Kymi Expert ja Kotkan matkailutoimisto Kotkassa sekä Porvoon matkailutoimisto ja Porvoo Tours Porvoossa. Aluetta markkinoidaan yhteisesti myös nimellä Kuninkaantie.

Suomenlahden rannikko melonta-alueena jakaantuu kahteen osa-alueeseen. Näitä ovat sisämaasta mereen laskevat lukuisat jokivesistöt (n. 19 kpl) sekä merenrannikko saaristoihin. Alueeseen kuuluu suurin piirtein kolme maakuntaa: Uusimaa, Itä-Uusimaa ja Kymenlaakso. Niinpä täällä toimii myös useita matkailun markkinointiorganisaatioita. Yhtenä kokonaisuutena rannikkoseutua ei markkinoida ulkomaille eikä kotimaahan. Yhteistoiminta liittyy varsinkin Kuninkaantie – matkailureittiin, jossa aktiviteeteilla ei ole pyöräilyä lukuun ottamatta painoarvoa.

Jokireittien kartoitukseen ja rantautumispaikkojen ylläpitoon on panostettu julkisen sektorin toimesta merkittävästi varsinkin Vantaanjoella ja Porvoonjoella. Reittikarttoja ja –selosteita on saatavissa ainakin suomenkielellä runsaasti ja monilla jokireiteillä on selkeät opasteet. Kokonaispituudeltaan jokireitit tarjoavat puitteet noin viikon melontaretkeen. Ne sijaitsevat alueella, jonka saavutettavuus on hyvä ja palvelutarjonta on verrattain runsasta. Lisäksi reitit sisältävät sekä kulttuurimaisemia että arvokkaita suojeltuja luonnonnähtävyyksiä. Vanhat kartanot ja ruuikit kulttuurimaisemineen ovat yksi Uudenmaan melontakohteiden erityispiirteistä, joita kannattaisi tuotteistamisessa erityisesti painottaa. Porvoonjokilaakso on luokiteltu kansallismaisemaksi. Kymijoella ja Vantaanjoella taas melonta voidaan helposti yhdistää kalastukseen. Jokiretkeilyn lisäksi edellytykset koskimelontaan ovat hyvät molemmissa kohteissa.

Suomenlahden alueella on useita suositeltavia merimelontakohteita: Sipoon, Porvoon, Pellingin sekä Tammisaaren saaristot. Suomenlahdella sijaitsee myös kaksi kansallispuistoa, jotka ovat vetovoimaisia kohteita. Näistä Itäisen Suomenlahden vähäsaarinen kansallispuisto ei ole niin paljon melojien suosiossa kuin lähellä pääkaupunkiseutua sijaitseva suojaisempi Tammisaaren saariston kansallispuisto. Kansallispuisto, suojaiset saaristoreitit ja hyvät palvelut tekevät Tammisaaren saaristosta yhden Suomen parhaista merimelontakohteista. Melonta on täällä myös

otettu huomioon saaristomatkailua kehitettäessä. Vesiretkeilykartta on kuitenkin olemassa Porkkala – Helsinki - Pellinki alueesta. Myös matkailukarttoja saaristoalueista on olemassa, samoin alue-esitteitä kieliversioineen.

Suomenlahden rannikon melonta-alueen kaupallisten palvelujen tarjonta on määrällisesti erittäin runsasta. Melontapalvelujen tarjonta jakaantuu kahteen peruskategoriaan: yksittäisille matkailijoille suunnattuihin vuokraamopalveluihin ja erityisesti yritysryhmille suunnattuihin lyhyisiin ohjattuihin täydenpalvelun retkiin. Yksilömatkailijoille suunnatuissa viikko-ohjelmissa melontaa löytyy jonkin verran, mutta ei samassa määrin kuin Pohjois-Suomessa. Alueen suurimmat ohjelmapalveluyritykset (mm. Seikkailu Oy, Elämystaikurit Oy) näyttävät keskittyneen muuta Suomea enemmän yritysasiakkaisiin mikä vähentää kiinnostusta kehittää yksilömatkailijalle sopivia melontaohjelmia. Yleisesti tuotannon kokonaismäärästä suurin osa on suunnattu kotimaanmarkkinoille ja kansainvälisen tason retkimelontatuotteita on niukasti. Alueen helposta saavutettavuudesta ja matkailupalvelujen määrästä johtuen Uusimaa on kuitenkin merkittävä melontamatkailualue.

Merimelontaa tarjotaan eniten Hangon, Helsingin, Tammisaaren ja Inkoon välisellä saaristoalueella ja se on Suomen vetovoimaisimpia merimelontakohteita. Alueen saariston suojaisuus tekee siitä helpon kohteen aloittelijoillekin. Oheispalveluja on runsaasti ja tarjolla on sekä oma-toimisia että ohjattuja retkiä. Retkelle voi lisäksi lähteä jo Helsingistä, joka tässäkin mielessä on merkittävä kaupunkimelontakohde sinänsä (pinta-alasta 2/3 vettä). Melontapalveluja rannikkoalueella tuottavia yrityksiä on runsaasti.

Vaelluksen ykköskohteeksi nousee Nuuksion kansallispuisto. Se muodostaa läntisimmän osan ns. Nuuksion järviylängöstä, joka on Uudenmaan laajin ja luonnonarvoiltaan tärkein yhtenäinen saloalue. Nuuksiossa retkiä järjestävät useat yritykset ja isoimmat ohjelmatalot pystyvät myös tarjoamaan multiaktiiviteettiohjelmaa ja kannustepaketteja. Nuuksion kansallispuistoon yhdistyy pääkaupunkiseudulta lähtevä reitti 2000. Muita lyhyempiä vaellusreittejä löytyy eri kunnista.

Etelä-Karjala ja Kymenlaakso

Tässä osassa käsitellään Etelä-Karjalan maakunta keskuksinaan Imatra ja Lappeenranta sekä Kymenlaakson pohjoinen osa. Kymenlaakson eteläinen mereen rajoittuva tarjonta on kuvattu eteläisen Suomen yhteydessä. Alueorganisaation roolia vetävät Lappeenrannan Seudun Elinkeino ja Matkailu Oy sekä Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy, joilla on paljon yhteistyötä keskenään.

Kymenlaaksoon ulottuvia melontareittejä ovat Väliväylä (113 km), Kymijärvi – Kymenkäänne (50 km) ja järvimelontareittien todellinen klassikko Savonسلän melontarengas (360 km). Kymi-joen kautta nämä reitit voidaan myös yhdistää toisiinsa ja ne tarjoavat yhteyden Saimaan ja Päijänteen vesistöalueiden kesken. Maakunnallisesti tämä vesistömatkailualue ulottuu Kymenlaakson lisäksi Etelä-Savoon ja Päijät-Hämeeseen, mikä vaikuttaa melontapalvelujen tarjontaan. Savonسلän melontarenkaasta oli olemassa täydellinen palvelut kuvaava kartasto ja reittikuvaus käännöksineen jo vuonna 1994. Kokonsa puolesta kyse on kansainvälisesti markkinoitavasta melontamatkailukohteesta. Reitti yhdistää ainutlaatuisella tavalla Vuoksen ja Kymen vesistöalueet ulottuen Päijänteen ja Repoveden kansallispuistoihin. Luonto onkin yksi reitin vetovoimaisista. Melontarenkaan saavutettavuus on hyvä ja sen ympäristöön sijoittuvien tukipalvelun määrä on kohtuullinen. Kokonaisuudessaan reitti soveltuu parhaiten pitkiin omatoimisiin melontavaeluksiin, mutta se mahdollistaa myös monipuolisten ohjattujen retkien suunnittelun reitin varrella sijaitsevia oheispalveluja hyväksikäyttäen.

Pohjois-Kymenlaakson melontapalvelujen tarjonta on monipuolista ja ohjelmapalvelujen tuotekehitykseen on selvästi panostettu mm. Elämyskymi – hankkeen kautta. Melontatarjonta koostuu erilaisista ohjatuista retkistä sekä vuokraus- ja kuljetuspalveluista, tarjolla on myös muutamia vaellusretkiä. Itsenäiseksi melontamatkailukohteeksi Repoveden kansallispuisto on liian pieni ja ohjatut täyden palvelun retket ryhmille ovatkin ainoastaan muutaman tunnin mittaisia. Nämä lyhyet retket korostuvatkin alueellisen markkinointiorganisaation Kymiexpertin tarjonnassa. Vaeltajalle tarjonta riittää muutamaksi päiväksi. Tietoa palveluista on todella helposti saatavilla jopa yksittäiselle matkailijalle myös englanniksi. Mahdollisuudet multiaktiiviteettituotteisiin (mm. vaellus ja kiipeily) ovat hyvät, samoin erilaisiin majoituspalveluihin tukeutuviin paketteihin. Repovedellä toimii useita aktiiviteettipalveluja tuottavia yrityksiä, joilla on elämysmatkoja, eräretkiä, välinevuokrausta ja kuljetuspalveluja tarjolla.

Etelä-Karjalassa on paljon retkeilyreittejä eritasoisille vaeltajille. Verkkosivuilta löytyvät ainakin seuraavat reitit: Imatran kaupunkiluontopolut, jotka tarjoavat kaupunkialueella mahdollisuuden pienimuotoiseen retkeilyyn ja luontokohteisiin tutustumiseen aivan Imatran ydinkeskustassa ja sen läheisyydessä. Ruokolahden retkeilyreitti on kahdeksikon muotoinen, joten sitä voi kulkea 18 km tai 24 km. Yöpymispaikat, selkeä viitoitus ja upeat maisemat ovat tehneet reitistä suosittua. Ruokolahden-Rautjärven retkeilyreitti alkaa Ruokolahden urheilukeskuksesta. Reitien kokonaispituus on 96 km. Reitillä varrella on hyvin varusteltuja taukopaikkoja ja polkuyhteys myös Parikkalan retkeilyreitille. Parikkalassa on sekä melonta-, retkeily- että pyöräilyreittejä. Saaren ja Uukuniemen retkeilyreitit tarjoavat useita lyhyempiä reittejä. Lappeenrannassa on myös kau

punkireitit. Ympäristökunnista löytyy lyhempiä vaellusreittejä ainakin Savitaipaleelta, Taipalsaa-resta ja Joutsenosta. Etelä-Karjalan reitit ovat toistaiseksi ainoat luokitellut reitit Suomessa.

Melojalle Etelä-Karjalassa on paljon mahdollisuuksia tarjolla. Alueena Saimaa on makean veden merimelonta-alue, jossa melonta tapahtuu kajakilla. Melontareittioppaassa on erikseen mainittu Ruokolahden melontareitistä, joka on 110 km pitkä. Reitti kulkee pääosin pitkin kapeita lahtia ja jokia.

Melontaa ja vaellusta tarjoavia yrityksiä Etelä-Karjalassa ovat muutamia. Yhteystietoja löytyy kuntien kotisivuilta sekä keskitetysti Lappeenrannan ja Imatran matkailupalveluiden sivuilta. Internet-sivuilta löytyy yhteys ainakin kymmeneen yritykseen, jotka tarjoavat melonta-, seikkailu- ja eräretkiä. Tarjonta on etsittävä yritysten sivuilta ja varsinaisia aktiviteettipaketteja ei löytynyt yhtään. Kohderyhminä ovat yritykset, kaveriporukat ja seikkailijat.

Varsinais-Suomi ja Ahvenanmaa

Alue käsittää Varsinais-Suomen maakunnan saaristoineen mukaan lukien Ahvenanmaan, koska melonta-alue jatkuu Ahvenanmaalle saakka. Alueen alueorganisaatiot ovat Turku Touring Turussa ja Ahvenanmaan turistitoimisto Maarianhaminassa.

Nimensä mukaisesti Saaristomeri on puhtaasti kajakkiretkeilyyn sopiva merimelonta-alue, joka ulottuu Hangosta Uuteenkaupunkiin ja Turusta Ahvenanmaalle. Alueeseen kuuluu suojeltu, laaja Saaristomeren kansallispuisto. Omalaatuisen saaristokulttuurinsa ja luontonsa puolesta kansallispuiston alue on vetovoimainen melontavaellusten kohde ja se on myös luokiteltu yhdeksi maamme kansallismaisemista. Saaristomeri on vaativa melontakohde, joka ei sovellu aloittelijoille. Välineeksi retkelle kelpaavat ainoastaan hyvin varustetut meri- ja retkikajakit eikä yksinmelontaa suositella alueelle ollenkaan. Saaristomerellä voi helposti suunnitella jopa 250 - 300 km:n ja yli viikon kestäviä retkiä. Sitä voi hyvin verrata Ruotsin saaristoalueisiin sekä esimerkiksi Brittiläisen Kolumbian rannikon merimelontakohteisiin. Olosuhteiden vaativuus kuitenkin rajoittaa potentiaalisten kohderyhmien määrää. Kansallispuiston alue ei ole mikään 'jokamiehen' melontakohde. Merimelontaretkiä järjestävältä yritykseltä vaaditaan erityistä ammattitaitoa (vähintään merimelontaoppaan tutkinto), joten tarjontaa ei ole runsaasti. Opastettuja pitkiä melontavaelluksia alueelle järjestetään varsinkin Uudeltamaalta käsin. Ulkomaanmarkkinoinnin kannalta 5-7 päivän melontavaellus olisi kiinnostava ja kehittämiskelpoinen tuote.

Tämän melonta-alueen potentiaalisin kansainvälinen melontakohde on Ahvenanmaa ja sitä ympäröivä saaristo. Maakunnan matkailumarkkinoinnissa melonta on selvästi arvostettu kesäaktiviteetti toisin kuin Turun saaristossa, jonka matkailuesitteissä tai verkkopalveluissa melonta ei juuri ole esillä. Olosuhteet ovat helpommat (suojainen saaristo) ja palveluita, erityisesti leirintä-alueita, on runsaasti ja yritykset ovat selvästi jo nyt orientoituneet ulkomaanmarkkinoille. Ahvenanmaasta on laadittu melojille tarkoitettu erikoiskartasto. Palvelutarjonta kattaa sekä vuokrauksen, lyhyet retket että oikeat täyden palvelun melontalomat (majoitus mökeissä ja teltoissa) sekä kiertomatkana että yhdestä majoituskohteesta käsin. Ahvenanmaalla melonta liittyy nimienomaan leirintäaluelomailuun. Tietoa on helposti saatavilla ja retkikuvaukset ovat nyt verkossa mm. saksaksi. Melontaoppaiden ja majoituspalvelujen yhteistyö on myös kehittynyttä. Vuokrauspalveluja on tarjolla koko alueella ja kuljetukset toimivat asiakkaan toiveiden mukaan. Mahdollisuudet tarjota multiaktiviteetteja ovat hyvät ja majoitusvaihtoehtoja on runsaasti. Ahvenanmaalla on useita vaelluspolkuja ja tiedot löytyvät Ahvenanmaan matkailuportaalista.

Ahvenanmaahan verrattuna Varsinais-Suomen merelle suuntautuva melontamatkailutarjonta on volyymiltaan vähäisempää. Ohjattuja retkiä merelle tarjotaan Turusta ja Paraisilta. Välinevuokraamojakin löytyy. Saaristoalueen hyvä palvelutarjonta mahdollistaisi monipuolisen tuotekehityksen.

Lounais-Suomea voi nimittää jokireittien alueeksi. Useimmat Lounais-Suomen melontareiteistä voidaan luokitella kulttuurijokimaisemareiteiksi. Suhteessa kansainvälisiin markkinoihin alueen saavutettavuus on hyvä mikä lisää sen vetovoimaisuutta. Melontakartat löytyvät ainakin Aura-joesta, Loimijoesta, Paimionjoesta ja Yläneenjoesta sekä Pyhäjärvestä. Turun edustan saaristoreitit löytyvät Melojan Sininen reitti - esitteestä ja Airiston retkeilykohteet Turku Touringin verkkopalvelusta. Koko Lounais-Suomen suurin retkeilyalue (2400 ha) löytyy Teijon vanhasta ruukkimiljööstä Perniöstä, joka on kiinnostava vaellus- ja melontakohde. Loimaan seutukunnan Vihreän Kolmion matkailualue on ottanut aktiviteetit yhdeksi kehittämiskohteekseen. Turun alueen parhaat vaellusmahdollisuudet ovat Kuhankuonon retkeilyreitistöllä, johon liittyy Suokullan reitti. Kaikkine sivuhaaroineen reitistö on yli 300 km pituinen kokonaisuus. Alue on helposti saavutettavissa Turusta, josta matkaa lähimpiin aloituspisteisiin on vain 30 km.

Tarjonnan laajuuden ja monipuolisuuden perusteella Teijon retkeilyalueella näyttäisi olevan potentiaalia ulkomaille (pätevä opastus, multiaktiviteetit, paketit Teijon majoituspalveluihin tukeutuen). Alueella toimii myös Villi Pohjola yrityspalveluineen ja vastaavaa tarjontaa on saatavilla muistakin yrityksistä.

Kanta-Häme ja Pirkanmaa

Kanta-Häme ja Pirkanmaa muodostuvat Hämeenlinnan ja Tampereen ympärivistä alueista. Alueen matkailuorganisaatiot ovat Hämeen Matkailu, Tampereen kaupungin matkailutoimisto ja Vihreä Sydän Matkailu. Myös Pirkanmaan liitto on keskeinen toimija matkailussa.

Järvi-Suomen Hämeen ja Pirkanmaan maakunnissa on useita kartoitettuja joki- ja järvimelontareittejä sekä vaellusreittejä. Vaeltajalle parhaat reitit löytyvät Helvetinjärven, Seitsemisen, Evon, Torronsuon ja Liesjärven kansallispuistojen alueelta sekä Pirkan taival ja Pirkan ura -reitistöiltä. Pienempiä vaellusreittejä on useita, esimerkiksi Birgitan polku Lempäälässä. Näiden maakuntien alueella (jatkuen osin Satakunnan puolelle) ovat mm. seuraavat melontareitit: Kymmenen joen ja järven reitti, Loimijoen reitti, Punkalaitumenjoen/Jalasjoen reitti, Sammaljoen/Sammunjoen reitti, Kyröjoen/Hiujoen reitti, Kokemäenjoen reitti, Haukkaajoen reitti, Aurejoen reitti, Keihäsjoen reitti, Helvetinjärven reitti, Hopealinja (Hämeenlinna – Tampere), Runoilijan tie (Tampere – Virrat) sekä Päijänne – Vesijäki- Mallasvesi reitti. Varsinais-Suomen ja Kanta-Hämeen rajalle sijoittuva Lounais-Hämeen melontareitti kuuluu myös osittain alueeseen. Profiililtaan melontareitit poikkeavat melkoisesti toisistaan. Toisissa on runsaasti jokiosuuksia ja vaativia koskia, toisaalta avoimet selkävedet asettavat haasteita melojien taidoille rajoittaen kohteen soveltuvuutta kaikille kohderyhmille. Kulttuuri- ja luonnonmaisemien osuudet vaihtelevat alueittain suuresti.

Koko alueen merkittävimpiä luontokohteita ovat Liesjärven (Tammela), Puurijärven ja Isosuon (Kokemäki ja Huittinen), Seitsemisen (Ikaalinen ja Kuru) ja Helvetinjärven kansallispuistot, jotka ovat kansainvälisestikin kiinnostavia kohteita. Puurijärven – Isosuon kansallispuiston ympäristöön on syntynyt lintu- ja melontaretkiä tarjoava yritysverkosto, johon kuuluu neljä yritystä. Tarjonta sisältää multiaktiiviteettiohjelmia, opastettuja retkiä, vuokrausta ja majoituspalveluja. Tavalliseen tapaan on kyse lyhytohjelmista ryhmille. Liesjärven kansallispuistoon järjestetään päivän melontaretkiä Helsingistä, Tampereelta ja Turusta. Nämä on suunnattu myös ulkomaille matkailijoille. Melontaretkiä voidaan myös järjestää Helvetinjärven kansallispuiston rotkojärvien reitillä. Seitsemisen soveltuu paremmin vaeltamiseen samoin kuin Evon retkeilyalue Lammilla. Melontaretkiä järjestetään myös Keski-Suomessa Kuhmoisissa sijaitsevaan Isojärven kansallispuistoon.

Kansallispuistojen ohella melontapalvelujen tarjonta on keskittynyt muutaman tärkeimmän matkailualueen ja -keskuksen yhteyteen. Sellaisia ovat Vammalan Ellivuoren lomakeskus, Jämin

matkailukeskus ja Ikaalisten kylpylä sekä tietysti vesistöjen keskellä sijaitseva Tampere. Monet ohjelmapalveluyritykset toimivat useiden palvelukeskittymien yhteydessä. Matkailuyritysten verkostoituminen on edennyt pisimmälle keskeisimmillä matkailualueilla. Satakunnan ja Pirkanmaan reittiportaalista löytyy melontaa ja vaellusta tarjoavia yrityksiä. Pohjois-Satakunnan ja Hämeenkaan seudulla toimii myös varsin kehittynyt palveluverkosto Reima Country, jonka kautta Jämin ja Ikaalisten lomakeskusten ympäristöön sijoittuvat multiaktiiviteettiohjelmat ovat mahdollisia. Muita vastaavia palveluverkostoja ovat luontomatkailualue Vihreä Sydän Tampereelta pohjoiseen, Luoteis-Pirkanmaan palveluverkosto sekä Lopen vapaa-aikavyöhyke Kanta-Hämeessä.

Keski-Suomi ja Päijät-Häme

Keski-Suomen tärkeimpiä keskittymiä ovat Jyväskylä, eteläosassa Jämsän Himoksen matkailukeskus, pohjoisessa Keski-Suomessa Saarijärven seutu ja lännessä Keuruu ympäristöineen. Keski-Suomessa on useita matkailuorganisaatioita sekä useita myyjiä, mm. Jyväskylään Oy, Saarijärven seudun matkailu, Keuruun matkailu Oy, Himoslomat Oy sekä Jämsän seutukunnan kehitys Oy. Keski-Suomen osiossa käsitellään Päijänne kokonaisuudessaan, koska melontaluueen jako Hämeen ja Keski-Suomen kesken on ongelmallista.

Keski-Suomi järvineen ja kansallispuistoineen tarjoaa monipuoliset mahdollisuudet melonta- ja vaellusaktiiviteeteille. Melonnan osalta on tarjolla sekä järvi- että jokireittejä. Pohjoisessa Keski-Suomessa on myös koskimelontaa. Tyypillisenä Kymijoen vesistöalueen suurjärvenä Päijänne ei muodosta mitään omaa melontareittiä. Järven laajat avoimet selkävedet soveltuvat parhaiten kokeneille kajakkimelojille, mikä rajoittaa melontatuotteiden kehittelyä. Pääosa seudun yrityksistä kuitenkin tarjoaa aloittelijoille sopivaa avokanoottimelontaa suojaisilla reiteillä. Matkailullisesti voidaan erottaa toisistaan Päijät-Häme Etelä-Päijänteellä (Juotavan hyvä Päijänne-teema, keskuksena Lahti) ja Keski-Suomen seutu Pohjois-Päijänteellä (keskuksena Jyväskylä). Melontoppaassa mainitaan kuitenkin useita Päijänteeseen yhtyviä mielenkiintoisia reittejä. Näitä ovat Päijänne – Saimaa (160 km), Päijänne – Vesijako – Mallasvesi reitit, Wanhan Witosen melontareitti (58 km) sekä Savonelan melontarengas. Päijänteen ohella ohjattujen retkien kohde on jokimelontaan sopiva Tainionvirta (Sysmä – Hartola) ja Jääsjärvi Joutsassa. Päijät-Hämeen alueella ei ole pitkiä vaellusreittejä.

