

Vene vie –esiselvityksen kokonaisuuteen kuuluvat erillisinä julkaistut Vene vie -raportit:

1. Kyselytutkimus – Sähköisen kyselytutkimuksen yhteenveto
2. Kirjallisuuskatsaus – Katsaus muihin vesistömatkailun tutkimuksiin ja -raportteihin
3. Satamaraportti - Yhteenveto vierassatamien- ja laitureiden kuntokartoituksesta sekä rakentamistarpeista
4. Loppuraportti - Vene vie –esiselvitys Pirkanmaan vesistömatkailun ja vierasvenesatamien kehittämisestä

Vene vie – kirjallisuuskatsaus

Katsaus muihin vesistömatkailun tutkimuksiin ja – raportteihin



PIRKANMAA

Arto Lammintausta
Tampereen satamatoimisto, 14.10.2015

SISÄLLYS

Kirjallisuuskatsauksen taustaa.....	2
Lyhyesti Pirkanmaan vesistöistä	3
Vene vie –näkökulma ja kansallinen matkailustrategia	3
Kotimaiset raportit.....	4
Pirkanmaa	4
Selvitys vesistömatkailun edellytyksistä Pirkanmaalla.....	4
Puhtaat vedet Pirkanmaan voimavarana	5
Muu Suomi.....	7
Outdoors Finland.....	7
Päijät-Hämeen matkailustrategia	7
Etelä-Karjalan matkailustrategia	8
Oulujärven vesistömatkailu	8
Itsestänselvyydestä toimintaan.....	9
Kesän luontoaktiviteetit	10
Suomen saaristo- ja vesistömatkailu.....	11
Oi jos Suomen järvet matkakohteiksi muuttuisi.....	11
Järvimatkailukohteet Pyhäjärven-Längelmäveden alueella.....	14
Ulkomaat.....	18
Lake Tourism: An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems	18
Water Tour	18
Eurooppalainen järvikoulu.....	20
Wassertourismus in Deutschland.....	22
Yhteenveto	24
Lähteet.....	28

KIRJALLISUUSKATSAUKSEN TAUSTAA

Vene vie –hankkeen eräänä osana oli vesistömatkailun ja vierasvenesatamien kehittämisen tiedollisen pohjan laajentaminen aiempien kotimaisten ja ulkomaisten hankkeiden kautta. Tätä osuutta varten kerättiin tutkimusraportteja sekä selvityshankkeista, että toteutusprojekteista. Näiden kautta pyrittiin löytämään onnistumisen elementtejä, joita voitaisiin hyödyntää Vene vie –hankkeen implementointiosuudessa, tai muissa tulevilla toteutushankkeissa.

Materiaalin analysoinnissa pyrittiin löytämään yhdenmukaisuuksia erilaisten vesistömatkailuhankkeiden kesken, sekä myös tunnistamaan selkeitä eroavaisuuksia, kuten esimerkiksi alueellisia tai matkailutoimijoihin liittyviä eroja, sekä tekemään johtopäätöksiä erojen vaikutuksista Pirkanmaan vesistömatkailun kehittämiseen. Tässä osuudessa kuvataan löydetty hankkeet ja esitellään tiivistetysti niiden löydökset ja analysoidaan niiden avainkohdat Vene vie –hankkeen näkökulmasta.

Samalla annetaan taustakartoituksen ja kyselyaineiston pohjalta analysoiva kuvaus Pirkanmaan vesistömatkailuun liittyvistä palvelutarpeista ja kehittämiskohteista sekä tarkastellaan näitä kehittämistarpeita eri intressiryhmien näkökulmasta.

Taloudellisesti haasteellisena aikana on erityisen tärkeää keskittyä hyödyntämään jo olemassa olevaa kalustoa, kohteita ja reitistöjä löytämällä uusia matkailijaryhmiä näiden käyttäjiksi. Kasvupotentiaalia on löydettävissä erityisesti ulkomaisista matkailijoista, joita Pirkanmaa houkuttelee saavutettavuutensa, puhtaan luonnon ja hyvien palveluidensa avulla. Erityisenä haasteena on kuitenkin löytää oikeat keinot markkinoida Pirkanmaan tarjoamia elämyksiä juuri oikeille kohderyhmille.