Päijänteen kansallispuiston opastus ja palvelut keskittyvät Padasjoelle (Kelvennetupa) ja Asikkalaan (Päijännetalo). Padasjoelta löytyy sekä ohjattuja retkiä ja välinevuokrausta. Lahden alueella toimii seudun verkkopalvelun mukaan 22 ohjelmapalveluyritystä, joista yksikään ei ole

erikoistunut melonta- tai vaellustuotteisiin. Vuokraamoja Lahdessa on neljä, joista kahta hoitaa melontaseura Vesisamoilijat ry (Kahvisaari, Joutjärven melontakeskus). Ohjattuja melontaretkiä tarjoaa muutenkin melontapalveluihin erikoistunut Liikuntakeskus Pajulahti (Nastola). Messilän matkailukeskuksessa Vesijärven rannalla on sekä ohjattuja retkiä että välinevuokrausta.

Sysmässä ohjattuja melontapalveluja ja välinevuokrausta tarjoaa kolme yritystä. Ne järjestävät myös muita aktiviteetteja. Tämä mahdollistaa myös multiaktiviteettien tarjonnan alueella. Lomakeskuksista merkittävin on Hotelli Joutsenlampi Jääsjärven rannalla. Sen yhteydessä toimii yritys, joka tarjoaa välinevuokrausta ja ohjelmapalveluja sekä retkinä että viikko-ohjelmana. Heinolassa toimii seikkailukeskus, joka tuottaa sekä ohjattuja retkiä että vuokrauspalveluja.

Päijänteen länsipuolella vastaavanlainen melontapalvelujen keskittymä löytyy Wanhan Witosen melontareitin alueelta Jämsästä. Reitti sivuaa Himoksen matkailukeskusta ja reittiä myös markkinoidaan osana keskuksen kesäpalveluja. Melontapalvelujen tarjontaan erikoistuneet yritykset vuokraavat kalustoa, järjestävät kuljetuksia sekä toteuttavat tilauksesta ohjattuja retkiä. Päijänteen pohjoispäässä, Jyväskylän seudulla melontapalveluja tarjotaan eniten itse pääjärven ulkopuolisille reiteille. Päijänteelle suuntautuvia ohjattuja ja omatoimisia retkiä järjestää Tuomiojärven leirintäalueen yhteydessä toimiva yritys. Kyse on ammattitaitoisesta erikoisyrittäjästä, jonka tarjonta on selvästi suunnattu myös ulkomaanmarkkinoille. Jopa pidempiäkin vaelluksia voidaan toteuttaa asiakkaan toiveiden mukaan. Seudun muut melontayritykset ovat keskittyneet Keski-Suomen pohjoisten järvireittien palvelemiseen.

Melontareittiopas kuvaa pohjoisesta Keski-Suomesta seuraavat seitsemän kartoitettua melontareittiä: Saarijärven koskireitti, Seitsemän järven reitti, Kivijärvi – Viitasaari reitti, Rautalammin reitti ja Viitasaari – Suonenjoki reitti. Reitit eivät täälläkään ole luonnontilaisia ja niinpä maitse kierrettäviä säännöstelypatoja ja voimalaitoksia löytyy tavan takaa järviä yhdistäviltä jokiosuukilta. Keski-Suomen reiteille tyypilliset lukuisat kosket asettavat omat vaatimuksensa käytettävälle kalustolle ja melojien taidoille. Kaikkia koskia ei voi myöskään laskea. Koskenlaskuretket kumilautoilla ja kanooteilla ovat yksi seudun ohjelmapalveluyritysten standardituotteista. Puhdasoppisia järvimelontakohteitakin löytyy. Päijänteen ja Keiteleen välinen vesireitti on kuitenkin kanavoitu veneilijöiden käyttöön (Rautalammin reitti, Keitele – Niinivesi) ja se soveltuu siksi hyvin retkeilyyn järvikanooteilla ja retkikajakeillakin.

Ohjelmapalveluyritykset ovat lähinnä keskittyneet erilaisten koskenlaskuohjelmien tuottamiseen. Tämä näyttääkin olevan ominaista koko pohjoiselle Keski-Suomelle melontakohteena. Vuonna

2001 valmistuneessa Kolima – Keitele – Kivijärvi – vesiretkeilykartastossa mainitaan kolme melontayritystä, joista yksi on yhdistys. Melontaa ohjelmapalveluna Keski-Suomen reiteillä tarjoaa ainakin seitsemän yritystä, joista osa on yksittäisiä oppaita. Vuokrauspalveluja saa lisäksi useista lomakylistä ja leirintäalueilta. Lyhyet melontaretket järville tai jokireiteille kuuluvat Keski-Suomessakin lähes kaikkien vesireitin varrella sijaitsevien lomakeskusten ohjelmapalveluihin. Pakettien sisältö on suurin piirtein sama kuin muuallakin ja multiaktiiviteettiohjelmat ovat mahdollisia keskusten majoituspalveluihin tukeutuen. Lomakeskukset voivat myös toimia kannustematkojen kohteina. Ohjelmia välittävät paikalliset matkanjärjestäjät.

Vaeltajalle Keski-Suomessa on tarjolla lyhyitä retkeilyreittejä Leivonmäen kansallispuiston alueella ja Jämsän seudulla. Pohjoisessa Keski-Suomessa vaellusta on tarjolla matkailukeskusten ympärillä (Lomakouhero, Summassaari, Piispala) lähinnä lyhyinä retkinä. Pyhä-Häkin kansallispuisto on vaikeasti saavutettavissa eikä sen ympäristössä ei ole palveluita. Pohjoisessa Keski-Suomessa olisi mahdollista tuotteistaa multiaktiiviteettipaketteja, jotka koostuvat eri aktiviteettimoduleista.

Itä-Suomi

Itä-Suomen alueen muodostavat Lappeenranta/Imatran, Savonlinna/Mikkelin, Kuopio/Iisalmen ja Joensuun kaupunkien ympärille muodostuneet matkailualueet ja -keskittymät. Alueella ovat Pohjois-Karjalan, Pohjois-Savon ja Etelä-Savon maakunnat. Pohjois-Karjalassa toimii alueorganisaationa Karelia Expert Matkailupalvelu ja Pohjois-Savossa Travel House. Niiden lisäksi alueella toimivat Savonlinnan, Kuopion ja Mikkelin Matkailupalvelut, Ylä-Savon Matkailu sekä Lappeenrannassa ja Imatralla matkailutoimistot. Itä-Suomessa toimii myös suuraluehanke The Thousand Lakes. Myös FinFun Oy:llä on toimintaa Saimaan alueella, jossa Saimaan Matkailu ry on liittynyt siihen.

Itä-Suomen retkeilykohteet muodostuvat Koloveden, Linnansaaren, Patvinsuon, Petkeljärven ja Tiilikan kansallispuistoista, Pihlajaveden ja Ruunaan retkeilyalueista sekä Talaskankaan ja Telkämäen luonnonsuojelualueista. Alueella on myös paljon hyvin merkittyjä vaellusreittejä muutamista kilometreistä useisiin satoihin kilometreihin ja uusia suunnitellaan ja rakennetaan jatkuvasti. Alueen vesistöt kuuluvat Vuoksen vesistöalueeseen, joka on laaja alue kaikkein järvisintä Suomea. Alueella on valtavasti, yli 10 000, eri kokoista ja luonteeltaan erilaista järveä. Suomen suurin järvi, Saimaa, sisältyy alueeseen. Luontaisesti alueella on paljon karuja ja keskiravinteisia järviä, mutta siellä on myös reheviä järviä ja järven osia. Alueella sijaitsevat Järviluontokeskus, Nestorin, Ukon sekä Ruunaan luontokeskukset.

Joensuun ympäristössä on upeat mahdollisuudet sekä melonta- että vaellusretkeilyyn. Pielisen vesistö, jonka keskusjärvi on Pielinen, kuuluu osana suureen Vuoksen vesistöön. Pielinen on Suomen viidenneksi suurin järvi, sen pinta-ala on 868 km² (Saimaa 1147km², Inarinjärvi 1102 km², Päijänne 1054 km², ja Oulujärvi 893 km², ovat pinta-alaltaan suurempia). Pieliseen yhtyy sen pohjoispäässä Saramojoen sekä Neitivirran melontareitit. Pohjoispäässä kiertää kaksi Karjalan Kierroksen polkua, jotka liittyvät Kainuun puolella sijaitsevaan Hiidenportin kansallispuistoon. Pielisen ympärillä on useita retkeilyalueita. Länsirannalla sijaitsee Kolin kansallispuisto. Näkymät Kolilta tunnetaan yhtenä Suomen kauneimmista ja Koli on valittu yhdeksi Suomen kansallismaisemista. Alueelle ei ole liittymäkuljetuksia, kesäisin Pielisellä liikennöi autolautta. Joensuun-Kolin välillä liikennöi tilauksesta edullinen kimpptaksi. Kolilla on 70 km polkuja, 20 km latuja sekä tupia ja tulipaikkoja.

Itärajan tuntumassa sijaitsevat Ruunan retkeilyalue, Patvinsuon ja Petkeljärven kansallispuistot. Ruunaan retkeilyalue on pohjoisimpana, Lieksassa. Yli puolet suojelualueesta on rajavyöhykettä, jolla liikkuminen ilman erillistä lupaa on kielletty. Lieksanjoen melontareitillä on sekä joki- että järvisuusia sekä Ruunaan vaativat, vapaana virtaavat kosket. Alueeseen liittyy Jongunjoen melontareitti. Merkittyjä retkeilypolkuja on noin 50 km, joista osa hyvinkin lyhyitä. Reitit liittyvät Karhunpolkuun ja maakunnalliseen Karjalan Kierrokseen. Ruunaalle ei pääse julkisilla kulkuvälineillä. Patvinsuon kansallispuisto sijaitsee Lieksan ja Ilomantsin kuntien alueella ja sen pinta-ala on 105 km². Patvinsuo on kansainvälisesti merkittävä suoluonnon suojelu- ja tutkimusalue, jossa on myös vanhoja metsiä ja kauniita vesistöjä. Se kuuluu UNESCO:n vuonna 1992 perustamaan Pohjois-Karjalan biosfäärialueeseen, johon Petkeljärvin kuuluu. Alue soveltuu parhaiten päiväretkeilyyn. Puiston suosituin retkeilyreitti on 15 km:n pituinen polku ja kaiken kaikkiaan alueella on 80 km merkittyjä polkuja. Linja-autolla pääsee 15 km:n päähän. Petkeljärven kansallispuisto sijaitsee Ilomantsissa ja on pinta-alaltaan 6 km². Petkeljärven kansallispuisto edustaa Raja-Karjalan harjujen, järvien ja karujen metsien luontoa. Puisto soveltuu lyhyisiin, muutaman tunnin mittaisiin polkuretkelyihin. Siellä on alueen luonnon erikoisuuksia esittelevä Kuikan Kierros –luontopolku (6,5 km) sekä puistosta alkava retkeilyreitti Taitajan taival (35 km).

Ilomantsin alueen melontareittejä ovat Koitajoki-Koitere, joka seurailee osin retkeilyreitti Taitajan Taivalta, ja Haapajoki. Koitajoki-Koitere on pääosin rauhallista erämaan järvi- ja jokireittiä ja jokea pitkin on mahdollisuus meloa Venäjän puolelle. Koitereelta ja Koitajoesta on molemmista vesistömatkailukartta. Haapajokea pitkin voi meloa Koitereelle. Joki on suhteellisen helppo,

mutta vähän veden aikaan kivinen. Tuupovaarassa on Jänisjoen reitti, jolla on pituutta 85 km. Reitillä on sekä joki- että järvisuusia.

Karjalan Kierrokseen kuuluu 11 merkittyä ja kartoitettua patikkareittiä. Niiden pituudet vaihtelevat kymmenestä kilometristä yli 200 kilometriin. Pielisen itä- ja länsipuolen reitit ovat yhteydessä toisiinsa ja niiden yhteispituus on noin tuhat kilometriä. Patikkareitteihin nivoutuu viisi 20-100 kilometrin pyöräilyreittiä ja yhdeksän 30-200 kilometrin melontareittiä. Karjalan kierros yhdistää toisiinsa alueen sekä useita muita erilaisia suojelualueita. Reitistön läheisessä vaikutuspiirissä ovat Koloveden kansallispuisto Etelä-Savossa ja Tiilikan kansallispuisto Pohjois-Savossa. Osa reiteistä jatkuu suoraan Kainuuseen. Maastoon reitit on merkitty Karjalan Kierroksen kettutunnuksilla ja niistä on tehty kartat ja reittiselosteet, joissa kuvataan kutakin reittiä, sen erikoisuuksia, seudun historiaa ja kulttuuria.

Koloveden kansallispuisto sijaitsee Enonkosken, Savonrannan ja Heinäveden kuntien alueella ja on pinta-alaltaan 23 km². Kolovesi on alueena ainutlaatuinen ja siellä on hyvin hoidettu melontareitti. Koloveden kapasiteetti on kuitenkin varsin rajallinen. Alue soveltuu parhaiten soutuvene- tai kanoottiretkeilyyn, palvelut on mitoitettu lähinnä päiväkäyntejä ajatellen. Alue on saatavissa omin toimin. Alueella on yksi melontapalveluja järjestävä yritys.

Pohjois-Karjalassa on opastus- ja neuvontapalveluita tarjoavat Ruunaan luontokeskus ja Kolilla sijaitseva opastuskeskus Ukko. Karelia Expertin internetsivuilta löytyy yhteys lähes 20 ohjelmapalveluyritykseen, jotka tarjoavat melonta-, vaellus-, pyöräily- ja seikkailuretkiä luonnossa. Valtimon, Nurmeksen ja Lieksan alueella toimii niistä ainakin yhdeksän. Ruunaan alueella toimivat tarjoavat seikkailu- ja elämyspaketteja lähinnä yrityksille.

Ilomantsin alueella toimii vähemmän yrityksiä, internetistä löytyy kolme. Ainoastaan yhden tarjonta on laajaa ja sisältää sekä melontaa että vaellusta. Pielisen itäpuolella Outokummun alueella on yhdessä yrityksessä aktiviteettitarjontaa omatoimiselle matkailijalle sisältäen sekä vaellusta että melontaa. Joensuun alueella toimii yritys, joka tarjoaa vaellus-, maastopyörä-, melonta- ja seikkailupaketteja lähinnä yrityksille. Muita yksittäisiä ohjelmapalveluyrityksiä on Heinävedellä ja Tohmajärvellä, joilla on seikkailu- ja melontapaketteja. Huhmarin lomakeskuksen yhteydessä on lisäksi viikko-ohjelmassa erilaisia aktiviteettipalveluita.

Tiilikan kansallispuisto sijaitsee Rautavaaran ja Sotkamon alueella ja on pinta-alaltaan 34 km². Kansallispuisto soveltuu päiväretkeilyyn. Tiilikan ongelmana on sekä majoitus- että oheis- ja

ohjelmapalvelujen puute. Tiilikassa on myös melontareitti (Tiilikka-Älänne), jonka rakentaminen on vielä kesken ja joka sopii parhaiten omatoimiselle matkailijalle.

Pohjois-Savon alueella pitkämatkaista (2 - 6 vrk) vaellusta palvelevat parhaiten Lapinlahdella oleva Paavon Polku (140 km), Sonkajärvellä sijaitseva Volokin polku (28 km) ja Vieremällä sijaitseva Aarnikotkan polku (32 km). Paavon polku ja Volokin polku ovat hyvin viitoitettuja ja varusteltuja. Paavon polun varrelle jää useita näköalapaikkoja sekä tunnettu Väisälänmäen kulttuurimaisema. Aarnikotkan polun varustelutaso on hivenen heikompi, mutta useimmille vaeltajille täysin riittävä. Volokin Polku on asumattomien seutujen halki kulkeva erämaareitti edustavimmillaan. Se sopii osin myös maastopyöräilyyn. Sonkajärven, Vieremän ja Vuolijoen kuntien alueella sijaitsee Talaskankaan luonnonsuojelualue, jossa on helppokulkuisia polkuja yhteensä 12 km.

Iisalmen, Kiuruveden ja Vieremän ympäristöön on rakennettu joukko ratsastusreittejä, jotka soveltuvat myös maastopyöräilyyn ja patikointiin. Reitit tukeutuvat alueen ratsastustalleihin ja majoitusta tarjoaviin maalaistaloihin. Reitistöstä on valmistunut Koljonvirran kierroksen nimellä kulkeva rengasreitti, joka kulkee pieniä kylä- ja kärryteitä sekä vanhoja polkuja pitkin ja sen pituus on 24 km. Alueella on kehitetty paljon kulttuurimatkailua ja vaellus- ja melontareitit on jo linkitetty kulttuurikohteisiin. Alueella on Juhani Ahon melontareitti, jolla on pituutta 35 km. Reitin varrella on palveluita ja nähtävyyksiä ja Pohjois-Savon melontamatkailun kehittämisohjelmassa se on luokiteltu kulttuurimelontareitiksi. Alueella on myös rauhallisia pyörämatkailuun soveltuvia reittejä.

Tahkon alue on merkittävä matkailukeskittymä, jolla on runsaasti eritasoisia vaellus-, maastopyöräily- ja ratsastusreittejä, jotka mahdollistavat eripituiset päiväretket ja. Tahkon läheisyydessä on Koillis-Savo, jonka alueella on panostettu retkeilyreitteihin. Koillis-Savon retkeilyreittejä on Tahko-Nilsin välillä, jonka pituus on n. 40 km ja joka on osittain vaikea. Kaavin kunnassa ovat Vaikkojoen retkeilyreitit, joilla on pituutta yhteensä 32 km. Reitit ovat helpohkoja ja kulkevat osin Vaikkojoen vartta pitkin. Kaavilla on Telkkämäen luonnonsuojelualue, joka on pinta-alaltaan vain 1 km². Telkkämäki on kaskiperinnetila, ja tiettävästi ainoa lajissaan pohjoismaissa ja ehkäpä koko Euroopassa. Maisemaltaan Telkkämäki muistuttaa 1800-1900 -luvun vaihteen suomalaista metsämaisemaa.

Vesannon ulkoilureitistö kuuluu osana Sisä-Savon kuntakeskuksia yhdistävään ulkoilureitistöön, jolla on mittaa noin 330 km. Rakennettua reittiä on 52 km, lisäksi reittiä on suunnitteilla n. 175

km. Suunniteltu reitti kulkee Niinivedenpään, Tervon, Karttulan ja Pihkaanmäen kautta Suonenjoelle. Reitille sopivat käyttömuodot ovat patikointi, maastopyöräily, ratsastus ja hiihto.

Pohjois-Savossa varsinaisia melontareittejä on tällä hetkellä vasta muutamia: Vaikkojoki, Matkusjoki, Nurmijoki, Rautalammin reitti ja Soisalon kierros ovat näistä ehkä tunnetuimmat. Melonta perustuu vielä paljolti jokamiehenoikeudella tapahtuvaan villiin rantautumiseen. Kuopion alueella on melontaa palvelevia oheispalveluja ja tuotteita. Vesistöjen ja luonnon lisäksi siellä on tarjolla myös kaupunkialueen palveluja. Koillis-Savon seutukunnassa korostuu lähellä olevan Tahkon vetovoimaisuus sekä runsaista vesistöistä erityisesti Vaikkojoki. Parhaimmat melontareitit aktiviteettiasiakkaita ajatellen ovat Kuopio-Tahko, Tahko-Nilsiä, Vaikkojoki, Juhani Ahon – reitti, Riistaveden reitti ja Kalakukon kierto. Kuopio-Tahko yhdistää Pohjois-Savon kaksi suosituinta matkailukeskittymää. Se on helppo reitti ja hyvät palvelut mahdollistavat monenlaisen tuotteistamisen. Tahko-Nilsiä tukee Tahkon kesätoimintaa ja hyödyntää Kuopio-Tahko -reitin rantautumispaikkoja. Juhani Ahon reitin varrella on paljon palveluja ja nähtävyyksiä, joita helppo kulttuurimelontareitti voi linkittää. Riistaveden reitillä luonnon vetovoima on erinomainen, se on helposti saavutettavissa ja reitin varrella on viisi melontayritystä. Kalakukon kierto on hyvin saavutettavissa ja sen ympäristössä on kaksi suurta melontayritystä.

Pohjois-Savosta löytyy kuutisenkymmentä aktiviteettimatkailua tukevaa yritystä, joihin sisältyy majoitus- ja ravitsemuspalvelujen tuottajia, välinevuokraajia sekä ohjelmapalvelun järjestäjiä. Melontaretkien järjestäjiä on hieman yli 20 koko maakunnan alueelta. Näistä osa tarjoaa lähinnä vuokraus- ja oheispalveluja. Ohjattuja melontaretkiä järjestetään hyvin vähän, vaikka alueelta löytyy melontaoppaita. Pohjois-Savon melontatuotteita tarjoavien yritysten kapasiteetti on pääosin hyvin pieni ja muutamalla riittää kalustoa yli 50 henkilön ryhmien palvelemiseen. Useilla yrityksillä kapasiteetti riittää 10-30 henkilölle. Suurimmat yritykset/ yritysverkostot sijaitsevat Kuopion ja Ylä-Savon seuduilla.

Kaavin ympäristössä on ainakin kaksi yritystä, jotka tarjoavat erilaisia pyörämatkailutuotteita. Yhdellä yrityksistä on pitkät perinteet pyörämatkailun tuotteistamisessa ja markkinoinnissa. Yrityksillä on lisäksi eräretkiä ja ainakin toisella koskenlaskuretkiä. Nilsiässä on Tahkovuoren yhteyteen kasvanut joukko aktiviteetteja tarjoavia yrityksiä ja ainakin yhdellä on tarjolla maastopyörävuokrausta ja ohjattuja pyöräretkiä muutaman tunnin retkistä usean päivän kierrokseen. Rautavaaralla toimii yksi yritys, joka tarjoaa vaellusta, melontaa ja maastopyöräilyä. Kuopiossa on useita melontapalveluja tarjoavia yrityksiä. Kaikkien tarjonta on suunnattu pääosin yrityksille ja yhteisöille.

Savonlinnassa ja sen lähistöllä on useita upeita melontareittejä. Norppareitti on Suomen pisimpiä vesiretkeilyreittejä, joka yhdistää toisiinsa Heinäveden, Enonkosken, Savonrannan ja Kerimäen kunnat. Reitti on 541 km pitkä ja siitä 455 km on järvireittiä. Koloveden kansallispuisto kuuluu reittiin ja Linnansaaren kansallispuisto on ihan tuntumassa. Linnansaarella, Kolovedellä, Pihlajavedellä ja Joutenvedellä on hyvät melontamahdollisuudet palveluidenkin takia. Oravareitti on Juvan ja Sulkavan välinen perhemelontaan sopiva kanoottireitti. Samalla se on Suomen ensimmäinen biologisesti tutkittu, maastoon merkitty vesiluontopolku. Reitin pituus on noin 52 km.

Parhainta järviluontoa edustavat Linnansaaren kansallispuisto ja Savonlinnan keskustan eteläpuolelle jäävä Pihlajaveden retkeilyalue. Linnansaari sijaitsee Rantasalmen, Savonlinnan ja Kangaslammen kuntien alueella ja on pinta-alaltaan 36 km². Lähin linja-autoyhteys on Rantasalmelle. Linnansaareen on kesäisin reittiliikenne. Pääsaarella sijaitsee viitoitettuja retkeilypolkuja (7km ja 5,5 km) sekä luontopolku (2km). Pihlajavesi on halkaisijaltaan liki 20 km leveä ja se on yksi saimaannorpan esiintymisen ydinalueita. Alue on tarkoitettu lähinnä vesiretkeilijöille.

Järviluonnonkeskus sijaitsee Rantasalmella. Keskuksesta on noin 7 km:n matka Porosalmelle, josta on kesäisin päivittäinen laivayhteys Linnansaaren kansallispuiston pääsaarelle. Saimaan luontokeskus Nestori sijaitsee Savonlinnassa. Savonlinnan Matkailupalvelun internet-sivuilta löytyy Ohjelmapalvelut –valikosta 52 yrityksen, yhteisön, reitin tai alueen tiedot. Tiedot vaihtelevat yhteystiedoista reitin kuvaukseen. Joukossa on 19 yritystä, jotka tarjoavat aktiviteettipalveluja ja niistä 14 melonta- ja 11 vaelluspalveluja. Varsinkin pelkkään melontaan keskittyneistä yrityksistä löytyy tarjontaa aktiviteettiasiakkaalle. Nämä yritykset ovat keskittyneet Savonlinnaan, Sulkavalle, Norppareitin varrella ja Rantasalmelle.

Mikkelin ympäristössä on runsaasti, useita satoja kilometrejä, sekä järvi- että jokimelontareittejä. Melontaopas luettelee Luonterin kierrokset, Naarajoki-Kyyvesi-Puulavesi –reitit ja Virtasalmen Majava –reitin koko Puula-Kyyveden järviretkeilyalueen lisäksi. Paikallisten melontayritysten sivuilta löytyvät samat reitit. Haukivuori-Virtasalmi-Jäppilä-Joroinen –melontareitti lähtee Haukivuorelta Kangasjärveltä. Kangasjärveltä reitti jatkuu pitkin hitaasti virtaavaa Rakkineenjokea Haapajärvelle. Reitti yhtyy Haapajärvellä Kirjoniemen päässä Majavareittiin, joka jatkuu Virtasalmelle saakka. Lisäksi Lietvedellä ja Puumalan alueella on Veskansan melonta-, vene-, pyöräily- ja ulkoilureitit (Mikkeli, Puumala, Ristiina). Mikkelin seudun vaellusreitit ovat tarkoitettuja lyhyempiin vaelluksiin ja ne ovat lähinnä kuntakohtaisia. Pituudeltaan ne vaihtelevat

muutamasta kilometristä muutamaan kymmeneen kilometriin. Vaellusreittejä on mm. Hauki-vuorella, Puumalassa ja Kangasniemellä ja Neitvuoren ympäristössä. Mikkelin Matkailupalvelun sivuilta löytyy retkeilyreittejä kaikkien kuntien alueelta 30 kpl. Reitit käsittävät sekä melonta-että vaellusreittejä.

Ohjelmapalveluja löytyy melonta -hakusanalla 19 kpl ja pyöräily -hakusanalla 8 kpl. Näistä osa on melonta- ja retkeilyalueita. Yksittäisille aktiviteettiasiakkaille suunnattuja paketteja tekevät jo muutamat yritykset. Osalla on sekä pyöräily-, melonta- että vaelluspakettejakin ja osalla vain melontaa.

Länsi-Suomi

Länsi-Suomen alue muodostuu FinWest matkailualueesta. Alueen suurimpia keskuksia ovat rannikon kaupungit Pori, Vaasa ja Oulu sekä Kalajoen matkailualue. Alueen matkailuorganisaatiot ovat Satakunta Tourist Porissa, Pohjanmaan matkailu ry Vaasassa, Etelä-Pohjanmaan matkailu Oy Seinäjoella, Kokkolan matkailu Oy Kokkolassa, Kalajoki Matkailu Kalajoella ja Oulun kaupungin matkailutoimisto Oulussa. Maakuntina Läntisen Suomen alue käsittää Satakunnan, Pohjanmaan, Etelä-Pohjanmaan, Keski-Pohjanmaan ja Pohjois-Pohjanmaan.

Porin seudun retkeilyreitistö koostuu yli 200 km:n pituisena viidestä eri reitistä. Reitit suuntautuvat niin meren rantaan kuin sisämaahan ja jokilaaksoon. Retkikeskus Sataseitti on Porin seudun kuntien yhteinen luontomatkailun palvelukeskus, jonka toiminnassa on mukana useita kuntia ja kaupunkeja. Satakunnassa sijaitsee myös erityisesti monipuolisesta linnustostaan tunnettu Ronkasuo-Puurijärven kansallispuisto. Alueella on retkeilyreittejä sekä vaeltajille että melojille, samoin ohjelmapalveluita tarjoavia yrityksiä. Melonta-alueena Satakunta jakaantuu kahtia. Rannikon puoleiset osat kuuluvat Pohjanlahden rannikon jokialueeseen ja sisämaa taas Järvi-Suomen järvi- ja jokireittien alueeseen. Kokemäenjoen vesistöalue mahdollistaa periaatteessa jopa pitkät jokivaellukset. Alueet sijaitsevat lähellä taajamia, mutta varsinaisesti vaellusalueille ei pääse yleisillä kulkuvälineillä. Majoituspalvelut löytyvät lähialueelta ja alueella on ohjelmapalveluyrittäjiä.

Satakunnan ja Etelä-Pohjanmaan rajalla sijaitsee Lauhanvuoren kansallispuisto. Pohjanmaan tasaisesta maastosta yksinään kohoava Lauhanvuori tunnetaan karuista mäntykankaista ja lähdepuroista, soista ja geologiasta. Kauhaneva - Pohjankankaan kansallispuisto koostuu useista hajallaan olevista maa-alueista, joista suurimmat ovat Kauhanevan suoalue ja osa Pohjankankaan harjuksoja. Lauhavuorella ja lähialueella on tarjolla majoitus- ja opaspalveluita. Keskus

paikkoina toimivat Luontokeskus Lauhansarvi sekä Muurahaisen luontotupa, jotka tarjoavat majoitus- ja opastuspalveluita. Alueella toimii myös majoitusta ja opastuspalveluita tarjoava pieni yritys. Alueelle ei pääse yleisillä kulkuneuvoilla. Lähimpiin kaupunkeihin, joihin on juna- tai lentoyhteys on matkaa noin 100 km.

Melonta-aktiviteetteja tarjoavia ohjelmapalveluyrityksiä Pohjanmaalla on erityisen vähän, mikä jo sinänsä vähentää maakunnan vetovoimaa melontamatkailukohteena. Periaatteessa jokireitit mahdollistaisivat täälläkin pitkät yli 100 km:n vaellukset ja lukuisat kosket, esim. Lestijoella yli 50 kpl, toisivat retkiin seikkailun makua. Melontamatkailualueena Etelä- ja Keski-Pohjanmaa jakautuu kahteen osa-alueeseen. Melontamatkailupalvelujen tarjontaa löytyy erityisesti rannikolta ja Merenkurkun alueelta. Ohjelmapalveluyritysten tuotannossa melonta on yksi moduli ja erilaiset multiaktiviteettipaketit ovat mahdollisia. Opastuspalveluja on saatavana myös erikseen. Vaelluksen ja melonnan yhdistäminen onnistuu esim. Raippaluodossa ja Västerössä. Vaasassa toimii Terranova - opastuskeskus, joka kertoo mm. maankohoamisilmiöstä.

Sisämaan tarjonta on rakenteeltaan jokseenkin samanlaista kuin rannikolla, mutta se painottuu lähes yksinomaan avokanoottimelontaan joki- ja järvikohteissa. Melontaa löytyy varsinkin maa-seutumajoituspalvelujen oheistuotteena eikä alan erikoisyrityksiä ole monta. Sisämaan melontamahdollisuudet keskittyvät Ähtärinjärven ja Lappajärven alueelle. Retkeilijälle on tarjolla Kuusiokunnissa vaellusreittejä ja reittien kehittämistyö on käynnissä. Alueella on muutama hyvin toimiva ohjelmapalveluyritys, joilla on muutaman tunnin vaellusretkiä.

Salamajärven kansallispuisto sijaitsee Suomenselän vedenjakaja-alueella. Karuhkoille takamaille on jäänyt eteläisessä Suomessa varsin mittava ja edustava suo- ja metsäerämaa. Suurin osa puiston 60 km²:n pinta-alasta on suota. Kansallispuisto yhdistyy Peuran Polun reitistöön, joka sijaitsee noin 130 km Kokkolasta kaakkoon. Majoituspalveluita on tarjolla vähäisessä määrin lähikunnissa.

Suomen melontaoppaassa maakunnan alueella on seuraavat jokireitit: Pyhäjoen melontareitti (85 km), Kiiminkijoen melontareitti (170 km), Iijoen – Livojen melontareitti (120 km) sekä Simojen jokireitti (173 km). Pohjois-Pohjanmaalla metsäiset, asumattomat luonnonmaisemat alkavat jo profiloitua reittejä luontomatkailukohteiksi ja lähiseuduilta löytyy usein laajoja luonnon-suojelualueitakin. Luonto onkin Pohjois-Pohjanmaan jokireittien pääasiallinen vetovoimatekijä ja melontamatkailu on täällä selvästi jo osa luontomatkailua. Täälläkin julkinen sektori on panostanut luontorakenteiden, karttojen ja reittikuvausten tuottamiseen merkittävästi. Pohjois-

Pohjanmaan reiteistä Kiiminkijoki on palvelutarjontansa puolesta melontaretkelijän ykköskohde. Kiiminkijoella on selvästi panostettu kaupallisiin melontaretkelypalveluihin. Paketeissa on hyödynnetty myös reitin varren majoitusvaihtoehtoja. Opastettuja retkiä Kiiminkijoelle järjestää ainakin neljä yritystä, joista yksi toteuttaa myös merimelontaretkiä Oulun edustalle sekä 'city melontaa' suoraan Oulun kaupungista Oulujoella ja sen suistossa.

Kiiminkijokea selvästi heikommin kaupallistettu kohde on Pyhäjoki. Reitin varrella toimivat yritykset ovat keskittyneet muihin palveluihin (ohjelmapalvelut tai majoitus) eikä niiden markkinoinnissa korostu melonta. Vastaavanlainen tilanne näyttää olevan myös Simojoella. Iijoen profiili melontakohteena poikkeaa edellisistä jonkin verran. Taivalkoskelle, reitin alkutaipaleella, on rakennettu koskimelontakeskus. Se on kuitenkin kunnan omistuksessa ja käyttö täysin urheilupainotteista. Melontaretkiä ja vuokrausta tarjotaan majoitus- ja ravintolapalvelujen yhteydessäkin todella vähän. Kunnassa sijaitsee myös valtion retkeilyalue Kylmäluoman retkeilykeskus, jossa Villi Pohjola tarjoaa melontaa ja vaellusta.

Erämaa keskellä Suomea teemalla itseään markkinoiva Rokua sijaitsee Oulun ja Kajaanin välisellä alueella. Rokuan jylhät erämaamaisemat soveltuvat hyvin vaellukseen. Keskuspaikkoina ovat Rokuan kuntokeskus ja Hotelli Rokuanhovi. Rokualla toimii matkailukeskus Suppa, joka on rekisteröity kotimaan matkanjärjestäjä sekä DMC. Rokualla on tarjolla ohjattuja vaellusretkiä ohjelmapalveluyritysten kautta.

Syötteen kansallispuisto sijaitsee Pudasjärven, Taivalkosken ja Posion kuntien alueella. Puisto on pinta-alaltaan 299 km². Puisto sijaitsee loivapiirteisten kuusikkovaarojen alueella ja muodostuu neljästä eri alueesta. Livojoen kautta Iijokeen laskeva Pärjänjoki sivuaa Iso-Syötteen retkeilyaluetta ja Syötteen kansallispuistoa. Näiden alueiden ympärille keskittyneet Pudasjärven kunnan matkailuyritykset tuottavat myös melonta- ja vaelluspalveluja. Voidaan puhua matkailukeskusten tyypillisestä tarjonnasta, jossa kokonaisohjelmien paketointi yhden kohteen ympäristössä on mahdollista (vaihtoehtoiset majoituspalvelut, viikko-ohjelmat, multiaktiviteetit, kiertomatkat, incentive). Erilaisia retkiä matkailukeskuksesta käsin järjestäviä yrityksiä on useita. Linja-autolla pääsee Pudasjärveltä Syötteelle ja takaisin kouluaikana kaksi kertaa päivässä. Oulusta kertyy matkaa n. 140 km.

Kainuu

Pääosin Kainuun maakuntaan kuuluvia melontareittejä ovat Kalliojoen, Vieksin, Sotkamon, Kuntjoen ja Hiisijoen reitit sekä Hossan neljä reittiä. Vuoksen vesistöalueeseen kuuluva Jongunjo

en melontareitti saa alkunsa Kuhmon Jonkerinjärvestä. Hossan reittien yksi haara alkaa Kuusamon puolelta Julma-Ölkky järveltä. Kainuuta melonta-alueena profiloivat ennen muuta asumatomilla seuduilla kulkevat erämaiset keskisuuret ja pienet jokireitit, joiden vetovoima perustuu ennen muuta pohjoisen luonnon koskemattomuuteen eikä niinkään kaupallisten palvelujen runsauteen. Järvi-Suomesta poiketen Itä-Suomen melonta-alue on avokanoottien ja koskiretkeilykajakien aluetta. Kainuun luonnon vetovoimaa lisäävät laajat luonnonsuojelualueet, joita ovat Hiidenportin kansallispuisto (Sotkamo) sekä Elimyssalon luonnonsuojelualue Suomussalmella. Näillä seuduilla melontamatkailu on luontomatkailua. Parhaat mahdollisuudet järvimelontaan ovat Sotkamon tervareitin suuremmilla järvillä Oulujärvestä puhumattakaan. Pituutensa puolesta Kainuun reitit soveltuvat hyvin sekä pidempiin melontavaelluksiin että päiväretkiin kohteesta riippuen. Melontakohteina nousevat esille erityisesti Kuhmo ja Suomussalmi. Profiililtaan Oulujärvi ympäristöineen poikkeaa kulttuurimaisemakohteillaan (mm. Manamansalo, Melalahti, Säräisniemi) todellisesta 'korpien Kainuusta'. Samat alueet tarjoavat vaellusreittejä, UKK-reitti kulkee Kainuun halki tarjoten mahdollisuudet pitkiinkin vaellusretkiin.

Aktiviteetteja tarjoavia yrityksiä Kuhmossa on reitteihin verrattuna vähän. Yksi yritys tuottaa vuokraus- ja kuljetuspalveluja sekä toteuttaa pidempiä ohjattuja vaelluksia ryhmille (3 – 5 vrk) mm. Jongunjoella ja Vienan Karjalassa Venäjällä.

Suomussalmen vaellus- ja melonta-alueen ytimen muodostaa 90 neliökilometrin laajuinen Hossan retkeilyalue kunnan pohjoisosassa. Hossan maasto on erinomaista myös maastopyöräilyyn. Alueen palveluvarustus on hyvä. Hossan yhteydessä toimii myös useita majoitusyrityksiä sekä muutama opastettuja retkiä ja välinevuokrausta harjoittava yritys. Ohjelmalveluyrityksillä on tarjolla useita aktiviteetteja, joten monipuolisten ohjelmien suunnittelu on mahdollista erilaisiin majoitus- ja ravintolapalveluihin tukeutuen. Hossan ulkopuolella melontapalveluja löytyy Martinselkosen Eräkeskuksesta (myös vuokraus ja kuljetuspalvelu) ja Scandic Hotel Kiannan Kuohuista kuntakeskuksessa, joka on myös Villin Pohjolan yhteistyökumppani.

Suomussalmen ja Kuhmon ohella kolmas keskeinen Kainuun aktiviteettipalvelujen tarjonnan keskus on Vuokatin matkailukeskus. Täällä palvelut ovat osa suurempien safaritalojen ja matkanjärjestäjien ohjelmistoa. Kohderyhmänä ovat myös kansainväliset asiakasryhmät. Yritykset tuottavat melonta- ja vaellusohjelmia alihankintaverkostonsa kautta sekä toteuttavat joki- ja järvimelontaretkiä ryhmille kannustematkojen osana. Kohteena ovat Jongunjoki ja Kalliojoki Suomessa sekä Tsirka – Kemi reitti Venäjällä. Retkien pituus vaihtelee 2 päivästä viiteen päi

vään. Alueella toimii myös pienempiä yrityksiä ja yksittäisiä luonto-oppaita mm. Paltamossa ja Paljakassa.

Lappi ja Kuusamo

Pohjoisen Suomen laaja melonta-alue käsittää Kemijoen, Kaakamajoen, Tornionjoen, Tenon, Näämönjoen, Uutuanjoen, Paatsjoen, Tuulomajoen, Koutajoen ja Vienan Kemien Suomen puoleiset vesistöalueet. Maakuntajaon mukaisesti kyse on Pohjois-Pohjanmaan (Kuusamo) ja Lapin liiton alueelle sijoittuvista melontareiteistä.

Profiililtaan pohjoisen reitit ovat pääosin jokireittejä, mutta laajalla alueella on kohtuulliset puitteet järvimelonallekin esimerkiksi Kuusamossa ja Inarissa. Koskia on riittävästi sekä koskimelontaan että koskenlaskuohjelmiin. Suurjoista Kemijoki on rakennettu, mutta Tornion- ja Muonionjoen 136 koskea ovat edelleen vapaat. Tornionjokilaakso, Aavasaksa, Pallastunturit, Oulankajoen maisemat sekä Utsjokilaakso ovat luokiteltu kansallismaisemiksi. Kulttuurimaisemia merkittävämpi vetovoimatekijä Pohjois-Suomessa ovat maamme laajimmat luonnonsuojelualueet, jotka myös soveltuvat melontamatkailun kohteiksi. Melontareitit sivuavat mm. Oulangan, Pallas- ja Ounastunturin, Urho Kekkosen ja Lemmenjoen kansallispuistoa sekä lukuisia muita asumatomia luonnonsuojelu- ja erämaa-alueita, joita erityisesti Lapissa on suhteellisesti ottaen eniten koko Suomessa.

Lapin läänin retkeilykohteet muodostuvat Lemmenjoen, Pallas-Ounastunturin, Perämeren, Pyhäntunturin, Riisitunturin, Urho Kekkosen, Oulangan ja Syötteen kansallispuistoista. Lisäksi alueella sijaitsevat Kevon luonnonpuisto, Napapiirin retkeilyalue, Ylläs-Aakenus ja Korouoma. Retkeilykohteita ovat myös Hammastunturin, Kaldoavin, Käsivarren, Muotkatunturin, Paistunturin, Pöyrijärven ja Tuntsan erämaat. Lapissa on useita opastuskeskuksia ja palvelupisteitä. Niitä ovat Tunturi-Lapin, Koilliskairan, Pallastunturin, Pyhäntunturin, Savukosken, Siida/Ylä-Lapin sekä Kellokkaan luontokeskukset. Palvelupisteitä ovat Kielisen ja Etiäisen sekä Ivalon Palvelupisteet.

Monet maamme suurimmista ohjelmanpalveluyrityksistä toimivat Kuusamossa tai Lapissa. Pohjois-Suomesta on muodostunut Etelä-Suomen ohella maamme kansainvälisin matkailualue varsinkin talviaikaan. Pelkästään melontaan erikoistuneita yrityksiä on suhteellisen vähän, joskin melonta kuuluu monen safaritalon kesäohjelmistoon. Melontavälineistön tarjonnan kannalta katsottuna Pohjois-Suomen yritysten tarjonta painottuu varsin yksipuolisesti avokanooteihin jopa järvikohteissa. Vetovoimaisen luonnon ja runsaan ohjelmatarjonnan vastapainona ovat kuitenkin pitkät etäisyydet ja siitä seuraavat korkeat matka- ja kuljetuskustannukset.

Melontareittejä Kuusamossa on noin 350 km. Suosituimpia melontareittejä ovat Oulankajoki (40 km), Kitkajoki (34 km) sekä tietyt helpot järvikohteet (mm. Juumajärvi). Patikointi- ja pyöräily

reittien ohella ne tarjoavat hyvät puitteet erilaisten matkailupakettien toteuttamiseen. Vaellusreiteistä tunnetuin ja suosituin on Karhunkierros, joka mahdollistaa pitkienkin vaellusten toteutuksen. Tunnetuin luontokohde on Oulangan kansallispuisto ja matkailukeskuksista tärkein on Ruka. Melonta- ja vaelluspalvelujen tarjonta keskittyy paljolti niiden ympärille, joskin alueella on paljon muutakin tarjontaa. Rauhallisempia ja vähemmän kansoitettuja vaellusreittejä löytyy mm. Riisitunturin kansallispuistosta, Iivaaran ympäristöstä ja Kylmäluoman retkeilyalueelta. UKK-reitti johdattaa Kuusamosta edelleen Lappiin saakka. Reitit on kartoitettu sekä graafiseen että sähköiseen muotoon. Ainoana alueena Suomessa Kuusamossa on myös omatoimisten retkeilijöiden tarpeisiin kehitettyjä lyhyitä retkiä, joiden alkupäähän on järjestetty liittymäkuljetus. Kuusamon alueella on myös tuoteistettu kartan pohjalle pyöräilytuotteita, jotka ovat tosin osin huonoja. Ne eivät ole oikein maastopyörä tuotteita eivätkä myöskään retkipyörä tuotteita.

Kuusamon alueen matkailupalvelut ovat aktiviteettien ja ohjelmapalvelujen osalta pitkälle kehittyneitä ja kansainvälisille markkinoille suuntautuneita mikä näkyy selvästi yritysten ohjelmatarjonnassa. Kunnassa toimii peräti 48 ohjelmapalveluyritystä, joista viisi lukeutuu maan suurimpien alan yritysten joukkoon. Isompien yritysten valmiudet palvella ulkomaalaisia asiakkaita ovat hyvät. Kuusamossa näyttäytyy myös Pohjois-Suomen ohjelmapalveluille tyypillinen piirre, nimittäin kaupallisia liikunta-aktiviteetteja ja elämyspalveluja tarjoavien yritysten sijoittuminen ympärivuotisesti toimivien matkailukeskusten yhteyteen. Suurimmat yritykset ovat rekisteröityneitä matkanjärjestäjiä ja niillä on usein myös DMC-status. Yhteydet incoming-toimistoihin ovat kiinteät. Nämä tekijät mahdollistavat mitä moninaisimpien aktiviteettipakettien tuottamisen aina omatoimisista erämelontavaelluksista kannustematkapaketteihin. Kuusamo onkin yksi maamme kansainvälisimmistä aktiviteettimatkailukohteista ja ohjelmien tarjonnasta puuttuu vain yksilömatkailijalle tarkoitetut paketit, jotka sijoittuvat keskusten ulkopuolelle.

Ohjelmien markkinointi on myös toteutettu monia muita alueita tehokkaammin. Melonta- ja vaellusretket kuuluvat Kuusamon kesän viikko-ohjelmiin, joten ne soveltuvat hyvin mm. kiertomatkojen osaksi ja yksilömatkailijoille. Kuusamon viikko-ohjelmassa oli kesällä 2003 mukana 23 yritystä ja 60 erilaista ohjelmaa. Monet Kuusamon ohjelmapalveluista ovat erikoistuneet kannuste- ja yritysmatkapakettien tuottamiseen ja multiaktiviteettiohjelmiä löytyy ryhmille runsaasti. Vuokraamoista hoidetaan yleensä asiakkaiden ja varusteiden kuljetus sovittuun kohteeseen. Omatoimista kanoottiretkä Oulankajoelle tarjotaan jo massatuotteena ja alueella järjestetään erilaisia melontatapahtumia. Ohjatuista pakettiretkistä pääosa on 4-7 h pituisia päiväretkiä, jotka kuuluvat suurimpien ohjelmapalvelutalojen viikko-ohjelmiin. Erilaisia majoitusvaihtoehtoja on tarjolla runsaasti mikä vain lisää melontapakettien vaihtoehtoja. Ruka on myös viiden Koillis-

Suomen kunnan alueelle (Kuusamo, Posio, Suomussalmi/Hossa, Salla ja Taivalkoski) syntyneen Kuusamo Holidays matkailu- ja palveluyritysverkoston keskus.