Koska esiselvitys kerää tietoa implementointivaihetta varten, on tärkeää kiinnittää huomiota vesistömatkailun laajoihin kokonaisuuksiin, kuten vesistömatkailun infrastruktuuriin, satamien palveluihin, viihtyvyyteen, markkinointiin ja kaluston laadukkuuteen. Hankkeen jatkoon kannalta on oleellista kehittää ymmärrystä siitä, miten kunnat voivat tuottaa ja kehittää sekä digitaalista, että fyysistä infraa, jotta vesistömatkailulla olisi hyvä kasvualusta näkyvyyden lisäämiseen ja matkailutuotteiden jatkokehittämiseen.

LYHYESTI PIRKANMAAN VESISTÖISTÄ

Kokemäenjoen vesistö on Suomen viidenneksi suurin vesistö. Sen vesistöalue kattaa yhteensä noin 8 % koko Suomen pinta-alasta. Nimensä vesistö saa laskujokensa, Kokemäenjoen mukaan. Vesistön suurimmat vesialueet Näsijärvi – Pyhäjärvi (Pääjärvi) – Vanajavesi, muodostavat laajuudeltaan 27 100 km² valuma-alueen. Vesistö on pääsääntöisesti puhdas ja yleisin järvien laatuoluokitus Kokemäenjoen vesistön vesiensuojeluyhdistyksen mukaan on hyvä. Alueellisia eroja laadussa luonnollisesti on.

Saimaa on historiallisista syistä ja kokonsa puolesta saanut merkittävän sijan järvimatkailussa ja nousee selkeimmin esille järviolueiden markkinoinnissa. Pirkanmaalle, Näsijärven ja Pyhäjärven muodostamalle vesistöalueelle sijoittuvat kuitenkin Suomen vilkkaimmat sisävesisatamat. Matkustajamäärät ovat Suomen suurimmat ja Tampereen sijainti kahden suuren järven välissä on myös erityinen, antaessaan mahdollisuuden käyttää kaupungin palveluita vesistömatkailuun näillä kahdella järvellä. Lisäksi Pirkanmaalla on muita järviolueita, kuten Kyrösjärvi, Liekovesi, Rautavesi, Kulovesi, Roine ja Mallasvesi, jotka täydentävät Pirkanmaan järvimatkailun mahdollisuuksia eri kunnissa ja antavat jokaisessa kunnassa mahdollisuuden liittää vesistömatkailun mahdollisuuksia muuhun matkailuun.

VEINE VIE –NÄKÖKULMA JA KANSALLINEN MATKAILUSTRATEGIA

Vene vie –hanke tavoittelee omalta osaltaan ”Suomen matkailustrategia 2020” –julkaisuun kirjattuja päämääriä, joista mainittakoon mm. seuraavaa:

- Suomi tarvitsee uusia menestyviä ja kasvavia toimialoja.
- Matkailualan kasvumahdollisuudet Suomessa ovat hyvät.
- Matkailun vahvuudet ovat ainutlaatuinen asema Venäjän naapurina, vetovoimaiset matkailualueet, sekä matkailukeskittymien palvelujen monipuolisuus.

Vastaavasti heikkouksina nostetaan esiin saavutettavuus yleensä, tuntemattomuus ja korkea hintataso. Vesistömatkailu on kuitenkin nähty yhtenä selkeänä kehitettävänä tuoteteemana. Kaikista haasteista huolimatta asia tulisi siis nähdä niin, että vesistömatkailun kehittäminen on mahdollisuus jota myös tuetaan valtakunnallisessa strategiassa ja oikealla tavalla toteutettu kehittäminen tuottaa aikanaan myös toivottua tulosta.