Lapissa melonta- ja vaellusmatkailun perusedellytykset ovat melko lailla samanlaiset kuin Kuusamossa. Melontareiteistä suosituimmat on kartoitettu ja niistä saa tietoa sekä esitteistä että verkkopalvelujen kautta (internetissä ovat mm. Kolarin, Muonion, Enontekiön, Sodankylän ja Savukosken kuntien reitit). Samoilta sivuilta löytyy tietoa vaellusreiteistä. Talviaktiviteettien merkitys on suuri ja ohjelmapalveluyritykset ovat sijoittuneet hiihtokeskusten yhteyteen, joista on sittemmin kehittynyt ympärivuotisesti toimivia matkailukeskuksia. Niitä Lapissa onkin enemmän kuin muualla Suomessa. Rovaniemi, Hetta, Levi, Ylläs, Saariselkä, Pallas, Olos, Luosto, Pyhä, Sallatunturi ja Aavasaksa ovat muodostuneet merkittäviksi kesäaktiviteettien tarjonnan keskittymiksi viime vuosina. Samalla talviaktiviteetteihin erikoistuneet yritykset ovat laajentaneet toimintaansa kesäaktiviteetteihin ja välinevuokraukseen. Matkojen myyntipalvelut ovat Lapissa hyvin kehittyneitä ja isoimmat ohjelmapalvelutalot ovat rekisteröityneet matkanjärjestäjiksi ja omaavat DMC-statusen. Matkailun alueorganisaatiot ja keskusvaraamot (mm. Lapin Matkailu Oy, Levin Matkailu Oy, Pyhä-Luoston Matkailu Oy, Ylläksen Matkailu Oy, Aavasaksan Matkailu Oy) ovat panostaneet kesäaktiviteettien tuotekehitykseen merkittävästi, mikä näkyy erityisesti yksilömatkailijoita palvelemaan suunnattujen viikko-ohjelmien runsautena. Lapin matkailupalvelujen markkinointi on myös organisoitu tehokkaasti Lapin Markkinointi Oy:n kautta. Se ylläpitää Lappi-portaalia, josta voi hakea koko maakunnan reittejä ja retkeilypalveluja.

Länsi-Lapin alueella melonta- ja vaelluspalvelujen tarjonta keskittyy Napapiiriin (Palojärvi – Aavasaksa), Muonionjoen ja Ounasjoen melontareiteille ja kuntiin, joiden kautta ne kulkevat (Pello, Ylitornio, Kolari, Kittilä). Jokireittien ohella myös useat alueen järvet ovat melontaretkien kohteina. Lapin Matkailu Oy verkkopalvelu nostaa esille Muonion maakunnan kuuluisimpana melontakohteena eikä aivan syyttä. Könkämäeno, Lätäseno, Jerisjoki, Tornionjoki ja Muonionjoki tarjoavat hyvät puitteet jokiretkeilyyn. Kunnassa toimii myös useita melontapalveluja tarjoavia yrityksiä, jotka vuokraavat välineitä ja tarjoavat retkiä. Erilaiset retket löytyvät myös Oloksen matkailukeskuksen viikko-ohjelmasta. Kunnan monipuoliset majoitusvaihtoehdot, sijainti rajaseudulla sekä ohjelmapalveluyritysten laaja aktiviteettien tarjonta tekevät Muoniosta kansainvälisestikin merkittävän melontakohteen.

Toinen merkittävä kohde Länsi-Lapissa on Kolarin kunta ja siellä erityisesti Ylläksen matkailualue (Äkäslompola ja Ylläsjärvi). Täälläkin useat yritykset tarjoavat melonta- ja vaelluspalveluja osana kohteiden/yritysten viikko-ohjelmia. Snow Fun Safaris Lapland Oy:n Äkäslompolon Safari

keskuksen tarjonta poikkeaa muista Lapin yrityksistä siinä, että se käyttää myös retkikajakkeja ja miehistökanootteja omatoimisissa ja ohjatuissa safareissaan. Jopa Lapissa harvinaisia kajak-kikursseja järjestetään osana yrityksen kesäohjelmaa. Syynä lienee se, että kalustovalikoima on sama kuin Luodon veljesten Järvi-Suomessa (Kangasniemi ja Kuopio) toimivissa yrityksissä. Muita melontapalvelun tuottajia samalla alueella on useita (6 kpl). Ne sekä vuokraavat välineitä että organisoivat retkiä. Ohjatuista retkistä pääosa on päiväohjelmia mutta myös pidempiä parin vuorokauden vaelluksiakin on tarjolla. Kohteina ovat yleensä Äkäsjoki, Muonionjoki, Tornionjoki, Aakenusjoki ja tunturijärvet. Omatoimisille melojille on tarjolla kuljetuksia eri reiteille ja majointusvaihtoehtoja on runsaasti. Multiaktiiviteettipaketit voidaan rakentaa helposti yritysten viikko-ohjelmien pohjalta.

Kolmas Länsi-Lapin keskeinen melonta- ja vaelluskohde on Kittilä ja siellä varsinkin Levin matkailualue. Melontakohteista tärkein on 280 km pitkä Ounasjoen melontareitti, joka soveltuu sekä pitkiin vaelluksiin, koskimelontaan että lyhyisiin päiväretkiin. Muita kohteita ovat Kupsakka-, Loukaan- ja Aakenusjoet, joista on kuvaukset myös verkossa. Myös järvimelonta on mahdollista ja kuuluu yritysten tarjontaan. Melontapalveluja löytyy useista yrityksistä (9 kpl) ja osa niistä tarjoaa retkiä viikko-ohjelminä ja takuulähtöinä. Valtaosin tarjonta on kannuste- ja yrityspaketteja. Melonta ei kuitenkaan kuulu Levin viikko-ohjelmaan, mikä kertoo sen vähäisemmästä painoarvosta Länsi-Lapin melontakohteisiin verrattuna.

Muualtakin Länsi-Lapista melontapalvelujen tarjontaa löytyy, mutta niukemmin. Erityisen mielenkiintoinen kohde on Perämeren rannikko jokisuistoihin Kemin ja Tornion edustalla. Melontaretkiä alueelle tuottaa ainakin kaksi yritystä. Perämeren kansallispuistoa ei yllättävää kyllä markkinoida missään melontakohteena. Kemin, Simon, Keminmaan ja Tervolan muodostama Explore –matkailualue markkinoi myös itseään melontakohteena. Muutoin Tornionjoella kalastus ja Kemijoella jokiretket lautoilla ja veneillä ovat volyymiltaan melontaa merkittävämpiä kesäaktiiviteetteja.

Keski- ja Itä-Lapissa tärkeimmät melontakohteet löytyvät Kemijokeen laskevien jokireittien varrelta. Posionjärvi – Käylän ja Oulankajoen reitit alkavat tältä alueelta. Profiililtaan reitit jakaantuvat kahteen kategoriaan. Kemijoen varressa pidempi asutushistoria näkyy kulttuurimaisemien yleisyytenä ja sivujokia taas hallitsevat asumattomat metsämaisemat. Kesäaktiiviteettien tarjonta keskittyy määrällisesti tärkeimpiin matkailukeskuksiin, joita ovat Rovaniemi, Luosto (Sodankylä), Pyhätunturi (Pelkosenniemi) ja Sallatunturi. Rovaniemen kaupungissa toimivat suuret ohjelmapalveluyritykset ovat keskittyneet vesiaktiiviteeteista lähinnä jokiristeilyihin ja koskenlaskuun.

Sodankylän matkailussa melonnalla ja vaelluksella on vahvempi rooli ja palveluja tuottavia yrityksiä on enemmän. Tämä johtuu osin kunnan runsaasta reittitarjonnastakin. Pyhä-Luoston matkailualueen ja kahden matkailukeskuksen tiivis yhteistyö ilmenee mm. yhteisinä ohjelmapalveluina, yhteismarkkinointina ja toimivina liikenneyhteyksinä. Myös kesän viikko-ohjelma on yhteinen. Pyhä-Luoston melontapalvelujen suosikki on ohjattu kanoottiretki Pyhäjoelle, joka toteutetaan osana viikko-ohjelmaa. Matkailukeskuksen kautta erilaiset multiaktiviteettipaketit ovat helposti toteutettavissa. Alueella on runsaasti merkittäviä vuokraus- ja ohjelmapalveluja tarjoavia yrityksiä (8 kpl). Savukosken reitit on kartoitettu vuonna 2000 ja tietoa saa erillisistä reittikartoista sekä verkkopalveluna. Sallassa kesäaktiviteettien tarjonta ei keskity hiihtokeskukseen vaan Ohjelmapalvelukeskus Poropuistoon, jossa toimintaa pyörittää Osuuskunta Jotos. Melonta- ja vaellusretkien pääkohde on Oulangan kansallispuisto. Muita kohteita melonnassa ovat Niitselys-, Naruska- ja Savinajoet. Ranuan tärkein matkailukohde on eläinpuisto, eikä melonta- ja vaellusmahdollisuuksia juuri tuoda esille kunnan matkailumarkkinoinnissa. Yrityksiä on vastaavasti vähän. Suuri Seikkailu – televisio-ohjelmasta tunnetuksi tullut Posion kunta esittelee verkkosivuilla vaellus ja retkeily mahdollisuudet, mutta varsinaista tuotetarjontaa ei ole. Melontaa aktiviteettiluettelossa ei mainita ollenkaan.

Pohjois-Lappi muodostaa jo sijaintinsa takia varsin vahvan profiilin omaavan melonta- ja vaellusmatkailualueen. Sen tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ovat erittäin laajat luonnonsuojelualueet (Lemmenjoen ja Urho Kekkosen kansallispuistot, Vätsärin, Hammastunturin ja Muotkatunturin erämaa-alueet sekä useat luonnonpuistot). Tältä seudulta, varsinkin Enontekiöstä, on mahdollista löytää kansainvälisen määritelmän mukaisia erämaareittejä. Erämaisyydestä huolimatta monista Pohjois-Lapin, kuten Enontekiön ja Inarin kuntien reiteistä on olemassa hyvät kuvaukset ja niiden matkailukäyttö on tästä syystä mahdollista.

Muita Pohjois-Lappia profiloivia vetovoimatekijöitä ovat saamelaiskulttuuri ja kulta. Erityisesti Inarin kirkonkylä on tunnettu saamelaiskulttuurin keskus (Saamelaismuseum ja Ylä-Lapin Luontokeskus Siida). Kultahistoriaan liittyviä matkailukohteita ovat Sodankylän Lapissa sijaitseva Tankavaaran kultakylä ja Inarin Lemmenjoki, jossa kultaa kaivetaan edelleenkin. Ivalojoen melontareitti on tunnettu kullankaivajien historiallisena kulkureittinä.

Tarjontansa puolesta merkittävimpiä Pohjois-Lapin matkailukeskuksista on Saariselkä ympäristöineen. Se kokoaa yhteen ohjelmapalveluyrityksiä Sodankylän pohjoisosan (Kiilopää, Tankavaara) ja Inarin alueilta. Isoilla safaritaloilla on siellä omat toimipisteet ja yrityksiä on runsaasti.

Näistä muutama profiloituu erityisesti melontayrityksinä. Monipuoliset majoitus- ja ravintolapalvelut ovat mahdollistaneet Saariselän nousun yhdeksi maan johtavista kannustematkailun kohdealueista, mikä taas vuorostaan heijastuu ohjelmapalveluyritysten palvelutarjonnassa. Pääosa ohjatuista retkistä on kannuste-, kokous- ja yritysmatkoihin soveltuvia päiväohjelmia, mutta myös pidempiä erävaelluksia järjestetään.

Saariselän ohella ammattitaitoisia melontapalveluja on tarjolla muuallakin Inarissa kuten Lemmenjoella, Ivalojoella ja Inarinjärvellä. Muualla palvelujen tarjonta on vähäistä. Utsjoen suunnalla voi vuokrata kanootteja ja muutoin Utsjoen kunnassa matkailun yritystoiminta on keskittynyt Tenon kalastuspalvelujen ympärille eikä tämän 200 km pitkän joen melontamahdollisuuksia ole juuri noteerattu. Kolmas Pohjois-Lapin keskeisistä melonta- ja vaellusalueista sijaitsee Enontekiön kunnassa. Se onkin kaikin mittapuuin tarkasteltuna luontokohde sinänsä. 70 % tämän Suomen 3. laajimman kunnan pinta-alasta on suojeltu ja siellä sijaitsee 60 % kaikista maamme tuntureista. Alueelta on kuvattu seitsemän jokimelontareittiä. Vaativimmat niistä ovat Könkämäeno – Muonionjoki ja Poroeno – Lätäseno koskireitit, joita suositellaan vain kokeneille melojille. Ounasjoen reitti taas on helppo ja soveltuu myös vähemmän kokeneille retkeilijöille. Enontekiön matkailupalvelujen tarjonta on monipuolista ja kunnan yritysluettelosta löytyy yhteensä 30 ohjelmapalveluyritystä. Aktiviteettien tarjonnan kannalta Enontekiön eteläinen osa ja Muonion pohjoiset osat muodostavat osittain yhteisen matkailualueen. Oloksella, Pallaksella, Hetassa ja Kilpisjärvellä sijaitsevilla lomakeskuksissa toimii useita melonta- ja vaelluspalveluja tuottavia yrityksiä. Suurimpien ohjelmapalveluyritysten tarjonta on täälläkin suunnattu yritys- ja ryhmäasiakkaille ja koostuu lähinnä päiväretkistä. Melontamatkailun kannalta tärkeitä keskuksia ovat Ounasjärven rannalla sijaitseva Hetta sekä Karesuvanto Muonionjoen varrella, jotka toimivat myös erämaalentojen lähtöpaikkoina.

Kansainvälisestä näkökulmasta ehkä kiintoisin melontapaketti on Polar Lento Oy:n Poroeno – Lätäseno erämelontavaellus, jonka aloituspisteisiin Skadja- tai Porojärvelle asiakkaat lennättään vesitasolla Hetasta. Yritys toimii yhteistyössä Muoniossa sijaitsevan Harrinivan Lomakeskuksen kanssa.

3.2 Pyörämatkailun tarjonta

Tässä kappaleessa esitellään pyörämatkailun tarjonta sekä materiaalin että tuotteiden osalta. Ensin esitellään valtakunnalliset tuotteet ja kartat ja sitten kuvaillaan eri alueiden tilanne. Pyörämatkatuotteet käsittävät isompia alueita kuin maakuntataso, joten ei ole tarkoituksenmukaista

noudattaa samaa aluejakoa kuin melonnan ja vaelluksen osalta. Aineistona on käytetty lähinnä Pyöräillen Suomessa –hankkeen tutkimustuloksia.

Suomessa pyörämatkailua on aina 2000 – luvulle saakka kehitetty lähinnä aktiiviharrastajien näkökulmasta, jolloin matkojen sisältö ei ole vastannut tavallisen pyörämatkailijan tarpeita. Pyöräillen Suomessa –hankkeessa kartoitettiin pyörämatkailun kehittämistarpeita kesällä 2001. Tutkimuksessa todettiin, että silloisen materiaalin avulla pyörämatkan suunnittelu oli hankalaa ja paikat eivät kohdentuneet kartalle. Koska kartat perustuivat alueisiin, ei reittejä eroteltu asiakkaan tarpeiden pohjalta. Kartoista puuttuivat reitin nähtävyydet, pituus ja haasteellisuus. Lisäksi kartoissa oli panostettu reittiselosteisiin, joita asiakas ei kuitenkaan lukenut pyörän päällä ollessaan. Tutkimustulosten perusteella laadittiin kriteerit hyvälle pyöräilykartalle. Hyvä pyöräilykartta on riittävän pienessä mittakaavassa, kartalla on tehty valinta asiakkaan puolesta reitistä, majoituspaikat, nähtävyydet ja palvelut on merkitty selkein symbolein ja ne kohdentuvat kartalle. Kartta ei voi myöskään olla taiteltava vaan sen on oltava oppaan tai kirjan muodossa. Tutkimustulosten perusteella päädyttiin myös karsimaan Suomen pyöräilyretkeilyverkostoa ja rakentamaan valtakunnalliset pyörämatkailureitit seuraavien kriteerien pohjalta:

Saavutettavuus	Reitti kulkee kaupunkien, isojen taajamien ja kansallismaisemien halki siten, että vähintään alku- ja loppupäässä on säännöllisesti liikennöity lentokenttä ja palvelurautatieasema.
Vetovoimaisuus	Reitin varrelle jää mahdollisimman mielenkiintoiset ja vaihtelevat maisemat, merkittävät nähtävyydet (etäisyys reitistä max. 10 km) ja hyvät lyhyin välimatkoin sijaitsevat palvelut (kauppa, majoitus, ravintola). Reitin varrella sijaitsevien majoituspaikkojen etäisyys pisimmällä välillä on korkeintaan 30 km. Reitit kulkevat pääsääntöisesti asuttujen seutujen halki ja ns. korpitaipaleiden osuus on alle 20 % koko reitistä. Reitin varrella on runsaasti taajamia.
Ajettavuus	Reitti on turvallinen. Se kulkee joko pyöräteitä pitkin tai autoliikenteen raja on 1500 ajoa/vrk tai vilkasliikenteisellä tiellä on leveä piennar. Vilkasliikenteisen tien määrä rajoitetaan noin 10 % koko reitin pituudesta. Reitti kulkee pääosin päällystettyjä teitä pitkin ja sorateiden osuus on korkeintaan 10 % koko reitin pituudesta. Taajamissa olevia hiekkapäällysteisiä pyöräilyteitä ei sisällytetä tähän.

Hanke kartoittaa mahdolliset reitit yhteistyössä eri tahojen kanssa ja sen jälkeen testauttaa reitit asiakkailla. Testauksen jälkeen valitaan ne valtakunnalliset reitit, joista painetaan opaskirja (Fillariopas). Hankkeen tavoitteena on rakentaa vuoteen 2006 mennessä korkeintaan 10 valtakunnallista reittiä. Suomen ensimmäiset kolme Fillariopasta ilmestyivät kesäksi 2003. Yksi Fillariopas esittelee yhden valtakunnallisen reitin karttoineen, majoituskohteineen, taukopaikkoinen, nähtävyyksineen, etc. Kaikki kohteet on sijoitettu kartalle ja ovat näin helposti löydettävissä, kartat ovat mittakaavassa 1:100 000 ja taajamien kartat mittakaavassa 1:20 000.

Via Finlandia - reitti kulkee Helsingistä Hyvinkään kautta Hämeenlinnaan ja edelleen Tampereelle, Seinäjoelle ja Vaasaan. Maisemat vaihtelevat matkan aikana, matkan varrella jää mielenkiintoisia kulttuurikohteita, järviä ja metsiä, loppupäässä lakeutta ja jokilaaksoja. Länsirannikon reitti alkaa Turusta ja seurailee meren rantaa halki kylien ja kaupunkien aina Ouluun saakka. Tasainen rannikkoreitti sopii hyvin kokemattomallekin pyörämatkaajalle. Kuninkaantien pyöräilyreitti etelärannikolla kulkee Helsingin ja Turun välillä. Ruukkikylät ja rannikkokaupungit, kumpuilevat maisemat, järvet, meri ja eteläisen Suomen lehtipuumetsät ovat ominaisia reitille.

Fillariopassarja saa jatkoa kesälle 2004, kun seuraavat kolme opasta ilmestyvät reiteille: Keski-Suomen reitti, Suur-Saimaan kierros ja Härkätieta itään. Fillarioppaita saa ostaa Genimapin jälleenmyyntipisteistä. Fillarioppaista löytyy lisätietoa sivuilta www.cyclinginfinland.com. Fillarioppaita ja -reittejä on testattu kesällä 2003 ja kerätty niistä asiakaspalautetta. Palautteen mukaan suurin ongelma on reittien opasteet ja viitoitukset. Hankkeen ja Tiehallinnon yhteistyönä reiteille rakennetaan viitoitus suunnitelma, jonka perusteella reitit viitoitetaan jatkossa.

Genimap Oy (www.genimap.fi) on maakuntaliittojen tuella tehnyt Fillari GT – kartat, jotka esittelevät Suomen pyöräilyretkeilyreittejä. Karttasarja kattaa koko Suomen. Karttoja saa ostaa mm. kirjakaupoista ja huoltoasemilta.

Fillari GT 1 esittelee eteläisen Suomen pyöräilyreittejä. Uudellamaalla on myös Kuninkaantien pyöräilykartat reitteineen sekä Helsingistä itään että länteen. Helsingissä on omia pyöräilykarttoja. Pyörämatkatuotteita on syntynyt useita ja osa on ulkomaisten matkanjärjestäjien esitteissä. Eteläisen Suomen pyörämatkoja on paketoitunut ainakin yksi incoming-toimisto Helsingissä. Ainakin seuraavia paketteja on myyty kesällä 2003: Helsinki-Hanko, Kartanokierros eteläisessä Suomessa ja Turun Saaristokierros. Myynti on ollut tyydyttävää, ulkomaiset matkanjärjestäjät ovat olleet tyytyväisiä ja lisäävät tarjontaansa kesälle 2004. Nämä paketit ovat olleet täysin palveltuja. Niihin on sisältynyt matkalaukkukuljetukset, oppaan palvelut ja kaikki ruokailut. Tur

ku Touringilla (www.turkutouring.fi) on ollut jo vuosia ohjelmassaan Turun saariston pyörämatkat, joita on myyty lähinnä kotimaisille pyöräilijöille. Lomarenkaalla on Kuninkaantien pyörämatkapaketti Helsingistä Turkuun. Kuninkaantiellä on oma reittiehdotus, mutta reittejä ei ole paketoitu myytäviksi kokonaisuuksiksi (www.kuninkaantie.net). Lahden seudulla on ollut Päijänteen ympärille pyörämatkapaketteja, joiden tuottaminen on loppunut. Näitä paketteja pitäisi tuottaa uudelleen, koska tuotteet ovat tuttuja muutamille ulkomaisille matkanjärjestäjille. Uusia tuotteita kannattaisi paketoita myös Fillariopasreiteille. Etenkin paketeille, joilla yövytään pienemmissä, paikallisissa ja edullisemmissä majoituskohteissa olisi kysyntää. Helsingin ympäristöön voisi rakentaa useita mielenkiintoisia 1-3 päivän pyörämatkamoduleita.

Etelä-Karjalassa Saimaan kierros on paketoitu myytäväksi kokonaisuudeksi. Ongelmana on hyvän, tehokkaan myyntikanavan puute. Paketteja kannattaisi tehdä myös uuden Fillarioppaan reitille. Suur-Saimaan kierros antaa paljon vaihtoehtoja paketointiin. Kesälle 2004 on paketoitu Järvi-Suomen reitti Savonlinnasta Kuopioon.

Retkipyöräilypaketteja on tarjolla Pohjois-Karjalassa vähän. Kansainvälisille markkinoille on Nurmeksessa olevilla Äksyillä Ämmillä paketteja. Tilanne on samanlainen Pohjois-Savossa. Viljamaan kartanolla on pyörämatkapaketti, jota on tarjottu kansainvälisille markkinoille. Muilla ei ole tarjolla vastaavia. Joensuun ja Kuopion ympäristöön voisi rakentaa vaihtelevia ja mielenkiintoisia päivän moduleita.

Kainuussa pyörämatkapaketteja on tarjolla ainakin Upitrekillä. Kainuun retkipyöräpakettien kehittämismahdollisuudet ovat suppeat, koska alue on harvaan asuttua eikä palveluita ole tarpeeksi tarjolla. Sen sijaan Kainuussa on potentiaalia maastopyöräilyyn. Päivän parin moduleita voisi kehittää vaikkapa multiaktiiviteettituotteiden osaksi.

Valtakunnalliset pyörämatkailureitit ovat Pohjois-Karjalassa ja Pohjois-Savossa työn alla. Reitit kartoitettiin kesällä 2003 ja tavoitteena on testata reittejä keväällä 2004. Alustava linjaus Joensuu-Savonlinna-Kuopio-Joensuu -reitistä on merkitty kartalle. Reitissä on kuitenkin lukuisia ongelmakohtia, joita hiotaan vielä tulevana talvena. Ongelmana ovat asumattomat ja heikosti palvelut tieosuudet sekä turvallisuus. Paras reitti kulkee vilkasliikenteisiä maanteitä pitkin, joiden varsilla ei ole pyöräteitä ja joiden pientareet ovat liian kapeat. Pyöräilyreittejä on testattu kesällä 2003 Kuopio—Vehmersalmi- välillä ja Kuopio – Rantasalmi - Savonlinna -reitillä.

Länsi-Suomen osiossa käsitellään perinteisesti Länsi-Suomeen kuuluvien maakuntien (Satakunta, Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa, Keski-Pohjanmaa, Pohjois-Pohjanmaa) lisäksi Pirkanmaa ja Keski-Suomi. Länsi-Suomi soveltuisi tasaisen maastonsa vuoksi erinomaisesti pyöräilyyn. Ensimmäiset Fillarioppaat Länsirannikon reitti ja Via Finlandia – reitti ovat nostaneet pyörämatkailua alueella, mutta matkapaketteja on vielä varsin vähän. Suurimpana ongelmana paketoinnissa on myyntikanavan puute. Organisaatiot ovat kovasti alueellisia, eivätkä incoming-toimistot tunne aluetta riittävän hyvin. Hyviä paketteja voisi rakentaa rannikon reitille, Pohjanmaan lakeuksille sekä Päijänteen reitille. Tampereen ympäristössä samoin Jyväskylässä ja Vaasassa päivämodulit sekä parin kolmen päivän paketit olisivat mahdollisia. Fillarioppaiden paras reittipalaute tuli Seinäjoki-Vaasa –väliltä, joka oli elämyksellisin osuus.

Pohjois-Suomi osassa käsitellään Lapin lisäksi Kuusamon alue, koska se on maastoltaan Lapin alueen kaltaista. Retkipyöräilyn osalta voi sanoa, että mahdollisuudet ovat rajalliset. Retkipyöräilyyn sopivia reittejä voisivat olla esim. Kuusamosta Posion suuntaan Yli-Kitka järven kierros muutaman päivän mittaisena versiona. Lapissa on retkipyöräilijöille suunniteltu Napapiirin reitti, joka on tuotteistamatta. Retkipyöräilypaketteja on kokeiltu myös Pyhä-Luoston alueella kesäohjelmassa. Lisäksi Pohjois-Lapissa Dominick Arduin on toteuttanut Pohjoiskalotille suuntautuvaa pyörävaellusta, joka on paketoitu pyöräilyä enemmän harrastaneille. Lapissa retkipyöräily soveltuu matkailukeskuksien lähialueille lähinnä päiväretkityyppisenä. Varsinaisiin pidempiin retkipyöräillä toteutettaviin matkoihin alue tarjoaa liian vähän palveluita ja etäisyydet ovat tosi pitkiä paikkakunnalta toiselle.

3.3 Tarjonnan laatu

Tässä kappaleessa tarkastellaan melonta-, pyöräily- ja vaellusmatkoja tarjoavien yritysten toimintaa. Tavoitteena on hahmottaa aktiviteettimatkailutoimijoiden yrittäjyyden laatua ja aktiviteettimarkkinoiden hallitsemiseen liittyviä asioita. Aineisto on kerätty pääosin oheis- ja ohjelmapalveluja sekä maaseutumatkailua käsittelevistä tutkimuksista ja raporteista.

Aktiviteettiyrittäjyys

Aktiviteeteissa on kyse pienyrittäjyydestä. Kasvava ala vetää puoleensa yrittäjiksi ryhtyviä kevein perustein. Luontoon keskittyviä ohjelmapalveluyrityksiä on Suomessa noin 1000 ja niiden kokonaisliikevaihto on noin 185 milj. euroa. Suurimmat yritykset sijaitsevat Lapissa Kuusamo mukaan lukien. Määrällisesti yrityksiä on eniten Uudenmaan alueella. Pyöräilyä tarjoavat usein

majoitusyritykset, jotka tarjoavat päiväretkiä lähialueella tai jotka ovat näin koonneet pyörämatkapaketin. Pääsääntöisesti pyörämatkailutoiminta on aloitettu 6-10 vuotta sitten. Vuoksen alueen melontayrityksistä noin puolet yrityksistä on perustettu 1990-luvun jälkimmäisellä puoliskolla. Poiketen yleisestä matkailuyritysten tilanteesta useimmat melontayrittäjät ovat hyvin koulutettuja ja monet suhteellisen nuoria (<45 vuotta). Varsinkin melontayrityksistä monet ovat vuokraustoimintaan keskittyneitä. Aktiviteettiyritykset tarjoavat yleisesti useita ohjelmalveluja kuten melontaa, eräretkiä, metsästystä, kalastusta ja erilaisia seikkailuja. Vuotuinen liikevaihto jää usein alle 84 000 ja esimerkiksi Vuoksen vesistöalueen yrityksistä 80 % jäi alle tämän rajan. Noin 85 000 – 100 000 euron liikevaihtotasoa voidaan periaatteessa sanoa kriittiseksi liiketoiminnan tasoksi, jotta liiketoiminta voi vielä muodostua kannattavaksi. Vuotuiset asiakasmäärät jäävät myös pieniksi.

Asiakkaat ja kohderyhmät

Suurin osa ohjelmalveluyrityksistä on keskittynyt suomalaisiin yritysasiakkaisiin. Huomattava osa toimii lähialueella hyödyntäen oman lähialueen yrityksiä tai kohteeseen jo saapuneita matkailijoita. Keskuksissa aktiviteettiyritysten kehitys on suuntautunut ohjelmalvelutaloiksi, joista selviää koko alueen ohjelmalvelut. Luontoaktiviteetteja (esimerkiksi safareita) käyttävä asiakaskunta muodostuu pääsääntöisesti ulkomaisista asiakkaista.

Aktiviteettimatkailu on pitkälti yksittäisten asiakkaiden muun loman yhteydessä harrastamaa liikuntaa. Melontamatkailu on tällä hetkellä Järvi-Suomessa paljon yksittäismatkailijoiden matkailumelontaa, jolloin alueelle ei tulla melonnan vuoksi vaan melontaa harrastetaan lyhyen aikaa muun matkailun yhteydessä. Pyörämatkailu on ollut pitkään pyöränvuokrausta joko leirintäalueilta, muusta majoituspaikasta tai pyörävuokraamoista. Monilla maaseutumatkailuyrityksillä on tarjolla joitakin pyöriä omille asiakkailleen. Suomessa on vain muutama aktiviteettiyritys, joka tarjoaa palveluja ulkomaiselle yksittäiselle asiakkaalle tai pienryhmälle. Nämä yritykset sijaitsevat pääosin Itä-Suomessa.

Segmentoinnissa yrityksillä on selvästi parantamista. Maaseutumatkailuyrityksistä vajaa neljännes ilmoittaa segmentoivansa asiakkaitaan. Itä-Suomen melontamatkailun tarjonnasta internetissä vain noin 20 % on tunnistettavissa segmentointia ja selvästi huomaa, että useat yritykset pyrkivät tarjoamaan kaikille kaikkea yrittäen näin saada mahdollisimman monet kiinnostumaan palveluistaan. Mikäli asiakassegmenttejä luettelaa, mainitaan luettelossa ikään kuin varmuuden vuoksi mahdollisimman monta. Tästä jää sellainen kuva, että oli listattu kaikki ryhmät, jotka yrityksille oli tullut mieleen. Lapin ja Kuusamon yritykset ovat selvästi kehittyneempiä tässä

suhteessa. Alueorganisaation sivuja on hyvin monentasoisia. Joissakin näkee selvästi organisaation kuntavetoisuuden. Tuotteet ja yritykset on ensisijaisesti ryhmitelty kunnittain. Hakemalla esimerkiksi aktiviteetteja tai oheis- ja ohjelmapalveluja, mikäli hakukone löytyy, saa usein sekalaisen listan reiteistä, tuotteista ja yrityksistä. Tutkittaessa tuotteita esitteistä on kohderyhmän määrittely usein puutteellista. Tuotteiden ilmoitetaan sopivan kaikille, normaaleille ihmisille ja kaikenkuntoisille. Tuotteiden haasteellisuutta ei ilmoiteta.

Laatu ja turvallisuus

Vuoksen alueella havaittiin, että vain kolmannes yrityksistä tekee kirjallista asiakastytyväisyyden seuranta. Laatutonna⁴ käytti ainoastaan kymmenesosa vastaajista ja MALO-luokituksen⁵ oli hankkinut yksi vastaaja. Laatutonna oli ainoa järjestelmä, jonka selkeästi nykyistä useampi aikoi seuraavina vuosina ottaa käyttöön. Etelä-Pohjanmaan, Pohjanmaan ja Keski-Suomen alueella tehdyssä tutkimuksessa havaittiin, että vajaa viidennes maaseutumatkailuyrityksistä seuraa asiakastytyväisyyttä. Vajaa 10 % keräsi palautetta suunnitelmallisesti ja vajaa 30 % ilmoitti keräävänsä palautetta satunnaisesti. Loput eivät olleet miettineet asiakaspalautteen keräämistä. Samassa tutkimuksessa havaittiin, että aktiviteettiyrityksillä ei ollut monellakaan käytössään laadunhallintatyökaluja, päätoimisista 89 % ja sivutoimisista 77 % toimi ilman niitä.

Varsinkin melontaa tarjoavilla yrityksillä turvallisuus on hyvin keskeinen asia, joka on valitettavasti hoidettu huonosti. Vuoksen vesistöalueella vain puolet yrityksistä (28) oli osallistunut melonta-alan turvallisuuskoulutukseen. Eniten turvallisuuskoulutusta on hankittuna keskkokokoisilla (42 046 - 84 033 euron liikevaihto) yrityksillä. Pienet ja suuret yritykset ovat hankkineet harvemmin turvallisuuskoulutuksen. Turvaohje tai turvallisuussuunnitelma oli vain kuudella yrittäjällä. Eräs yrittäjä mainitsi, että hänellä on liivejä saatavilla, mikä kertoo vakavasta turvallisuuden laiminlyönnistä. Vuoksen alueen yrityksistä noin puolet oli perehtynyt MONO-normistoon⁶.

Kalusto

Melontakalustoa on yrityksillä keskimäärin vain 30 asiakkaalle ja kaikkiaan vesistöalueella on kalustoa jonkin verran alle 3 000 asiakkaalle. Yritysten kaluston määrä on monta kertaa pie

⁴ Laatutonna on matkailualalle räätälöity laatuohjelma, joka pohjautuu kansainvälisiin lautupalkintokriteereihin. Laatutonna-ohjelma sisältää yritykselle, sen koosta riippumattoman laatu-valmennuksen sekä jatkuvan seurannan välineen. Lisätietoja saa Matkailun Edistämiskeskuksesta.

⁵ Maaseutumatkailuyritysten majoitustilojen valtakunnallinen, lähinnä tekninen, luokitus. Lisätietoja saa Maaseutukeskuksista.

⁶ Matkailun ohjelmapalvelujen Normisto (MoNo) on käytännön toteutustapoja koskeva ohjeisto. Ohjeisto sisältää ohjelmapalveluihin liittyvän sisällön perusteet, yleiset toimitusehdot sekä ympäristöarvot, kuluttajansuojan ja tuoteturvallisuuden

nempi verrattuna Ruotsin ja Saksan melontayritysten kalustomäärään. Kalustosta suurin osa on avokanootteja. Avokanootti on ulkomaalaisryhmien suosima ja aloittelijoille helposti hallittava väline, mutta siihen liittyy turvallisuusriskejä suuremmilla selkävesillä. Laadukkaampi, turvallisempi ja alueen vesistöihin paremmin sopiva kalusto koostuisi kuitenkin kajakeista, joita on tällä hetkellä neljäsosa kaluston kokonaismäärästä. Yrityksillä on usein monenlaista kalustoa. Vuokraustoiminnassa tämä on usein etu, mutta ohjatuilla retkillä vaaditaan tasalaatuista kalustoa. Muuna vuokrattavana kalustona yrityksillä on yleensä varustepusseja tai -tynnyreitä. Muutamilla on myös laaja valikoima retkeilyvarusteita. Vuoksen alueella ulkomaiset asiakkaat ovat olleet tyytymättömiä kanootin varusteluun. Sama ongelma on ollut myös pyörien suhteen: retkipyöräilyyn tarkoitettuja pyöriä on vähän saatavilla ja niiden kunto ja varustelu ovat olleet puutteellisia. Varsinkin ulkomaiset matkanjärjestäjät ovat valittaneet niiden tasosta.

Monilla yrityksillä kalustoa on varsin vähäiselle asiakasmäärälle. Vuoksen alueella viidenneksellä vastaajista kalustoa on alle kuudelle henkilölle. Keskimäärin kalustoa on kolmellekymmenelle henkilölle ja vain muutamilla yrityksillä on kalustoa yli 70 henkilölle. Yritysten kaluston määrä on monta kertaa pienempi verrattuna Ruotsin ja Saksan melontayritysten kalustomäärään, mikä kertoo koko sektorin nuoruudesta ja riittämättömästä kysynnästä. Yritysten kaluston määrä on monta kertaa pienempi verrattuna Ruotsin ja Saksan melontayritysten kalustomäärään.

Tuotteet

Vuoksen alueella yrittäjillä on hyvät mahdollisuudet yhdistää melontaan muita aktiviteetteja joko oman yrityksen piirissä tai yhteistyön kautta. Vaellusta pystyvät järjestämään lähes kaikki. Noin puolet yrityksistä pystyy järjestämään retkipyöräilyä, kiipeilyä, ratsastusta ja koskenlaskua. Lisäksi kalastus mainittiin tässä yhteydessä usein. Ulkomaiset melonnan harrastajat pyöräilevät ja vaeltavat myös usein lomallaan. Pyörämatkatuotteita tarjoavat yritykset ovat yleisemmin järjestäneet matkalaukkukuljetuksen, lentokenttäkuljetukset, oppaan palvelut, pyörävuokrauksen, majoituksen, ruokailun ja muut tarvittavat palvelut. Yrityksiä oli vuonna 2001 yhteensä 13 ja tuotteiden taso vaihteli paljon.

Tarkasteltaessa tuotetarjontaa internetin kautta nousee päällimmäiseksi tuotetarjonnan hajanaisuus ja vaikeus löytää aktiviteettituotteita. Useiden yritysten ja alueorganisaatioiden kotisivut on toteutettu niin, että oleellista tietoa jää puuttumaan. Esimerkiksi kuljetusjärjestelyistä ja hintatiedoista kerrotaan vähän. Koska valtakunnalliset portaalit (vaellus, melonta) puuttuvat, on aktiviteettiasiakkaan vaikea löytää tietoa. Matkailijan on vaikea tunnistaa kokonaistuotetta; mikä se käytännössä on ja mitä siihen sisältyy.

Jakelukanavat

Ulkomaiset asiakkaat tulevat nykyisin yrityksiin pääosin suoraan. Kotimaiset matkanjärjestäjät ja matkatoimistot ovat toiseksi tärkein ja omat internetsivut kolmanneksi tärkein kanava ulkomaisten asiakkaiden saamiseksi. Kotimaiset alueorganisaatiot sekä ulkomaalaiset matkanjärjestäjät ja matkatoimistot ovat myös jossain määrin tärkeitä kanavia. Yleisimmin yrityksillä on sopimus alueorganisaation tai kotimaisen matkatoimiston tai matkanjärjestäjän kanssa. Ne, joilla on sopimuksia ulkomaisten matkanjärjestäjien kanssa, on useita tällaisia sopimuskumppaneita. Yhteistyö ulkomaisen jälleenmyyjän kanssa on lisännyt myyntiä ja auttanut monipuolista tuotevalikoimaa. Alueorganisaatioiden kautta tulee kuitenkin vähän asiakkaita. Kehittyneemmät ohjelmapalveluyritykset toimivat suoraan matkanjärjestäjäportaan kanssa ja ohjelmapalveluyritykset hakeutuvat myös itse incoming-toimistoiksi. Aloitteen yhteistyöhön suomalaisen kumppanin kanssa tekee useimmiten ulkomainen matkanjärjestäjä, eikä suomalainen palvelun tarjoaja.

Pääosa yrityksistä on itse aktiivisesti hankkinut jälleenmyyjä. Yrittäjien asiantuntemus jakelukanavista, jälleenmyyjistä ja aktiviteettimarkkinoiden rakenteesta on hyvin hajanainen. Parhaiten tunnetaan erilaiset aktiviteettiasiakasryhmät ja heidän tarpeensa. Huonoiten tunnetaan jälleenmyyjän tehtävät ja toiminta heidän kanssaan. Hinnoittelukeinot ovat kohtuullisen hyvin hallinnassa, mutta sellaiset hinnoittelukeinot, jotka tähtäävät tuotesarjan myymiseen matkanjärjestäjälle, ovat vähemmän käytettyjä. Lähes puolet yrittäjistä uskoo internetin merkityksen lisääntyvän suorana jakelukanavana lähivuosina. Varovasti voidaan päätellä, että internetin merkitystä yliarvioidaan johtuen siitä, että nykyisin – melontamatkailun ollessa Suomessa vasta lapsen kengissä - yrityksiin tulevat asiakkaat ovat omatoimisia, etsivät tietoa ja uskaltavat tehdä varauksen internetin kautta. Valtaosa maailman melontamatkailun kokonaisvolyymista ei kuitenkaan käytä suoraa jakelutietä ensisijaisena ratkaisuna. Keskivertoasiakas etsii tietoa internettistä, mutta käyttää varauksen tekemiseen luotettaviksi kokemiaan jakelujärjestelmiä kuten matkatoimistoa, liikenneyhtiöitä ja matkailutoimistoja.

3.4 Kotimaan tarjonnan yhteenveto

Tässä kappaleessa tehdään lyhyt yhteenveto alueittain. Suomen monipuolinen luonto vesistöineen, saaristoineen, kansallispuistoineen ja erilaisine maisemineen antaa hyvät lähtökohdat aktiviteettituotteiden tarjonnalle, mutta tuotteistaminen on pahasti kesken Lappia lukuun otta

matta. Etelä-Suomessa saavutettavuus on hyvä ja etäisyydet lyhyitä, mikä antaa mahdollisuudet kaupunkilomien ja aktiviteettien yhdistämiseen. Länsi-Suomen rannikko ja tiheämmin asutut seudut soveltuvat paremmin retkipyöräilyyn hyvän palvelutarjonnan ansiosta. Länsi-Suomen puolella laajat, moni-ilmeiset kansallispuistot tarjoavat vaeltajallekin elämyksiä, mutta tuotteistaminen on tekemättä. Länsi-Suomen kompastuskivenä ovat pienet, alueelliset matkailuorganisaatiot, jotka ovat keskittyneet markkinointiin, mutta todellista myyntiä ei tehdä. Itä-Suomi omaa erityisen suuren potentiaalin aktiviteettimatkailussa. Tärkeintä Itä-Suomelle on melontamatkailun kehittäminen, joka vaikuttaa muidenkin aktiviteettien vetovoimaan. Pohjois-Karjalassa selvä ykköstuote on vaellus ja siihen liitettynä muut aktiviteetit, Pohjois-Savossa multiaktiviteetit ja Etelä-Savossa melonta.

Erityisen suuri ongelma on tiedon saannin vaikeus. Matkailijalle on tehty todella vaikeaksi löytää kokonaistuote ja saada mitään tietoa melonnasta, vaelluksesta, pyöräilystä ja maastopyöräilystä Suomessa. Ainoastaan retkeilystä on Metsähallituksen internet –sivut, jotka on tarkoitettu lähinnä omatoimiselle matkailijalle. Portaalit tarjoavat jonkin verran tietoa, mutta useissa käsitteet oheis- ja ohjelmapalvelut ja aktiviteetit ovat suloisesti sekaisin ja saatavat tiedot koskevat yksittäisiä tuotteita tai alueita, joiden yhteydessä markkinoidaan ensisijaisesti aluetta. Joidenkin alueiden alla löytyy ensin kuntien ja seutukuntien tiedot, joilla ei sinänsä ole matkailun kannalta mitään arvoa. Tuotteet ovat myös hyvin majoituskeskeisiä. Sama ongelma korostuu selattaessa Suomen aktiviteettiesitteitä. Esimerkiksi vaellusesitteessä on vaellusalueita ja välissä yksittäinen kunta. Kuvaa kokonaistuotteesta ei muodostu mistään. Kaiken kaikkiaan voi sanoa, että markkinoidaan aluetta, lukuisia mahdollisuuksia naurettavuuksiin saakka (you can do anything, everything is possible), kaikille (for all people, for everybody), elämyksiä, joita ei ole tarkemmin määritelty (experiences) ja majoitusta. Tuotteistaminen on lapsen kengissä.

Etelä-Suomessa Helsinki ja sen ympäristö tarjoavat puitteet melonta-, vaellus- ja pyöräilytuotteiden toteuttamiseen. Pyöräilytuotteita eteläiseen Suomeen onkin syntynyt lukuisia, tosin maa-seudun majoituskohteita ei ole tarpeeksi hyödynnetty. Helsingin ympäristöstä puuttuvat myös lyhyet parin kolmen päivän pyöräpaketit, joita voisi yhdistää kaupunkilomaan tai muihin aktiviteetteihin. Tällaisia paketteja on ulkomaisten matkanjärjestäjien esitteissä esim. Tukholmaan ja Pariisiin. Paketit voivat olla omatoimisille pyöräilijöille suunnattuja, kunhan karttamateriaali on tarpeeksi selkeää. Nyt olemassa oleva karttamateriaali ei palvele pyörämatkailijaa. Mittakaava 1:200 000 on liian suuri, teitä on tiheässä ja kartan perusteella ei löydä perille. Helsingin ympäristössä kannattaisi valita tietyt reitit ja tehdä hyvä kartta. Itään päin Helsingistä on niin ikään hyvät pyöräilyreitit, mutta varsinaiset tuotteet puuttuvat tältä puolelta. Kannattaisi paketoita

esimerkiksi reitti Helsingistä Porvoon kautta Kotkaan ja Haminaan ja edelleen Kouvolaan Kymijoki-vartta pitkin. Kouvola on helppo palata junalla takaisin. Vaelluksen osalta Nuuksion kansallispuisto on lähes hyödyntämättä kun puhutaan lomamatkailijoista. Nuuksiossa on tarjontaa lähes yksinomaan yritysryhmille. Samoista patikointiretkistä voisi tuotteistaa myös yksittäisille matkailijoille tarkoitettuja vaellusmoduleita. Alue on saavutettavissa julkisilla kulkuneuvoilla, joten alue sopii omatoimiseen vaellukseen. Ongelmana on tässäkin materiaali, joka ei ole tarpeeksi kattavaa. Rannikon ja jokien melontareitit ovat yritysryhmille tuotteistettu, mutta yksittäiset matkailijat on huomioimatta. Etelärannikolla kannattaisi päivän kahden aktiviteettimoduleita rakentaa eri kaupunkien ympärille (Porvoo, Loviisa, Kotka, Tammisaari, Hanko), jolloin erilaisten ohjelmien paketointi olisi yksinkertaista.

Varsinais-Suomessa ja Ahvenanmaalla ainutlaatuinen saaristo luo upeat puitteet eri aktiviteettien toteuttamiseen, mutta myös Lounaisen Suomen viljava manneralue tarjoaa mahdollisuuksia. Ahvenanmaalla pyörämatkailulla on jo pitkät perinteet. Melontamatkakohteena Ahvenanmaa löytyy ulkomaistenkin matkanjärjestäjien esitteistä. Ahvenanmaalla olisi mahdollista myös multiaktiviteettituotteiden toteuttaminen, koska saarella on lukuisia lyhyitä vaelluspolkuja.