Strategiassa todetaan, että Suomen matkailutuotteiden tulee pohjautua suomalaiseen kulttuuriin sekä luonnon erityispiirteisiin kestävän matkailun periaatteiden mukaisesti. Kehitettävät tuoteteemat ovat:

1. lumi- ja joulutuotteet
2. **vesistötuotteet**
3. suomalaiset hyvinvointituotteet
4. tapahtumat

Vesistömatkailun kannalta omien tuotteiden kehittäminen on siis erittäin tärkeällä sijalla kansallisessa matkailustrategiassa. Tuotteiden kehittäminen sinällään on tietenkin matkailuyrittäjien harteilla ja hankkeen keskeisenä tavoitteena on luoda riittävät edellytykset näiden yrittäjien toiminnalle. Kohdat 1., 3. ja 4. voivat joissakin tapauksissa – ja ehdottomasti tulisi – pyrkiä liittämään osaksi vesistöissä ja vesistöjen äärellä toteutettavia palveluita.

KOTIMAISET RAPORTIT

Kotimaasta löytyy useita raportteja vesistömatkailun tutkimus- ja kehityshankkeista. Raportit kuvailevat pitkälti samankaltaisia haasteita, joita myös Pirkanmaalla on tunnistettu; maantieteellinen etäisyys Keski-Euroopasta, lyhyt veneilykausi, vähäinen tai huonosti toteutettu tuotteistus.

Vastaavasti kotimaiset matkailustrategiat nostavat vaihtelevassa määrin esiin usein samankaltaisia mahdollisuuksia, joissa heijastuu pääkaupunkiseudun vetovoiman hyödyntäminen, Pietarin läheisyyden hyödyntäminen, hyvinvointimatkailun ja luontomatkailun kehittäminen.

PIRKANMAA

SELVITYS VESISTÖMATKAILUN EDELLYTYKSISTÄ PIRKANMAALLA

Vene vie –hankkeen kannalta merkittävä kuvaus on Tiia Luomasen vuonna 2010 Pirkanmaan liiton toimeksiannosta koostama ”Selvitys vesistömatkailun edellytyksistä Pirkanmaalla.” Luomasen raportti toimii relevanttina lähteenä, johon on kerätty tiedot kalastusmatkailukohteista, kanavista, kirkoista ja kylistä, laivareiteistä, melontareiteistä, palveluntarjoajista, rantayleiskaavoista, satamista ja vaellus- ja pyöräreiteistä, sekä vesi- ja ranta-tapahtumista.

Luomasen selvitys on edelleen varsin hyvin ajantasainen useimpien tietojen osalta. Luonnollisesti tapahtumat ovat vuosittain vaihtuvia ja laivareittien aikatauluissa on joitakin pieniä muutoksia. Matkailuyrittäjien tiedoissa on muutoksia, mm. joitakin ravintola- ja kahvilayrittäjiä on vaihtunut tai tullut lisää ja vesijettivuokraajia ja vastaavia on tullut uusia. Satamien tiedot ovat pitkälti edelleen paikkansa pitäviä. Nopeasti vaihtuvat tiedot olisivatkin parhaiten selvitettävissä erilaisista verkkopalveluista ja jatkossa olisi hyvä harkita voitaisiinko vastaavan kaltaiset selvitykset, jotka sisältävät alati muuttuvaa tietoa, koota staattisen raportin sijaan verkkoon, jossa voitaisiin tarjota tiedot ajantasaisina ja osittain palveluntarjoajien ylläpitäminä.

Satamien kehittämistarpeesta raportissa kerrotaan:

”Satamien määrän, tilanteen ja palveluiden kartoittaminen on merkittävässä roolissa, kun tavoitteena on parantaa Pirkanmaan luonto- ja vesistömatkailun edellytyksiä. Yhä useampi suomalainen odottaa vesistömatkailulta luonnonrauhaa, mutta samalla yhteydet kaupunkeihin halutaan säilyttää, mikä tekee Tampereesta ja Pirkanmaasta potentiaalisen omatoimimatkailejien kohteen.”