Ulkomaiset matkanjärjestäjät ovat olleet erityisen kiinnostuneita Turun saariston pyörämatkapaketeista ja monet ovat ottaneet näitä tuotteita esitteisiin. Ongelmana on ollut tiedon ja pakettitarjonnan saannin vaikeus. Saaristoalueen monipuolinen palvelutarjonta mahdollistaisi myös melontatuotteiden kehittämisen, mutta Turun saaristossa nämä mahdollisuudet ovat hyödyntämättä. Tuotteita on vain yritysryhmille ja muuten palvelut keskittyvät vuokraustoimintaan. Kun otetaan huomioon Turun lähellä olevat jokimelontamahdollisuudet ja Kurjenrahkan kansallispuisto, ovat tuotekehitysmahdollisuudet monipuoliset. Turun ympäristöön kannattaisi tuotteistaa aktiviteettimoduleita, jotka ovat yhdistettävissä erilaisiksi kokonaisuuksiksi. Turun alueella olisi upeat mahdollisuudet profiloitua aktiviteetti- ja luontomatkailualueena, mutta saariston profiloituminen autokiertomatkailualueena ja siihen liittyvä vilkas autoliikenne on hienoinen hättäkijä. Teijon retkeilyalue sinällään muodostaa oman kokonaisuuden, jossa aktiviteettiloman voisi toteuttaa. Pyöräilijälle myös muu kuin saaristo tarjoaa mielenkiintoisia reittejä, koska alue on tiheään asuttua. Pyörämatkapaketteja voisi tuotteistaa rannikon reitille Turusta pohjoiseen sekä Hämeen Härkätielle, näissä voi hyödyntää Fillarioppaita.

Länsi-Suomi itsessään on ulkomaisille asiakkaille tuntematonta aluetta, eikä kovin vetovoimainen. Toisaalta aktiviteettituotteita ei ole ollut tarjollakaan. Länsi-Suomen alueella on erityisen vilkasta reittien rakentamista, mutta niiden matkailullinen hyödyntäminen on unohdettu. Pyöräi-

lijälle tämä tasainen ja usein nauhamaiseen asutukseen perustuva maaseutualue soveltuisi hyvin, kunhan rakennetaan toimivia tuotteita. Länsi-Suomessa aktiviteettejä kannattaisi rakentaa erityisesti osana autokiertomatkailua.

Porin ympäristössä on monipuoliset vaellus- ja melontamahdollisuudet ja saavutettavuus on hyvä. Retkikeskus Sataseitti palveluineen on hyödyntämättä. Alueella on tarjolla lähes 200 km vaellusreittejä, mikä riittää jopa viikon vaelluslomien toteuttamiseen. Tähän ympärille pitäisi rakentaa aktiviteettituotteita niin melojalle kuin vaeltajallekin. Pyöräilijälle Kokemäenjoen reitti rannikon reitin ohella olisi kiinnostava. Satakunnassa varsinaisesti myyntiä tekevän organisaation puute aiheuttaa ongelmia.

Pohjanmaalla kannattaa panostaa pyörämatkailuun. Pyöräilijälle jokilaaksoja seurailevat ja kylä halkovat reitit ovat mielekkäitä, koska pyöräilijä liikkuu mieluusti asutuilla seuduilla. Esimerkiksi Kyrönjoki-vartta seuraileva Via Finlandia – reitti Vaasasta Seinäjoelle on saanut hyvää palautetta, kunhan reittimerkinnot saadaan kuntoon. Myös rannikon reitti sopii pyöräilijälle hyvin. Rannikolla maankohoamisilmiö olisi hyödynnettävä erityisesti Hollannin markkinoille, jossa ilmiö on päinvastainen. Pyöräilytuotteita voisi rakentaa sekä eri pituisia ja erilaisilla teemoilla. Majoituskohteita löytyy lyhyin välimatkoin, joten myös perheille suunnattuja paketteja voi toteuttaa. Näihin voi liittää mm. kylpyläpaketteja. Vaasan ympäristössä melontaa ei ole juuri huomioitu tuotekehityksessä. Melontaretkiä ja lyhyitä vaellusretkiä tuotteistamalla kaupungin lähistöllä saataisiin aikaan kokonaisuuksia, joita voisi yhdistää pyöräilyyn. Vaelluksen kannalta Etelä-Pohjanmaa ei ole kovin potentiaalista aluetta. Lyhyitä vaellustuotteita voi toteuttaa Kuusiokuntien alueella ja liittää niitä muihin aktiviteetteihin. Kuusiokunnissa on hyvä palvelutarjonta majoituksen ja ohjelmapalveluiden osalta. Myös lyhyet melontatuotteet ovat mahdollisia. Lauhavuoren kansallispuistossa onnistuvat lyhyet vaellusretket, mutta alue on hankalasti saavutettavissa. Etelä-Pohjanmaalla reittien kehittäminen on erityisen vilkasta, mutta yhteistyö matkailusektorin kanssa puuttuu. Etelä-Pohjanmaalla Seinäjoen ympärille on paketoitu lyhyitä pyöräilytuotteita. Koko Pohjanmaalla myyntiorganisaatioiden aktiivisuus tuotteistamisessa, markkinoinnissa ja myynnissä olisi välttämätöntä. Pohjanmaalla kiinnittää huomiota se, että rannikkokaupunkeja, saaristoa ja meren läheisyyttä ei ole huomioitu riittävästi. Toisaalta rannikkokaupungeista puuttuvat viihtyisät rantakadut, meri- ja kalaravintolat ja muut mereen liittyvät elementit lähes tyystin.

Pohjois-Pohjanmaalla pitkät jokireitit mahdollistaisivat useammankin päivän melontapaketit. Oulussa melontatuotteita voi toteuttaa aivan kaupunkialueella Oulujoella. Oulun ympäristön

pyöräilyreittejä voisi hyödyntää paketoinnissa ja liittää yhteen melontaa ja pyöräilyä. Pohjois-Pohjanmaalla vaellusmahdollisuudet keskittyvät lähinnä Iso-Syötteen alueelle ja Rokualle. Iso-Syötteellä voi toteuttaa multiaktiiviteettipaketteja, koska alue tarjoaa hyvät ohjelmapalvelut ja mahdollisuudet vaellukseen, melontaan ja maastopyöräilyyn. Rokuan erämaamaisemat sopivat vaellukseen ja alueella on hyvien palveluiden lisäksi oma matkanjärjestäjä ja DMC –Matkailukeskus Suppa.

Pirkanmaan ja Kanta-Hämeen alueen vaihteleva maasto ja luonto mahdollistavat monipuoliset tuotekokonaisuudet. Pyöräilyyn alue soveltuu hyvin, koska kaupungit ja kuntakeskukset sijaitsevat lähellä toisiaan. Reittien varrella on paljon nähtävää. Via Finlandia- reitti Helsingin ja Tampereen välillä on saanut hyvää palautetta. Konkreettisia tuotteita kannattaisi paketoita tälle välille huomioiden erityisesti pienet, persoonalliset majoituskohteet. Vaelluksen tuotekehitys kannattaa keskittää kansallispuistoihin, joita alueella on monta ja jotka ovat osin jo kansainvälisestikin tunnettuja. Liesjärven kansallispuistossa on mahdollista yhdistää vaellusta ja melontaa, lähellä sijaitseva Torronsuon kansallispuisto luontokeskuksineen lisää tarjontaa. Tuotteita on tehty lähinnä yritysryhmien näkökulmasta. Samantyyppistä tarjontaa pitäisi suunnata yksittäisille matkailijoillekin. Evolla Villi Pohjolan yrityksille ja ryhmille suunnatut ohjelmat ovat tunnettuja, mutta tarjontaa kannattaisi laajentaa yksittäisiinkin matkajiin.

Pohjois-Pirkanmaan tunnetut Helvetinjärven ja Seitsemisen kansallispuistot tarjoavat yhdessä ja erikseen puitteet pidempiinkin vaelluspaketteihin. Pirkan taival on yksi Suomen pisimmälle kehitettyjä reittejä ja soveltuu matkailijan käyttöön hyvin. Alueella on monta ohjelmapalveluiden tarjoajaa. Kansallispuistojen alueelle kannattaisi paketoita eri pituisia vaellustuotteita ja melontatuotteita, joita voisi yhdistellä pidemmiksi kokonaisuuksiksi.

Multiaktiiviteettipaketteja voisi tuotteistaa ainakin Ikaalisissa sekä Vammalassa Ellivuoren ympäristössä, joissa palvelut ovat hyvät. Tampereella kannattaisi toteuttaa aktiiviteettimoduleita, joita voisi yhdistää kaupunkilomaan. Birgitan polku on lähellä ja vesistöt mahdollistavat melontatuotteet. Pyöräilypaketteja voi toteuttaa eri suuntiin Tampereelta. Hämeenlinnan ympäristössä on myös mahdollista toteuttaa multiaktiiviteetteja. Suomen ainut kaupunkialueella sijaitseva Aulangon kansallispuisto tarjoaa lyhyitä vaellusreittejä eikä Evo ole kaukana. Pyöräilytuotteet voi suunnata useaan suuntaan, onhan alueella tehty pyöräilyreittejä. Vesistöt tarjoavat melontaa.

Lahti on lyhyen matkan päässä Helsingistä ja kansainvälisestäkin tunnettu urheilukaupunki, mikä luo positiivista imagoa aktiviteettimatkoja ajateltaessa. Päijät-Hämeessä kannattaa panostaa vesistöjen hyödyntämiseen melontatuotteiden muodossa. Alueella on useita ohjelmapalveluyrityksiä, joilla on välineistö ja osaaminen tuotteiden toteuttamiseen. Päijät-Hämeen pyöräilypaketit ovat muutaman vuoden takaa monen matkanjärjestäjän muistissa. Nämä paketit kannattaisi viritellä uudelleen, koska kysyntää olisi. Lisäksi alueen halki tulee kulkemaan kaksi Fillariopasreittiä etelästä pohjoiseen ja idästä länteen. Nämä kannattaa hyödyntää tuotteistamisessa. Päijänteen reitti sopii hyvin pyöräilyyn ja siihen voi liittää sisävesilaivamatkan, joka on ainutlaatuista varsinkin ulkomaisille matkaajille.

Keski-Suomi on maakuntana monipuolinen, maakunnan matkailukeskukset tarjoavat multiaktiviteeteille mahdollisuudet. Eteläisessä Keski-Suomessa Jämsän seudulla tarjonta on erilaista kuin Pohjoisen Keski-Suomen erämaisemimmissä maisemissa. Tämän huomioiminen tuotteistamisessa on tärkeää. Jyväskylän ympärille voi paketoita pyöräilytuotteita paitsi Päijänteen reitille myös muille lähireiteille, joita voi yhdistellä pidemmiksi kokonaisuuksiksi halutessaan.

Etelä-Karjalan retkeilyreitit ovat ensimmäisiä luokiteltuja reittejä, mikä kannattaa hyödyntää tuotteistamisessa. Reittejä on riittävästi pidempienkin vaellustuotteiden tekemiseen. Erilaisen materiaalin tekemiseen on panostettu, mutta varsinaisia tuotteita ei ole paketoitu. Melonnan osalta tilanne on parempi. Voisivatko melontaa tarjoavat ohjelmapalveluyritykset paketoita myös vaellusta? Saimaan pyöräilyreitti on testattu ja todettu toimivaksi, ulkomaisia matkanjärjestäjiäkin on käynyt, mutta varsinainen tuote puuttuu. Mikä taho voisi hoitaa paketointia ja myyntiä, jotta hyvät reitit saadaan matkailukäyttöön?

Kymenlaaksossa Repoveden kansallispuisto on saanut laajaa julkisuutta, mikä kannattaa hyödyntää paketoimalla tuotteita sekä melojille että vaeltajille. Pyöräilijälle Kymijoki-laakso ja Iitin Verlan alueet kannattaisi hyödyntää. Pyöräilyn osalta paketoinnissa pitäisi olla yliaalueellista yhteistyötä, jotta paketit voidaan toteuttaa.

Pohjois-Karjalan alueella parhaimmat mahdollisuudet aktiviteettimatkailun kehittämiseen ovat seuraavilla alueilla: Nurmes-Lieksa, Ruunaan alue, Joensuun alue, Koli, Kolovesi sekä Ilomantsi-Jänisjoki –alue. Näillä alueilla on ohjelmapalveluyrityksiä ja majoituskapasiteettiä sekä runsaasti erilaisia reittiverkostoja melontaan, vaellukseen ja jonkin verran maastopyöräilyyn. Alueista on myös peruskartasto, reitit on merkitty maastoon ja Karjalan Kierros –hanke on tehnyt hyvän pohjatyon varsinaista tuotteistamista ajatellen. Ongelmana on, että reitit ja niihin liittyvä mate

riaali on tehty retkeilyn harrastajaa ajatellen ja paketit ja tuotetarjonta ovat joko yrityksille tai harrastajalle suunnattuja. Reittejä ei ole luokiteltu. Tuotetarjonta on kuitenkin monipuolista ja sitä on paljon verrattuna moniin muihin alueisiin. Tarjolla oleviin paketteihin sisältyy melontaa, pyöräilyä, vaellusta, koskenlaskua, kiipeilyä ja retkeilyä Venäjän puolelle. Paketeissa on sekä lyhyitä retkiä että pidempiä yöpymisen sisältäviä retkiä. Yritysten tuotanto on suunnattu valtaosin yrityksille ja yhteisöille sekä osin omatoimisille matkailijoille, jolloin se on lähinnä välinevuokrausta ja majoitusta. Ainoastaan yhden tuotanto on suunnattu yksittäisille paketoituille aktiviteettimatkailijoille. Alueen majoitusyritykset tarjoavat myös kyseisiä palveluita majoituksen yhteydessä. Outokummun alueella on myös melonta- ja vaellusreittejä, mutta sieltä puuttuvat kartat, reittimerkinnot ja palvelutarjonta. Olemassa olevat palvelut on rakennettu harrastajan ja kotimaisen matkailijan tarpeisiin. Pohjois-Karjalalle on leimallista Venäjän läheisyys, vaaramaisemat, kosket ja erämaiset kansallispuistot. Aluetta pitäisi edelleenkin profiloida seikkailullisempaan suuntaan, johon tarvittavat elementit on olemassa.

Pohjois-Savossa voidaan erottaa neljä aktiviteettimatkailun kehittämisen keskusta. Ne ovat Iisalmi, Kiuruvesi ja Vieremän alue, Nilsin Tahko, Koillis-Savo sekä Kuopion seutu. Pohjois-Savossa ei ole kansainvälisten markkinoiden kannalta erityisen vetovoimaisia kansallis- tai luonnonpuistoja. Rautavaaran alueella on Tiilikka, mutta ongelmana on, että alueella ei ole riittävästi majoitus- ja oheis- ja ohjelmapalveluyrityksiä. Rantasalmen alueella on hyvä melontareitti, joka on sopiva omatoimiselle matkailijalle ja pienillä kehittämispanostuksilla myös muille kohderyhmille. Alueella on myös maastoreittejä, jotka on ensisijaisesti tarkoitettu ratsastukseen.

Iisalmen, Kiuruveden ja Vieremän alueella on useita vaellusreittejä, jotka sopivat sekä maastopyöräilyyn, vaellukseen että osin ratsastukseen. Tällä alueella on kehitetty paljon kulttuurimatkailua ja vaellus- ja melontareitit on jo linkitetty kulttuurikohteisiin. Reitin varrella on palveluita ja nähtävyyksiä ja Pohjois-Savon melontamatkailun kehittämisohjelmassa se on luokiteltu kulttuurimelontareitiksi. Alueella on myös rauhallisia pyörämatkailuun soveltuvia reittejä.

Nilsin ja Tahkon ympäristössä on runsaasti melonta-, maastopyöräily- ja vaellusreittejä. Tahkolla on erityisen hyvät mahdollisuudet maastopyöräilyyn ja sen ympärille kannattaisi kehittää multiaktiviteettipaketteja, joita pitäisi tehdä myös vaikeita haasteita hakeville kohderyhmille. Tahkon ympäristöön, lähinnä Syvärin ympärille, on myös mahdollisuus saada pyörämatkailureittejä. Tahko sopii hyvin asiakkaalle, joka etsii toimintaa.

Koillis-Savossa on panostettu myös vaellus- ja melontareitteihin ja alueella toimii Vaikkojoen ympäristössä ohjelmapalvelu- sekä majoitusyrityksiä, jotka ovat jo tuotteistaneet sekä vaellusta, melontaa että pyöräilyä. Tuotteissa on jonkin verran kehittämistä. Tuotteistaminen on alkanut pitkistä pyörämatkailupaketeista ja lyhyistä erä- ja melontaretkistä, jotka on suunnattu lähinnä yrityksille. Näitä paketteja pitäisi kehittää edelleen ja niiden tasoa nostaa. Koillis-Savo on pehmeämpi seikkailu, matkailu ja aktiviteetti on pienimuotoista, eikä läheskään yhtä haasteellista kuin Tahkolla ja luonto on toisella tavalla läsnä. Koillis-Savosta puuttuu Tahkon toiminta.

Kuopion seutu on potentiaalisin pyörä- ja melontamatkailijalle. Melonta- ja multiaktiiviteettiloman voisi yhdistää kaupungin palveluihin. Pyöräreiteistä potentiaalisin kulkee Varkauden suuntaan ja edelleen Savonlinnaan ja siihen kannattaisi liittää laivaliikennettä. Nykyiset pyörämatkailureitit kulkevat pääosin hiljaisia, asumattomia teitä pitkin ja eivät näin ollen täytä asiakkaiden tarpeita tutustumiskohteista ja kulttuurinähtävyyksistä ja -tapahtumista. Työn alla on Joensuu-Kuopio-Varkaus-Savonlinna –pyöräilyreitti, jonka linjaukset ovat (kesä 2003) hieman auki.

Mikkelin ympäristössä kannattaa panostaa melontaan, johon voidaan liittää lyhyitä pyöräily- ja vaellusohjelmia, jolloin saadaan multiaktiiviteettilomia. Näissä paketeissa voi huomioida erilaiset majoitusvaihtoehdot, joiden pohjalle paketit rakennetaan.

Savonlinnan pohjoispuolella on Linnansaaren ja Koloveden kansallispuistot, jotka ovat erityisen hyvin melontaan sopivia alueita. Alueella on monipuoliset ohjelmapalvelut ja valmiita tuotteita-kin löytyy. Samantyyppiset tuotteet kuin Mikkelin alueella ovat toteutettavissa myös täällä.

Kainuu alueena soveltuu hyvin matkailukeskusten ympärillä toteutettaviin multiaktiiviteettilomiin. Erämaisuus ja luonnonrauha ovat niitä elementtejä, joita voi hyödyntää. Kuhmon alueella onnistuu niin melonta kuin vaelluskin, itärajan läheisyys kannattaa hyödyntää. Sotkamossa matkailukeskuksen tarjoamat palvelut mahdollistavat monipuoliset viikko-ohjelmat. Kannattaa hyödyntää myös varsinaisen matkailukeskuksen ulkopuolella oleva tarjonta, koska kaikki eivät halua asua suurissa hotelleissa. Vaeltajalle Ukkohalla ja Paljakka ovat rauhallisempia keskuksia ja tarjoavat enemmän luonnonrauhaa, pohjoisessa on vielä Hossan kansallispuisto. Retkipyöräilijälle Kainuussa on suppeammat mahdollisuudet, mutta Oulujärven kierros, josta on tehty pyöräilykarttakin, ja joka on jo paketoitu, kannattaa nostaa paremmin esille. Huomioitavaa on, että Kainuuseen on lentoyhteys, joten saavutettavuus on hyvä ja kun alueella toimii vireä myyntiorganisaatio FinFun, on tuotteistamiselle hyvät lähtökohdat.

Kuusamossa ja Lapissa tilanne matkailun suhteen on monessa mielessä muuta Suomea parempi. Kuitenkin kesämatkailussa on vielä tekemistä. Suurten matkailukeskusten palvelut ovat ke-
sällä alikäytössä. Kuusamossa ja ympäristökunnissa on Rukan ohella paljon muutakin tarjontaa. Tunnetuin Karhunkierros ei kiinnosta niitä, jotka haluavat rauhallisemmille, vähemmän kansoi-
tetuille reiteille. Alueella on mm. Riisitunturin kansallispuisto ja Iivaaran alue, joiden läheisyy-
dessä on pienempiä majoituskohteita ja ohjelmapalvelut pelaavat. Eri alueita yhdistävät reitit
tarjoavat mahdollisuudet pitkiinkin vaelluksiin. Melojalle on tarjolla paitsi safaritalojen tarjoamaa
koskenlaskua, myös jokimelontaa. Pyöräilijälle on alueelliset pyöräilykartat, mutta paketit puut-
tavat. Pyörävuokraamoitakin on useampia.

Lapin lukuisat kansallispuistot ja matkailukeskukset tarjoavat paljon vaihtoehtoja. Lapissa on
tuotteistettu pitkiä erämaavaelluksia ja toisaalta tarjotaan keskuksissa tapahtuvaa lyhyttä vael-
lusta, mutta näiden väliltä olevat vaellukset, joissa ohjelma on tehty valmiiksi ja majoitus ta-
pahtuu ns. lakanoiden välissä, ei ole tarjolla, vrt. kansainvälinen kysyntä. Tilanne on saman-
tyyppinen melonnan osalta, joko himomelojan erämaatuotteita tai viikko-ohjelmaretkiä keskuk-
sissa. Retkipyöräilijälle Lapissa on suunniteltu Napapiirin reitti, josta on tehty kartta. Reittiä ei
ole koskaan paketoitu tuotteeksi, vaikka elementit napapiirin ylityksineen ovat hyvät.

Yhteenvedona voi sanoa, että suurin haaste on lukuisten mahdollisuuksien tuotteistaminen ja
kansainväliseen markkinointiin tarjolla olevien ehdokkaiden karsinta. Parhaat mahdollisuudet
suuralueina on Lapilla, Kuusamolla, Itä-Suomella, Eteläisellä Suomella ja Varsinais-Suomella.
Kunkin alueen profiili ja painotus aktiviteettien kesken on hieman erilainen. Pohjois-
Pohjanmaalla ja Pohjanmaalla painotus tulee olemaan enemmän pyöräilyn ja kotimaan markki-
noinnin suunnassa. Aktiviteettipaketit ovat täällä osa muuta matkailua kuten autokiertomat kai-
lua. Osaksi tämä johtuu siitä, että meren läheisyyttä ja rantaa on lähes mahdoton kokea Fin-
Westin alueella, joka on meren rannalla. Tiet kulkevat kaukana rannoista ja kaupungit avautu-
vat sisämaahan päin meren sijasta. Tämä ongelma on myös Järvi-Suomen alueella, jossa par-
haat järvireitit on pyhitetty raskaalle liikenteelle, ne on pahoin pusikoituneita tai ne on raken-
nettu täyteen.

SWOT -analyysi

SWOT-analyysissa arvioidaan Suomen kesäaktiviteettimatkailun vahvuudet ja heikkoudet sekä hahmotetaan mahdollisuuksia ja uhkia.

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
➤ aktiviteettialueita ja -reittejä on rakennettu viime vuosina runsaasti ➤ pyöräilyssä ollaan jo aika pitkällä ➤ varsinkin melonta-alueilta löytyy vaihtelevia, tuotteistettuja reittejä, joista osa on jo saavut- tanut tunnettuutta ulkomaillaakin ➤ varsinkin melonnassa on vahvoja ja osaavia yrityksiä ➤ yritysten käytettävissä on paljon tutkittua tietoa sekä yrittäjyydestä että markkinoista ➤ toimintaympäristössä on tapahtunut paljon ylimaakunnallista yhteistyötä tukevia muutoksia ➤ yhteismarkkinoinnille on olemassa yhteistyö- kumppaneita ➤ joillakin alueilla on tehty hyvä pohjatyö, jonka pohjalta olisi helppo ponnistaa: Pohjois-Karjala ja Kuusamo	➤ markkinoidaan alueita ja mahdollisuuksia ➤ tuotteistaminen tekemättä ➤ yrityksiä on vähän ja ne ovat pieniä ➤ kohderyhmiä ei tunneta ➤ alueet ja Suomi eivät profiloitu luontomatkailu- alueina, ei uskalleta erilaistua ➤ alueelliset organisaatiot eivät osaa myydä ja palvella yksittäisiä aktiviteettiasiakkaita eivätkä maaseutumatkailua haluavia ➤ yritysten myyntiosaamisen puute ➤ taloudellisten resurssien niukkuus heikentää investointi- ja kehittämismahdollisuuksia, joita varsinkin melonnassa tarvittaisiin ➤ maakuntien ja kuntien sitoutuminen reittien ja rantautumispaikkojen ylläpitoon ei ole täysin selvinnyt ➤ Ympäristökeskusten reittien rakentaminen ja markkinointi vähän tekemisissä matkailun kans- sa ➤ turvallisuuden ja laadun hallinnassa on korjat- tavaa ➤ liiketoiminta-ajattelun puute ➤ varsinkin vaellus mielletään reittien markkinoin- niksi ➤ pyöräilyreiteillä ei voi hyödyntää parhaita mai- semia joko liikenteen tai pusikoitumisen takia
MAHDOLLISUUDET	UHAT
➤ kilpailukyvyyn parantaminen: turvallisuus, laatu, ympäristö, tuotteistaminen, myynti ja markki- nointi, yhteistyö ➤ jokaisen aktiviteetin tuotteistaminen ➤ jokaisen alueen omien vahvuuksien hyödyntä- minen ➤ varsinkin melonnan tuotteistaminen profiloisi koko Suomea aktiivisena järvimatkailumaana ja vetäisi muitakin aktiviteettejä eteenpäin ➤ kohderyhmien ja markkinoiden tarkka rajaami- nen ➤ Suomen aktiivisen kesäimagon täysimääräinen hyödyntäminen ➤ reittien rakentamisesta laadun kohottamiseen: luokittelut, opasteet	➤ epäonnistunut tuotteistaminen ➤ onnettomuuden aiheuttama negatiivinen julki- suus ➤ epäonnistuneet markkina- ja kohderyhmävalin- nat ➤ yhteistyötä ei synny odotuksista huolimatta ➤ saastuminen, ympäristökatastrofit ➤ terrorismi, SARS ➤ laiva- ja lentoliikenteen vuorojen vähentyminen ei edelleenkään uskalleta tehdä valintoja ja profiloitua

4 Johtopäätökset ja suositukset

Tässä kappaleessa tehdään johtopäätökset ja esitetään suositukset tarjonnan saamisesta vastaamaan kysyntää.

Aktiviteettien kohderyhmiä ei vielä riittävästi tunneta ja siksi ei osata tuotteistaa heidän tarpeisiinsa. Yksittäisissä aktiviteettiasiakkaissa voi erottaa kolme asiakasryhmää: harrastaja-asiakas, omatoiminen asiakas ja pakettimatka-asiakas. Harrastaja-asiakas pärjää nykyisellä materiaalilla, ei käytä paljon rahaa, yöpyy luonnossa ja mahdollisimman halvalla. Hän on perehtynyt vaeltamiseen tai melontaan, osaa suunnistaa ja hallitsee välineiden käytön. Harrastaja-asiakas on nykyinen omatoiminen asiakas. Nykyinen karttamateriaali on tehty palvelemaan tällaista asiakasta. On olemassa kuitenkin toinenkin omatoiminen asiakas, jolle tulisi tuotteistaa erikseen puolivalmis paketti. Tämä omatoiminen asiakas käyttää palveluita, yöpyy lakanoiden välissä, liikkuu riittävän tarkan ja selkeän kartta- ja opastusmateriaalin avulla. Tällaiselle asiakkaalle on tehty paketteja ja materiaalia harrastaja-asiakkaan näkökulmasta, jolloin ei ole syntynyt kysyntää. Kolmas asiakasryhmä on pakettimatka-asiakas, joka liikkuu opastetussa ryhmässä.

On oletettavaa, että nykyinen tarjonta, yritykset, tuotteet ja osaaminen, voitaisiin tiedon jäsentämisellä ja laajemman yhteistyön kautta tuotteistaa vähällä vaivallakin melonta-, vaellus- ja pyöräilyalueiksi. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi vaelluksen kohdalla yhtenäistä karttamateriaalia, jossa on päiväretkiksi sopivia reittejä, jotka eivät ole liian vaativia ja joihin voidaan yhdistää majoitus lakanoiden välissä. Melontatuotteet ovat riippuvaisempia melontapalvelujen tuottajasta ja välinevuokrauksesta ja niiden tarjonta pitäisi saada internetiin ensin melontaluettain joiden alta pitäisi löytyä palvelun tuottajat ja tuotteet yhtenäisemmin. Tuotteistamisessa on ongelmana myös tuotteiden kuvaus, joka on koko Suomen laajuudelta lähinnä mahdollisuuksia kaikille. Suomessa kirjoitetaan melko mielikuvituksettomia matkakuvauksia: ”Aamiaisen jälkeen jatketaan majoituspaikasta x majoituspaikkaan x, jossa yövytään. Illalla mahdollisuus sauna”. Tyypillistä on myös se, että kirjoitetaan pienistä paikoista epäolennaisia asioita. Luetellaan esimerkiksi majoituspaikkojen ja kylien nimiä, tien risteyksiä ja kuntien perustamisvuosia, kun sen sijaan tuotteiden kuvaukseen ja elämysten täsmällisempään muotoiluun pitäisi saada lisää tunnetta ja mielikuvitusta. Tuotteiden esittelyyn kuvin pitäisi kiinnittää huomiota siten, että pyöräilymatkailussa sosiaalisen aspektin ja kulttuurin pitäisi tulla voimakkaammin esille, melonnassa aistikokemuksen ja vaelluksessa tiedon. On myös muistettava se, että kovin erämaisten

kuvien, karhujen ja susien esittely voi olla vaarallistakin. Joissakin matkanjärjestäjähaastatte-
luissa tuli esille se, että pitkiä erätaipaleita pelätään, samoin villieläinten kohtaamista.

Ongelmana on myös se, että matkoja ei osata luokitella. Luokitteluina ”For normal people” ja
”For all people” ja ”For everybody” ovat täysin riittämättömiä. Haasteellisuus on pystyttävä il-
maisemaan asteikolla 1-5 tai 1-3, malleja on olemassa runsaasti. On myös muistettava, että
reitin luokittelu on eri asia kuin paketin luokittelu. Paketti on aina luokiteltava erikseen ja mää-
riteltävä kohderyhmä.

Keskeinen ongelma tuotteistamisessa on myös maaseutuyritysten ja myyjien olemattomat yh-
teydet. Markkinoilla halutaan maatilamajoitusta, siihen perustuvia kiertomatkoja, aktiviteettipa-
ketteja, mutta kuka niitä tuotteistaa myytäviksi paketeiksi? Tällä hetkellä aktiviteettitarjonnan
kannalta ei kukaan. Paketteihin olisi myös saatava enemmän vaihtoehtoja ja yhdistelmiä: City
Breaks ja aktiviteetit, autokiertomatkat ja aktiviteetit, aktiviteetit lomakeskuksissa ja samalta
tuottajalta useita vaihtoehtoja. Mahdollisuuksia on paljon, tarjontaa toistaiseksi vähän.

Markkinointi ja myynti on myös ongelmallista. Henkilökohtaisen myyntityön pitäisi olla aktiivista
pelkkien kirjeiden ja sähköpostien lähettämisen sijasta. Markkinoinnista ja myynnistä puuttuu
myös pitkäjänteisyys. Yleisemmällä tasolla Suomi ei ole ikään kuin uskaltanut profiloitua luonto-
ja aktiviteettimatkailumaana; ympäristöystävällisyys ja luontoarvot näyttävät olevan toissijaisia
ja halutaan tarjota kaikille kaikkea. Yrityskentässä markkinointi- ja myyntikanavien tunteminen
ei ole kovin vahvaa, jälleenmyyjää halutaan, mutta siitä ei olla valmiita maksamaan paljon eikä
panostamaan sopivan etsimiseen pitkäjänteisesti. Myyjien mielestä yksittäisten pakettien orga-
nisointia vaivaa osittain ammattitaidottomuus. Tilannetta parantaa oletettavasti MEKin kesämat-
kailuprojekti ja aktiviteettien organisoituminen siihen yhdeksi osaksi. Paljon jää kuitenkin alu-
eitten varaan, mitä nämä haluavat markkinoida ja myydä. Aktiviteetit nojaavat pitkälti maaseu-
tumatkailun kehittymiseen. Suurin ongelma on se, että yksittäisellä alueella aktiviteettiyrityksiä
ei ole vielä paljon, ne ovat kooltaan pieniä ja niillä on riittämättömät resurssit muodostamaan
riittävän suurta tarjontaa pystyäkseen tunkeutumaan jakelukanaviin. Jakelukanavaan pääse-
mistä hidastaa myös se, että yritysten ammatillinen osaaminen on hieman heikkoa. Aktiviteetti
saatetaan hallita, mutta jakelukanavaosaaminen on heikompaa. Kuitenkin esimerkiksi melonnan
tuotteistaminen ja profiilin nostaminen voisi vetää koko Suomen kesämatkailua kaikkien tuottei-
den osana merkittävästi eteenpäin.

Eri aktiviteettien kohdalla nousee esille seuraavat asiat. Vaellustuotteita ei löydy lähes lainkaan,
ainoastaan paljon mahdollisuuksia. Reitistöjä on valtavasti ympäri Suomea, niitä rakennetaan

lisää koko ajan. Lisäksi niiden ympärillä on asiantuntijoita monesta eri instanssista, jotka kukin edustavat oman sektorinsa näkökulmaa. Matkailullinen näkökulma on ehkä jäänyt jalkoihin. Julkisen sektorin koordinaatiota ja yhteistyötä olisi ehdottomasti parannettava. Määrän nostamisen sijasta olisi keskityttävä tason ja laadun nostamiseen. Lapin lisäksi tällä hetkellä tuntuisi ainoastaan Kuusamossa ja Pohjois-Karjalassa olevan näkyvää konkreettista yritystä tuotteistaa vaeltamista.

Vaellustuotteen paketoimisessa olisi huomioitava luonnon vetovoimaisuus, jota lisäävät esimerkiksi kansallispuistot, Natura-alueet, opastuskeskukset, luonnonpuistot sekä alueen reitistöjen kokonaistarjonta. Kuinka paljon reitistöjä on ja kuinka vaativia ne ovat? Syntykö niiden ympärille viikon ohjelma, perheohjelma, omatoimisen retkeilijän ohjelma vai kenties multiaktiiviteettiohjelma? Tärkeä on myös reitin saavutettavuus; mistä reitti alkaa ja mihin loppuun, onko se kierto- vai suorareitti ja onko liittymäkuljetukset järjestetty alku- ja loppupäästä. Pakettia ei voi tehdä selvittämättä palveluita, joista keskeisessä asemassa ovat majoitus sekä opastus- ja ohjelmalvelut. Vaelluksen keskeisin ongelma on se, että tuotteita ei löydy.

Vaelluspakettiin luonto on teemoitettava. Päiväohjelmiin pitäisi sisällyttää tietoja esimerkiksi luonto- ja kasvityypeistä, geologiasta ja ilmastosta. Vaellus on lyhyt, 5-6 km tai 10-15 km ja sen haasteellisuus on tuotava esille. Pakettiin on sisällyttävä asiantunteva opastus. Opastus voi tarkoittaa myös kirjallista opastusta. Majoituksessa olisi enemmän hyödynnettävä maaseutumajoitusta, kestikievereita ja aamiaismajoituspaikkoja. Vaelluspaketteja pitäisi paketoita myös kiertomatkoiksi, joissa käydään useammilla erilaisella luontoalueella kuten esimerkiksi Nuuksiossa, Helvetin Kolulla, Kolilla, Kuusamossa ja Lapissa. Tällaisia paketteja kannattaisi tarjota Saksaan bussiryhmille ja Hollantiin autokiertomatkalaisille. Vaelluksessa vahvoja alueita ovat Lapin ja Kuusamon erämaisen vaellustarjonnan lisäksi mm. Pohjois-Karjala ja Kainuu sekä kansallispuistot.

Melonnassa ovat ehdottomasti parhaita yritykset, joilla on oma tuoteosaaminen hallinnassa. Yrityksiä on vähän ja niiden kapasiteetti on pieni. Investoinnit olisikin keskitettävä olemassa olevan kapasiteetin ja toiminnan laajentamiseen. Paketteja on runsaasti yrityksille, mutta ei yksittäisille. Melonnassa on useita vahvoja alueita; Järvi-Suomi, Uusimaa, Turun saaristo, Lappi ja Kuusamo. Kaikilla on hieman erilainen mutta toisiaan tukeva profiili. Melonnan kohdalla olisi muistettava sen merkitys koko Suomelle. Suomen järviluonto on ainutlaatuinen ja Suomen koko matkailutarjonnan kannalta olisi tärkeää, että melonnan tuotteistaminen ja markkinointi lähtisi käyntiin suuremmissa mittakaavassa.

Melontapaketissa pitäisi huomioida se, että luonto ja sen kokeminen on ehdottomasti tärkein vetovoimatekijä. Myyjät haluavat myös melonnassa useampia reittivaihtoehtoja. Mahdollisuuksia ovat koski-, meri-, järvi- ja jokireitit. Melonnassa pätee sama mikä muissakin aktiviteeteissä. Tuotteeseen on määriteltävä millaiselle asiakkaalle se sopii: kuinka kokenut, minkä ikäinen ja mikä kunto. Melonnassa halutaan myös majoittua vaatimattomasti. Yleisin majoitus on erämaamajat ja teltat, jotka palvelun tarjoaja hoitaa. Sitten seuraavat maaseutumajoitus, kestkieveari ja aamiaismajoitus. Paketeissa melontamatka on keskimäärin 5-12 km/päivä ja matkan aikana 45-100 km. Päivittäinen melonta-aika on muutama tunti ja koko matkan kesto viikko tai kaksi.

Multiaktiviteetilla tarkoitetaan useamman aktiviteetin yhdistelmää ja ne ovat erityisesti matkailukeskusten yhteyteen helposti rakennettavissa. Multiaktiviteetti on liitettävissä myös maaseutumatkailuyrityksiin, jotka sijaitsevat alueilla, joissa on paljon mahdollisuuksia aktiviteetteihin. Multiaktiviteettipaketin voi toteuttaa myös hotelli tai lomakeskus, jossa voi harrastaa ohjatusti. Kohderyhminä ovat erityisesti perheet ja yksittäiset extreme-matkailijat tavallisen aktiviteettimatkailijan lisäksi. Multiaktiviteettimatkailu, jossa pakettiin sisältyy tietty määrä ennalta määriteltäviä aktiviteettejä viikko- ja päiväohjelman muodossa, on erityisesti Iso-Britanniassa suosittua. Multiaktiviteettien toteuttamiseen sopivia alueita ovat matkailukeskukset ja suurimpien kaupunkien ympäristöt.

Pyöräily on pisimmällä kaikista aktiviteeteistä. Sitä on tuotteistettu harrastajan näkökulmasta. Pyöräilytuotteena pidetään yleisesti maastopyöräilyä, joka on hyvin kapea niche. Keskeisin ongelma pyörämatkailun tuotteistamisessa ovat aluerajat. Hyvä pyöräilytuote kulkee hyviä ja vetovoimaisia reittejä eikä katso kuntarajoja. Pyörämatkailutuotteiden tekemiseen on laadittu kriteerit ja ohjeet ja niitä jalkautetaan parhaillaan koulutukseen ja kehittämiseen sekä alueille. Ongelmana on myös matkailun organisoimattomuus ja koordinaation puute, työ on todettu hitaaksi. Pyörämatkailua vaivaa reitistöjen puute. Esimerkiksi meren ja järvien kokeminen on lähes mahdotonta. Tiet ovat kapeita ja raskas liikenne kulkee niitä pitkin (esim. Pulkkilanharju, Puumala), mikä tekee niistä vaarallisia. Reitistöjä pitäisi merkitä ja viitoittaa. Opasteet ja viitoitukset ovat tällä hetkellä suurin ongelma, muualla Euroopassa opasteet ja viitoitukset on hoidettu huomattavasti paremmin.

Pyöräilypaketissa luonto ei ole keskeinen vetovoimatekijä vaan kulttuuri on selvä ykkönen. Sitten seuraa maisemien vaihtelevuus ja asutut seudut. Kulttuuri tarkoittaa tässä yhteydessä seu-

raavia asioita: paikallinen elämä ja elämäntapa, tapahtumat, torit, markkinat, paikalliset ihmiset, siis ei mitään hienoa, joka vaatii pukeutumista. Pyörämatkailija haluaa tavata ja tutustua paikallisiin ihmisiin. Majoitus on yleensä hotelli, mutta Suomessa halutaan myös maaseutumajoitusta, ei kuitenkaan liian vaatimatonta ilman mukavuuksia. Päivämatkat ovat lyhyitä ja ne voidaan luokitella. Pyöräilijä pyöräilee joko alle 40 km, 45-60 km tai 60-80 km. Jos puhutaan yli 80 km päivämatkoista, on kysymys jo aktiivisesta harrastajasta, joka ei juuri maisemia katsele. Reitin haasteellisuus on tuotava esille. Asiakasryhmät ovat yksittäisiä asiakkaita ja pienryhmiä. Pyörämatkailun kannalta potentiaalisia alueita ovat Etelä-Suomi, Järvi-Suomi ja Länsi-Suomi.

Erilaisia aktiviteettipaketteja on runsaasti, sisältö vaihtelee kohderyhmän mukaan. Markkinoilta löytyy ainakin seuraavanlaisia tuotteita:

1. Aktiviteettiloma osana autokiertomatkaa:

- kesto vaihtelee kolmesta päivästä kahteen viikkoon
- majoitus
 - melonta: teltassa erämaassa
 - pyöräily ja vaellus: eritasoisia vaihtoehtoja, matka myydään majoituksen tason mukaan esim. autokiertomatka lomahuoneistoissa, maatilamatkailutiloilla, hotellissa
- hinnaltaan edullinen
- perushintaan sisältyy tarvittavien välineiden vuokraus ja kartta- ja opastusmateriaali:
 - melonta: kanootti (joko kajakki tai avokanootti) kahdelle hengelle ja perusvarusteet (kartta, alkuopastus, parkkipaikka autolle, kuljetus lähtöpisteeseen)
 - pyöräily: hybridi 7-vaiht. vaihdepyörä varusteineen (laukut, pumppu, korjausvälineet), kartta
 - vaellus: kartta
- lisävarusteet (esim. melonnassa teltta, makuupussi, ruokailut yms.) lisämaksusta
- kohdemaat Saksa ja Alankomaat
- lapsiperheet huomioitu tuotteistamisessa

2. Aktiviteettipaketti

- viikon tai kahden viikon aktiviteettiloma, perustuu yhteen aktiviteettiin
- sisältää tarvittavien välineiden ja varusteiden vuokrauksen:
 - melonta: kanootin tai kajakin vuokraus, melontavälineet ja -tarvikkeet sekä ruuanlaittovälineet ja -tarvikkeet

- pyöräily: pyöränvuokraus
- majoitus:
 - melonta: teltta, mökki tai maaseutumatkailuyritys (persoonallinen, alueelle tyyppillinen)
 - pyöräily ja vaellus: maaseutumatkailuyritys, hotelli, ei vaatimaton, mukavuudet oltava
- luonteeltaan kiertomatka, joka yö yövytään eri paikassa
- opastettu
- myydään pienryhmille kooltaan 5-20 henkilöä, matkanjärjestäjä määrittelee ryhmäkoon yhdessä palvelun tuottajan kanssa
- kiinteät lähtöpäivät, ns. matkasarja

3. Aktiviteettipaketti lomakeskuksessa tai leirintäalueella

- muuten kuten yllä paitsi yöpyminen yhdessä paikassa, josta käsin tehdään retkiä joko opastettuna tai omatoimisesti
- yksittäisille matkustajille, ei kiinteitä matkapäiviä, tilattaessa esimerkiksi aikavälillä 1.6.-15.9. säävarauksin
- hinta vaihtelee majoituksen tason mukaan

4. Multiaktiviteettipaketti kiertomatkana

- viikon kestävä multiaktiviteettiloma, joka päivä liikutaan eri välineillä (vaellus, melonta, pyöräily, ratsastus)
- sisältää tarvittavat välineet ja -tarvikkeet sekä matkatavarakujiuksen
- majoitus joko teltassa, mökeissä tai maaseutumatkailuyrityksissä (persoonallinen, alueelle tyyppillinen)
- luonteeltaan kiertomatka, joka yö yövytään eri paikassa
- opastettu
- myydään pienryhmille kooltaan 5-20 henkilöä, matkanjärjestäjä määrittelee ryhmäkoon yhdessä palvelun tuottajan kanssa
- kiinteät lähtöpäivät, ns. matkasarja

4. Multiaktiviteettipaketti keskuksesta käsin

- viikon kestävä multiaktiviteettiloma, joka päivä liikutaan eri välineillä (vaellus, melonta, pyöräily, ratsastus)
- sisältää tarvittavat välineet ja -tarvikkeet (kartat ja ohjeet)

- majoitus yhdessä paikassa (teltta, mökki, maaseutumatkailuyritys, lomakeskus, leirintä-alue)
- perushinta ilman opasta, lisämaksusta opastettu

5. Lomakeskus

- palvelun tuottaja laatii yhdessä lomakeskuksen kanssa viikko-ohjelman, jossa melonta on yksi päiväohjelmista

6. Kannustematkapaketti

- lyhytkestoinen melontaretki
- voi olla osa tiimivalmennusta tai palkintomatkaa. Tiimivalmennuksessa huomioitava tiimihengen rakentaminen ja palkintomatassa hauskanpito ja rentoutuminen
- vaativa, vaatii matkan aikana kaikki tarvittavat, erittäin hyväkuntoiset välineet

Yhteenvetona voidaan todeta, että Suomessa on erityisen monipuoliset mahdollisuudet tuottaa aktiviteettituotteita. Ongelma on se, että markkinointi keskittyy reittien markkinointiin tuotteiden sijaan. Olemassa olevat tuotteet on suunnattu lähinnä yritysryhmille ja ne ovat retkityyppisiä. Lisäksi tuotteet ovat yksittäisiä, eikä niistä synny kattavaa kokonaisuutta. Tuotteistamisessa ja markkinoinnissa kannattaa huomioida Suomen monipuoliset luonnonolot: etelän lehtimetsäiset maisemat, järviolue, saaristo, erämaat ja vaaramaisemat. Tuotteistamiseen kannattaa panostaa nopeasti ja asiantuntijoita käyttäen.

Aalto, Kimmo, Laiho Marko ja Talonen Harri (1999). Matkailun ohjelmapalveluyritysten myynti- ja informaatiokanavat. Tampereen yliopiston Liiketaloudellisen tutkimuskeskuksen julkaisu 9. Tampere.

Boxberg, Matti (1995). Matkaopas matkailutuotteen jakelutielle. Kera Oy. Kuopio.

Boxberg, Matti ja Artman, Heikki (2002). Matkailuyrityksen kansainvälistymisopas. MEK 2003.

Deutsches Seminar für Fremdenverkehr Berlin (1999). Leinen los: Wassertourismus in Trend. Beiträge aus DSF-Veranstaltungen der Jahre 1997 und 1998.

ETC, The European Travel Commission 2003. <http://www.etcnewmedia.com/review>

IPK International (2002). MEK A:122. Summer Holidays in Finland. Trade Research; Expert Interviews with British, French and German Tour Operators.

Kuutti –Seleznyyova Katja, Pitkänen Kati, Ryhänen Hannu ja Tuohino Anja, toim (2003). Vuoksen markkinaselvityksen esiselvitys. Osat 1-3. Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskus.

Marcussen Carl H. (2003). Trends in European internet distribution of travel and tourism services. Bornholm. Research Centre of Bornholm. <http://www.etcnewmedia.com/review>

Martikainen, Reijo 2002. Maaseutumatkailu. Kauppa- ja teollisuusministeriö, Työvoima- ja elinkeinokeskus: TietoEnator.

Matkailun ohjelmapalvelujen normisto. 2002. MoNo-raportti. Imatra: Imatran Seudun Kehitysyhtiö, Etelä-Karjalan Messukeskus.

MEK (2002). Ulkomaiset matkailijat Suomessa. Kesä 2001. Rajahaastattelututkimuksen maakohtaiset tulokset.