Joissakin satamissa on toteutettu pienempiä, joissakin suurempia parannuksia sitten Luomasen raportin julkaisemisen 2010. Esimerkiksi Tampereen Naistenlahdessa ja Santalahdessa on tapahtunut isoja muutoksia ja Ruoveden satamassa on panostettu niin sataman yleisilmeeseen kokonaisuutena, kuin uuteen satamaravintolaan ja uimarannan laituriin ja hyppytorniin. Jatkuva kehitys ja veneilijöiden ja matkailijoiden tarpeiden kuuleminen ovat kuitenkin avainasemassa satamien tulevaisuuden kannalta. Palveluiden odotetaan jatkuvasti parantuvan ja digitalisoinnin vaatimukset kohdistuvat myös luonto- ja vesistömatkailuun. Elämysten kokemisen toivotaan tulevan entistä helpommaksi, kuitenkin vaarantamatta matkailijan kaipuuta luontoon ja vesielementin kokemiseen.

Luomasen raportti on hyvä perusteos Pirkanmaan vesistömatkailun edellytyksistä ja sen pohjalta olisi voitu edetä jo nopeamminkin selvittämään vesistömatkailun kuntakohtaisia kehitystarpeita. Luomasen raportti ei kuitenkaan pyrkinytkään muuhun, kuin kartoittamaan vuoden 2010-tilanteen. Raportin päätelmät toteavat silloisen tilanteen ja sen, että edellytykset vesistö- ja luontomatkailumahdollisuuksien suhteen ovat hyvät. Kuten Luomanen kirjoittaa, satamia on runsaasti

ja lisärakentamisen tarve on tunnustettu, matkailukohteiden ja melontamatkailun markkinoinnin suhteen tarvitaan kehittämistoimia ja niin edelleen. Joitakin raportissa mainittuja toimenpiteitä on jo sittemmin toteutettukin, kuten Pispalan uittotunnelin avaaminen ja Kulo- ja Rautaveden sisävesiristeilyjen käynnistäminen.

Tulevaisuudesta Luomanen toteaa sivulla 46:

”Tulevaisuuden vesistömatkailussa Pirkanmaalla, ja myös maakunnan rajojen ulkopuolella, matkailua helpottava palvelu on Sailmate-palvelu, joka on veneilijöille tarkoitettu kattava reitityspalvelu verkossa. Palvelu yhdistää käyttäjilleen sään, veneilyreitit, Liikenneviraston päivitettyt merikartat sekä mielenkiintoiset nähtävyydet ja kohteet. Palvelu kattaa merikartat sekä järviolueilta että rannikoilta. Raportin palveluntarjoajia koskevat tiedot ovat peräisin kuntien ja palveluntarjoajien internet-sivustoilta sekä Pirkan taival, retkeily- ja matkailukartasta.”

Valitettavasti Sailmate-palvelua, iSailor-sovellusta tai muutakaan vastaavaa ei vielä ole Pirkanmaalla käytössä siinä mittakaavassa, että se antaisi monipuolisesti tietoa paikkakuntien ja satamien palveluista. Reittisuunnitteluun ne kylläkin käyvät, mutta palveluiden näkyminen kartalla on vielä kokeiluasteella, eivätkä veneilijät sisävesillä juurikaan tunne tätä ohjelmistoa. Indikaatioita tarpeesta on olemassa ja onkin hieman hämmäntävää, että monien älypuhelinsovellusten laajassa valikoimassa ei ole sopivaa sovellusta, jolla veneilijät ja matkailijat voisivat helposti tarkistaa satamien tarjoamat palvelut. Vene vie –hankkeen yhtenä implementointivaiheen toteutuksena tulisi vähintäänkin tutkia tarkemmin eri vaihtoehdot ja niiden soveltuvuus Pirkanmaalle, mukaan lukien mahdollisuudet oman sovelluksen kehittämiseen, mikäli Sailmate, tai vastaavat sovellukset eivät tulisi kyseeseen.

Luomanen tiivistää raportin lopussa tilanteen seuraavasti:

”Kaikki edellä mainitun kaltaiset kehittämistoimenpiteet ovat hyvä alku matkalla kohti vesistömatkailun mallimaakuntaa. Suuressa roolissa tulee olemaan myös raportissa käsiteltyjen erilaisten ulottuvuuksien välisten yhteyksien kehittäminen. Majoituspalveluiden sekä välinevuokraus- ja ohjelmalveluiden tuottajien yhteistyönä kehittämät kokonaisvaltaiset palvelukokonaisuudet ja palveluketjujen sujuvuuden lisääminen ovat esimerkkejä tulevaisuuden luontomatkailemisen kehittämismahdollisuuksista.”