MEK (2003). MEK Market 20.03.2003. Seminaariaineistoa (<http://www.mek.fi>)

MEK (2003). Matkailun rakenteelliset ongelmat. Taloustutkimus. 2003

Räsänen, Pirjo, Saari Heli ja Talvitie Minna (2003). Pyörämatkailun kotimaisen tarjonnan ja

ulkomaisen kysynnän vertailu. Pyöräillen Suomessa –hanke. Julkaisematon.

Ryhänen, Hannu ja Härkönen Tuija (2002). Eurooppalainen järvikoulu (2002), Mecklenburg-Vorpommern, Saksa, 22-29.9.2001. Vesistömatkailuprojektin julkaisu N:o 2, Savonlinna, Joensuun yliopisto.

Ryymin, Jaakko 2002. Matkailun ohjelmapalvelut. Kauppa- ja teollisuusministeriö, Työvoima- ja elinkeinokeskus: TietoEnator.

Silvennoinen, H. (2002): Luontomatkailusta yritystoimintaa; asiakaskysely, Joensuun yliopisto.
<http://gis.joensuu.fi/research/luontomatkailu/>

Travel & Tourism Analyst No.4 (1999). The Adventure Travel Market in Europe. Travel & Tourism Intelligence. London.

Tuohino Anja, Härkönen Tuija ja Ryhänen Hannu, toim. (2002). Eurooppalainen järvikoulu. Ruotsi 18.-23.8.2002, Savonlinnan Koulutus ja kehittämiskeskuksen julkaisuja N:o 1, Savonlinna, Joensuun yliopisto.

World Tourism Organization and the International Olympic Committee (2001). Sport Activities during the Outbound Holidays of the Germans, the Dutch & the French. Madrid, Spain.

Kilpailijoiden esitteet:

Canada. CanoeSki. Eco Adventure.

Canada. Das unentdeckte Kanada.

Canada. Travel Manitoba.

Canada. Funbox.

Kanada. Discover our true nature. Reiseführer 2003. Informationen für Ihren Sommerurlaub.

Kanada. Discover our true nature. Reiseführer 2003.

Canada: 2003 Travel Guide Newfoundland & Labrador

Great Outdoor Adventures. A Land designed for Adventure. Quebec Maritime.

Canada Wilderness Expeditions. The Wildest Expeditions ...naturally

Alaska, Canada, Nieuw-Zeeland. Askja Reizen (matkanjärjestäjän esite)

Canada: Alberta Reiseplaner

Poland: By Bike and On foot. Marked Trials

Poland: Der Reisekatalog Polen. Erholung-, Aktiv- und Kururlaub.

Poland: Gemeinde Szczecinek

Poland: Kanuverleih. Jugendprogramm.

Polska: Aktive Touristik: Niederschlesien Die Region Opole.

Polska: Active Holidays in Lower Silesia.

Polska: Aktivtourismus in der Lubliner Region

Polska: Podkarpackie Voivodeship welcomes all Active Tourism.

Tourismus Sporti: Gorzów Wielkopolski.

Poland PTTK. Wir laden zu den Wasserrouen ein.

Poland PTTK. Kanuroute Krutynia.

Walcz Kayak Loop (Poland)

Umfrage Reiseveranstalter

1. Grundlegende Informationen	
Firmenname :	
Name d. Befragte:	
Titel d. Befragten:	
Adresse:	
Land:	
Tel:	
Email:	
Gründungsjahr:	
Anzahl der jährlichen Kunden :	
% Sommerreisen :	
Art von Reiseveranstalter - Bitte das passende Kästchen ankreuzen, das am besten Ihre Firma und Geschäfte beschreibt (Mehrfachnennung möglich!): ☐ Reisebüro ☐ Reiseveranstalter – Gruppen ☐ Reiseveranstalter – Individualr. ☐ Finnland- oder Skandinavien spezialist ☐ „Incentive House“ ☐ Aktivurlaubspezialist Bitte benennen sie folgend welche Aktivität/Aktivitäten Sie anbieten : ☐ Canoeing/Kayaking ☐ Walking/Hiking/Trekking ☐ Radtouren ☐ Mountainbiking ☐ Multi-Activity Touren ☐ Andere (bitte beschreiben) : _____	
Waren Sie jemals persönlich in Finnland ? ☐ Ja ☐ Nein Falls ja, warum: ☐ geschäftlich ☐ privat	

2. Sommeraktivitäten allgemein			
Wie hoch ist der ungefähre Anteil folgender Sommeraktivitäten an Ihrem Umsatz, welchen Anteil haben Individualreisen und Gruppenreisen?			
	% vom gesamten Umsatz	% Individualr.	% Gruppenreisen
Canoeing/Kayaking			
Walking/Hiking/Trekking			
Radtouren			
Mountainbiking			
Multi-Activity Touren			
Andere (bitte beschreiben) _____			
Andere (bitte beschreiben) _____			
Andere (bitte beschreiben) _____			
Ist Finnland momentan in Ihrem Programm enthalten ? ☐ Ja ☐ Nein			
Falls "Nein", bitte begründen :			
Welches sind Ihrer Meinung nach die <u>wichtigsten Konkurrenzländer</u> Finnlands für die von Ihnen angebotenen Sommerangebote?			
	Konkurrent Nr. 1	Konkurrent Nr. 2	Konkurrent Nr. 3
Canoeing/Kayaking			
Walking/Hiking/Trekking			
Radtouren			
Mountainbiking			
Multi-Activity Touren			
Andere (bitte beschreiben) _____			
Andere (bitte beschreiben) _____			
Andere (bitte beschreiben) _____			
Was sind die wichtigsten Reiseziele und Produkte für die von Ihnen angebotenen Sommeraktivitäten?			
	Reiseziel Nr. 1	Kurze Produktbeschreibung	
Canoeing/Kayaking			
Walking/Hiking/Trekking			

Radtouren		
Mountainbiking		
Multi-Activity Touren		
2.1 Nur CANOEING/KAYAKING		
Falls Sie gegenwärtig Canoeing/Kayaking-Programme in Finnland anbieten (oder in der Vergangenheit angeboten haben), wie würden Sie die Qualität dieser Angebote einschätzen? Gibt es etwas was Sie gerne an diesen Angeboten ändern würden?		
Für welche Art von Canoeing/Kayaking-Routen würden Sie Interesse zeigen? ☐ Meeresrouten ☐ Seenrouten ☐ Flussrouten (non-whitewater- Stromschnellen) ☐ Flussrouten (mit whitewater- Stromschnellen)		
Für welche Art von Canoeing/Kayaking-Produkten würden Sie Interesse haben? [bitte kreuzen Sie das/die passende/n Kästchen an] ☐ ausschließlich Kanu/Kajak ☐ Multi-Activity Touren inklusive Canoeing/Kayaking ☐ Canoeing/Kayaking-Produkte verbunden mit ‚Pausen‘ in Städten		
2.2. Nur WALKING/HIKING/TREKKING		
Falls Sie gegenwärtig Walking/Hiking/Trekking-Programme in Finnland anbieten (oder in der Vergangenheit angeboten haben), wie würden Sie die Qualität dieser Angebote einschätzen? Gibt es etwas was Sie gerne an diesen Angeboten ändern würden?		
Für welche Art von Walking/Hiking/Trekking-Produkten würden Sie Interesse zeigen? [bitte kreuzen Sie das/die passende/n Kästchen an] ☐ ausschließlich Walking/Hiking/Trekking ☐ Multi-Activity Touren inklusive Walking/Hiking/Trekking ☐ Walking/Hiking/Trekking-Produkte verbunden mit ‚Pausen‘ in Städten		
2.3. Nur MOUNTAINBIKING		
Falls Sie gegenwärtig Mountainbiking-Programme in Finnland anbieten (oder in der Vergangenheit angeboten haben), wie würden Sie die Qualität dieser Angebote einschätzen? Gibt es etwas was Sie gerne an diesen Angeboten ändern würden?		
Für welche Art von Mountainbiking-Produkten würden Sie Interesse zeigen? [bitte kreuzen Sie das/die passende(n) Kästchen an] ☐ ausschließlich Mountainbiking ☐ Multi-Activity Touren inklusive Mountainbiking ☐ Mountainbiking-Produkte verbunden mit ‚Pausen‘ in Städten		

3. ANGEBOT und MARKETING				
Welche Art von Unterkünften würden für Sie für Aktivurlaub-Pakete im Sommer in Finnland besonders in Frage kommen?				
Bitte kreuzen Sie das/die passende(n) Kästchen an	Canoeing/Kayaking	Walking/Hiking/Trekking	Mountain-biking	Multi-Activity Touren
Touristenklasse / Budgethotels				
Mittel- / Firstclass-Hotels				
Ferienhaus				
Ferienhaus mit Bed & Breakfast				
Jugendherbergen				
Feriendörfer				
Gasthäuser / Bed & Breakfasts				
Bauernhöfe / ländliche Unterbringungen				
Camping				

Andere, bitte beschreiben :			
Wie würden Sie bevorzugt Sommer-Aktivurlaub-Pakete in Finnland buchen? ☐ Direkt mit dem finnischen Anbieter ☐ Mit Hilfe eines finnischen ‚incoming-Touroperator‘ ☐ Anders – bitte beschreiben : _____			
Wann ist bei Ihnen der Stichtag für Entscheidungen ob Produkte in die Broschüren für den nächsten Sommer aufgenommen werden? ☐ Januar ☐ Februar ☐ März ☐ April ☐ Mai ☐ Juni ☐ Juli ☐ August ☐ September ☐ Oktober ☐ November ☐ Dezember			

Wo würden in Ihrer Firma Aktivurlaub Produkte für den Sommer bearbeitet werden? ☐ In einer separaten Finnlandabteilung ☐ In einer separaten Skandinavienabteilung ☐ In einer separaten Aktivurlaub-Abteilung ☐ In einer separaten Abteilung, abhängig vom Produkt (z.B. Fahrradreisen-Abteilung, Canoeing- Abteilung) ☐ Andere – bitte beschreiben : _____			
Bitte kreuzen Sie unten jeweils ein Kästchen für jeden Typ von 'Sales & Marketing Support' an, um dessen Bedeutung für Sie für den Verkauf von Produkten nach Finnland zu beschreiben :			
	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig
Mehr direkte Konsumentenwerbung, die Finnland im Allgemeinen als Sommerreiseziel bekannt macht			
Kannenerlernreisen für Sie und/oder Ihre Angestellten			
Finanzielle Zuwendungen für die Produktionskosten von Broschüren			
Infomappen für Tourpromotion			
Touristeninformationsmaterial über die Region (Druck)			
Touristeninformationsmaterial über die Region (CD Rom)			
Touristeninformationsmaterial über die Region (DVD)			
Rundreisen für Mitarbeiter			
Workshops um potentielle Anbieter kennen zu lernen			
Poster / Give-aways			
Promotion durch gezielte Medienwerbung (Anzeigen, Poster, Radio, TV, etc)			
Direkte Briefaktionen			

Welche Aspekte des Sommeraktivurlaubs in Finnland sind Ihrer Meinung wichtig, wenn sie die Wünsche/Vorstellungen des Kunden berücksichtigen?				
[Bitte schreiben Sie die passende Nummer in jedes der nebenstehenden Kästchen]: 1= sehr wichtig, 2= wichtig, 3= nicht sehr wichtig	Canoeing / Kayaking	Walking / Hiking/ Trekking	Mountain-biking	Multi-Activity Touren
Frische Natur Finnlands				
Vielfalt der unterschiedlichen Canoeing/Kayaking Routen (Fluss, See, Meer)				
Vielfalt der unterschiedlichen Walking/Hiking und Fahrrad-Gebiete				
Nationalparks				
Erfahrung und Qualität der finnischen Anbieter				
Vielfalt der unterschiedlichen Möglichkeiten für verschiedene Zielgruppen				
Vielfalt der Landschaften				
Sicherheit im Land				

Wie wichtig sind für Sie als Touroperator der Aktivurlaube plant die folgenden Aspekte?				
[Bitte schreiben Sie die passende Nummer in jedes der nebenstehenden Kästchen]: 1= sehr wichtig, 2= wichtig, 3= nicht sehr wichtig]	Canoeing / Kayaking	Walking / Hiking/ Trekking	Mountain- biking	Multi-Activity Touren
Unterstützung bei der Produktentwicklung				
Flexibilität des Anbieters hinsichtlich spezieller Anfragen				
Reservierungsablauf				
Hilfe bei der Routenplanung				
Sicherheitsüberlegungen				
Qualität der benutzten Ausrüstung				
Verfügbarkeit der benötigten Ausrüstung				
After-sales Service/Umgang mit Beschwerden				
Allgemeine Professionalität finnischer Canoeing/Kayaking Anbieter				
Sales & Marketing Support				
Möglichkeit für Last-Minute-Reservierungen				
Verlässlichkeit der finnischen Anbieter				
Qualität der bereitstehenden Unterbringungen				
Vielfalt der Landschaften				
Die Abgeschiedenheit der besuchten Gebiete (z.B. Entfernung zu städtischen Räumen)				
Problemlose Erreichbarkeit der besuchten Gebiete vom Ankunftsflughafen				
Andere – bitte beschreiben : _____				

Wie wichtig sehen sie folgenden Arten von Sonderangeboten an, wenn sie Ihre Aktivurlaube verkaufen?			
Bitte das passende Kästchen ankreuzen	Sehr wichtig	Wichtig	Nicht sehr wichtig
Sonderangebote wie z.B. 3 Nächte für den Preis von 2			
Frühbucherrabatte			
Spezielle Paketangebote für Fly+Drive+Canoe/Kayak			
Sonderangebote für bestimmte Zeiten im Jahr			

Welches Image haben für Sie die folgenden Gebiete als Sommerreiseziele und welche Aktivitäten passen Ihrer Meinung nach am besten dorthin?		
	Image	Welche Aktivität/Aktivitäten
Seengebiet Finnland		
Kuusamo		
Lapland		
West-Finnland		
Süd-Finnland		
Inselwelt Finnlands		

Arvoisa matkanjärjestäjä,

Suomen tuhannet järvet, kaunis luonto ja yötön yö tarjoavat upeat puitteet kesäisen aktiviteettimatkan toteuttamiseen. Kuitenkin on todettu, että Suomessa ei ole tarjolla matkanjärjestäjiä palvelevia, tasokkaita kesäaktiviteetteja.

Matkailun Edistämiskeskus ja useat EU-hankkeet ovat nyt yhteistyössä päättäneet tarttua kesäaktiviteettien kehittämiseen. Matkailun Edistämiskeskuksen kesämatkailukampanja toteutetaan vuosina 2002-2006. Tärkein osa kehittämistyötä on yhteistyössä matkanjärjestäjien kanssa tehtävä tuotekehitystyö, jota tullaan tukemaan vuosina 2003-2006 erilaisilla markkinointikampanjoilla. Osana tuotekehitystä tehdään valituilla markkina-alueilla muutamia matkanjärjestäjähaastatteluja, joilla kartoitetaan aktiviteettimatkojen sisältöä, hintatasoa sekä matkanjärjestäjien haluamia markkinointitoimenpiteitä. Olemme valinneet Teidän yrityksenne haastateltavien matkanjärjestäjien joukkoon.

Antamalla aikaasi haastatteluun osallistut Suomen kesäaktiviteettien tuotteistamiseen ja Sinulle tullaan tarjoamaan jo kesällä 2003 mahdollisuutta osallistua aktiviteettiopintomatkalle. Jatkossa toteutamme kesäaktiviteettikampanjaa yhteistyössä nyt mukaan lähteneiden matkanjärjestäjien kanssa.

Toivomme Teidän vastaavan kysymyksiimme. Vastaamiseen kuluu aikaa noin 20 minuuttia.

Teidän

Ellare Oy
Pirjo Räsänen

HAASTATELLUT MATKANJÄRJESTÄJÄT

Yritys**Vastaaja****Saksa**

AmphiTrek Radreisen GmbH
 BahnRadelReisen
 Baumeler
 Finnreise Spezial
 Locke Tours
 Natours Reisen GmbH
 Nordlichtreisen - Dueren
 Wikinger Reisen GmbH

Armin Manno
 Rainer Wilke
 Jutzet Andreas
 Leila Vallius-Fischer
 Dennis Spann
 Yörn Kreib
 David Blackall
 Sascha Thom

Iso-Britannia

Explore Worldwide
 Exodus Travel
 Activities Abroad
 Emagine
 Discover Adventure
 Tall Stories
 Headwater Holidays
 Neilson Active Holidays
 Walks Worldwide
 Sherpa Expeditions

Mike Fox
 Mike James
 Barry Nolan
 Nicky Jackson
 Darren Nicholsson
 Sophie Haynes
 Steven Murray
 Trevor de Villiers
 Helene Woop
 Delphine Bouquet

Ranska

Bennett
 Nord Espaces
 Scanditours
 Atalante
 Sarl Perrenoud Trail-Rando
 Grand Nord Grand Large
 Voyageurs du Monde

Pierre Lumbroso

 Vincent Petit
 Stephanie Laurain
 Philippe Perrenoud
 Damienne Corpet
 Estelle Peiffert

Benelux - maat

SVP Naturreisen
 Buro Skandinavia
 Activa Tours
 Nortrek
 De Jongintra
 Finland Vakanties Westerman
 Joker Tourisme
 Eigen Wijze Reisen
 Sindbad Wandelvakanties

Peter van Damme
 Laura Brenner
 Dim Hemels
 Jaqueline de Witt
 Tanja de Munck
 Bernard Westerman
 Theo Maesen
 Daniela Knippenberg
 Peter Grothuis

TAVATUT MATKANJÄRJESTÄJÄT

Yritys**Vastaaja****Saksa**

AmphiTrek Radreisen GmbH
 Club Aktiv
 Dertour
 Mare Baltikum Reisen
 Natours Reisen GmbH
 Norvista
 Ruckenwind Reisen
 Velociped Fährsreisen

Armin Manno
 Patricia Lawitscha
 Nicolle Phillip
 Andres Vainumäe
 Yörn Kreib
 Merja Pollock
 Dietmar Baumanns
 Christian Rhode

Iso-Britannia

Country Lanes
 CTC / Cyclists Touring Club
 Ebookers
 Exodus Travel
 Inntravel
 Oksana Travel
 Sherpa Expeditions
 Special Places
 Walks Worldwide

Susan Achmatowicz
 Jim Maynard
 Laura Ashley
 Mike James
 Simon Wrench
 Steve Banner
 Trina
 Toby Brocklehurst
 Lauren Proctor

Benelux - maat

Buro Scandinavia
 Carlson Wagonlit Travel
 Cycletours/Sindbad wandelvakanties
 Finland Vakanties Westerman
 Nortrek
 SNP Naturreizen
 Viking Vakanties

Laura Benner
 Tina Theunis
 Peter Groothuis
 Bernard Westermans
 Jacqueline van Es
 Marieke Reisinger
 Sjoerd Timmermans

TUOTTEET, KARTAT JA MATERIAALI KOSKIEN PYÖRÄILYÄ JA VAELLUSTA**PYÖRÄILY**

Kenen esite/ kartta/tuote?

1. Vihreän Kullan kulttuuritie
2. Mäntyharjun merkatut pyöräilyreitit
3. Savonlinnan alueen pyöräilyreitit
4. Kuopion pyöräilykartta 2002
5. Varkaus ympäripyöreästi

Vihreän Kullan Kulttuuritie

Savonlinnan matkailupalvelu
 Kaupungin tekninen virasto
 Varkauden elinkeinotoimisto, kulttuuritoimisto ja museo

6. Varkauden pyöräily- ja ulkoilukartta
7. Pyöräillen läntisellä Uudellamaalla
8. Itäinen Uusimaa ja Kymenlaakso
9. Päijät-Häme ja Keski-Suomi
10. Saimaan ympäri
11. Ulkoilureitit Mikkeli
12. Retkeilijän Etelä-Karjala, Saimaan pyöräilyreitti

Varkauden kaupunki
 Jaloin/Easy Living Oy
 Jaloin/Easy Living Oy
 Jaloin/Easy Living Oy
 Jaloin/Easy Living Oy
 Mikkelin kaupunki
 Etelä-Karjalan matkailupalvelut

VAELLUS

1. Karjalan kierros -kartta
2. Karelia Finland
3. Retkeilijän Etelä-Karjala
4. Pirkan Taival retkeily- ja matkailukartta
5. Loma-Savo, Pohjois-Savon retkeilyreitit
6. Heinäveden latu- ja retkeilyreitit
7. Luostarivaellus: Valamo-Lintula-Eräpaimen
8. Luostarien ja Kanavien Heinävesi
9. Luostaritien elämyksiä
 Luonnosta luostariin
10. Oikea seikkailu METSÄKARTANO
11. Kuopion luontokohteet
12. Luontopolku Neulamäki
13. Niittylahden ulkoilualue
14. Halmejoki
15. Kolmisomppi-Neulamäki
16. Puijo
17. Suovu-Palonen outdoor recreational route
18. Karhonsaari
19. Ruunaa hiking area
20. Petkeljärvi National Park
21. The Urho Kekkonen National Park
22. Nuuksio National Park
23. Helvetinjärvi National Park
24. Telkkämäen luonnonsuojelualue
25. Niittylahden-Riistaveden luontopolut
26. Savonlinnan itäinen ulkoiluverkosto

Karelia Expert
 North Karelian Tourist Service
 Etelä-Karjalan liitto
 Pirkanmaan kunnat
 Pohjois-Savon liitto
 Heinäveden kunta
 Valamon luostari/Eräpaimen/Huskyfun/Korintti
 Heinäveden matkailu
 Eräpaimen Oy, Vuorela

Metsäkartano, Rautavaara
 Kuopion kaupunki ympäristökeskus
 Kuopio ympäristölautakunta (1992)
 Kuopion kaupunki
 Kuopion kaupunki
 Kuopion kaupunki
 Kuopion kaupunki
 Kuopion kaupunki
 Kuopion kaupunki
 Metsähallitus
 Metsähallitus
 Metsähallitus
 Metsähallitus
 Metsähallitus
 Metsähallitus
 Itä-Kallaveden kylät & Kuopion luonnon ystävien yhdistys
 Savonlinnan Matkailupalvelu

N=60 Melonta	Hotelli / turistiluokka	Hotelli/ keskitaso tai parempi	Mökki tai lomahuoneisto	Mökki palveluilla	Hostelli	Lomakylä	Kestikievari tai B&B	Maaseutu- majoitus	Leirintä
Iso-Britannia	2	3	2	0	0	0	2	2	2
Benelux-maat	3	0	1	2	1	0	5	3	5
Saksa	1	0	1	2	0	0	0	3	5
Ranska	2	0	2	2	1	0	3	2	1
Yhteensä	8	3	6	6	2	0	10	10	13

Taulukko 1. Mitkä majoitusvaihtoehdot kiinnostavat?

N=79 Vaellus	Hotelli / turistiluokka	Hotelli/ keskitaso tai parempi	Mökki tai lomahuoneisto	Mökki palveluilla	Hostelli	Lomakylä	Kestikievari tai B&B	Maaseutu- majoitus	Leirintä
Iso-Britannia	3	2	3	1	0	0	5	4	3
Benelux-maat	5	1	1	2	1	1	7	3	2
Saksa	3	0	2	3	0	0	3	3	3
Ranska	2	0	3	1	2	2	3	4	1
Yhteensä	13	3	9	7	3	3	18	14	9

Taulukko 2. Mitkä majoitusvaihtoehdot kiinnostavat?

N=84 Multiaktiiviteetti	Hotelli / turistiluokka	Hotelli/ keskitaso tai parempi	Mökki tai lomahuoneisto	Mökki palveluilla	Hostelli	Lomakylä	Kestikievari tai B&B	Maaseutu- majoitus	Leirintä
Iso-Britannia	5	4	4	2	0	1	6	3	3
Benelux-maat	4	0	2	2	1	2	3	1	2
Saksa	4	0	3	2	0	2	3	4	0
Ranska	4	3	3	1	0	4	3	3	0
Yhteensä	17	7	12	7	1	9	15	11	5

Taulukko 3. Mitkä majoitusvaihtoehdot kiinnostavat?