PUHTAAT VEDET PIRKANMAAN VOIMAVARANA

Ekokumppanit Oy käynnisti keväällä 2012 keskustelun Vanajavesikeskuksen mallia soveltavan vesistökeskuksen perustamisesta Pirkanmaalle. Käynnistystyön pohjaksi haluttiin kuitenkin ensin tehdä selvitystyö, jonka pohjalta Pirkanmaan liitto myönsi kehittämisrahaa ”Puhtaat vedet Pirkanmaan voimavarana” –esiselvitystä varten. Matti Pollarin koostama esiselvitys keskittyi vesistöliitännäisten elinkeinotoimijoiden yhteistyömahdollisuuksien ja tarpeiden kartoittamiseen, sekä vesistöjen voimavarapotentiaalin hyödyntämiseen.

Pollari toteaa raportissaan muun muassa, että ”puhtailla vesistöillä on luonnonarvojen lisäksi merkittävä taloudellinen ja sosiaalinen voimavara.” Hän myös viittaa Suomen matkailustrategia 2020:een ja sanoo, että ”matkailu on työvoimavaltainen ja pk-yrityksiin painottuva ala. Se työllistää paljon nuoria ja sillä on vahvat välilliset kerrannaisvaikutukset alueen talouteen.” Lisäksi Pollari viittaa Pirkanmaan maakuntaohjelmaan (2011 – 2014) ja sen tavoitteisiin tehdä Pirkanmaasta maan haluttavin asuin- ja muuttokohde.

Näiden huomioiden pohjalta Pirkanmaan vesistömatkailun kehitys tulisi nähdä yhtäläillä tärkeänä kilpailutekijänä viihtyisälle asumiselle, kuin mahdollisuutena lisätä alueen työllisyyttä panostamalla

vesistömatkailun infrastuktuuriin ja kaikkiin järvi- ja luontomatkailun palveluiden kehittämiseen. Panostamalla rohkeasti alueen matkailubrändin kehittämiseen, palvelutason nostamiseen ja satamien viihtyisyyden kehittämiseen voidaan luoda matkailualalle uusia työpaikkoja, kehittää alueen houkuttelevuutta monipuolisena asuinalueena ja hankkia lisää matkailutuloa, josta hyötyvät sekä nykyiset palveluntuottajat, että uudet yrittäjät.

Pollari lainaa silloista Laatujohtaja Kari Saikkosta, joka tiivistää Pirkanmaan tilanteen seuraavasti:

”Tredean ja matkailun kannalta yleisestikin on ensiarvoisen tärkeätä, että Pirkanmaa voi jatkossakin houkutella ulkomaisia matkailijoita puhtaalla luonnolla. Meidän alueellamme tämä tarkoittaa useimmiten vesistöjä. Toimintamme kannalta keskeisessä asemassa ovat Näsijärven ja Pyhäjärven alueet. Koko Suomi tunnetaan maailmalla parhaiten juuri puhtaasta luonnostaan. Tampereestakin monet ulkomaiset toimittajat toteavat, että se on `mukava pikkukaupunki kahden suuren järven välissä.` Meillä ei siis ole varaa menettää tätä etua.”

Pirkanmaan luontoa on siis hyödynnettävä keskeisenä matkailullisena elementtinä, samalla muistaen, että luonnosta ja vesialueista on myös pidettävä huolta, jotta tätä keskeistä matkailun myyntivalttia ei menetetä. Mm. kalatalousneuvoja Ismo Kolarin mukaan kalastusmatkailun osalta on päästy eteenpäin mutta muutoin vesistöt ovat edelleen monin tavoin uinuva mahdollisuus. Isoille järville pääseminen on yllättävän hankalaa, yleiset tiet vesien äärelle ja rantautumispaikat ovat yksi konkreettinen puute, parannukset hyödyttäisivät monia elinkeinotoimijoitakin.

Lopuksi Pollari toteaa, että esiselvityksessä tehtyjen haastattelujen perusteella ”potentiaalia - - on olemassa, selvityksiä on riittävästi, nyt on tärkeää siirtyä selvitystyöstä toimintaan.” Ja lisäksi hän jatkaa, että ”ensisijainen maakunnallinen yhteistyötarve on viestinnässä ja markkinoinnissa”, sekä ”eri toimijoiden välisessä tiedonvaihdossa on edelleen paljon kehittämisen varaa.”

Luodessaan katsauksen vuonna 2012 tehtyyn ”Veneilijöiden säännöstelyn vaikutustutkimukseen”, Pollari kertoo seuraavaa:

”Hämeenlinnan navigaatioseuran, Näsijärven Purjehdusseuran ja Tampereen Pursiseuran yhteisen työryhmän laatimassa veneilijöiden säännöstelykokemuksia kartoittaneessa kyselyssä vuodelta 2012 tiedusteltiin samalla myös kokemuksia palvelusatamista ja vesistön tilasta yleisemmin. Vastausten perusteella palvelusatamien palveluissa on parantamisen varaa, pääosin ne saavat arvostuksen vaatimaton tai kohtuullinen. Näsijärven puolella tilanne on parempi, puolet veneilijöistä kokee palvelujen laadun riittäväksi tarpeisiinsa. Näsijärven eteläpuolen vesistöissä vastaava luku on kolmannes. Useissa vastauksissa kaivataan lisää tankkauspaikkoja, WC:itä, tiskaus- ja peseytymistiloja sekä kauppoja ja ravintolapalveluita.”

Aiemman pohjalta voidaan todeta, että veneilijöiden tarpeiden kehittämisen kannalta kehityskohteet ovat nyt erittäin hyvin tiedossa, sillä edellä mainitut kehitystarpeet ovat linjassa Vene vie -hankkeessa tehdyn sähköisen kyselyn kanssa. Kuntakohtaisia eroja löytyy ja niissä on tukeuduttava kyselyiden tulosten lisäksi myös paikallisen veneilyseuran ja kunnan väliseen dialogiin tarkennusten tekemiseksi. Pääosin voidaan pitää siis selkeänä, mitä palveluita tulisi parantaa ja lopullinen päätöksenteko toimenpiteistä, niiden rahoittamisesta ja kehityshankkeiden ajoittamisesta jää toteuttavien tahojen harkintaan.

OUTDOORS FINLAND

Kesäaktiiviteettien kehittämistä on viime vuosina toteutettu systemaattisesti **Outdoors Finland (OF)** -katto-ohjelman puitteissa. Euroopan maaseuturahaston rahoittamana toimiva aktiiviteettien kehittämissuunnitelman koordinoitihanke on toiminut vuodesta 2009 aktiiviteettimatkailun valtakunnallisena koordinoijana erityisesti tuotekehityksen edistämiseksi. Lisäksi se on keskittynyt kansainvälistymisen edistämiseen. Se on koostunut valtakunnallisen aktiiviteettien kehittäjien verkoston ja tuottanut tietoa, työkaluja ja kohtaamisareenoita toimijoiden käyttöön. OF koordinaatioon kuuluu alueellinen useamman maakunnan kattava OF etelä –hanke (Uusimaa, Etelä-Karjala, Kymenlaakso, Häme). OF tarjoaa järvimatkailun kannalta tietoa melontamahdollisuuksista, -reiteistä ja –välinevuokrauksesta. Sivuston tarkoituksena ei ole tarjota tutkimustietoa, mutta se toimii esimerkkinä maankuntia yhdistävästä yhteistyöstä tietyn vesistömatkailuelementin markkinoinnin toteuttamisesta.

Hanke on tuottanut myös tutkimustietoa ja **Outdoors Finland Etelä-Savo –aktiiviteettien kehittämissuunnitelma** on elinkeinojen kehittämishanke, joka selvittää, arvioi ja kehittää yleisiä aktiiviteetteja ja matkailun toimintaedellytyksiä Etelä-Savossa. Hankkeessa katsotaan melonnan lisäksi myös kalastusmatkailun kehitystarpeita, sekä retkiluistelua, joka on vesistömatkailun talvikauden aktiiviteetti. Dokumentissa todetaan mm. melonnan osalta, että ajantasainen informaatio, vähintään englannin kielellä on tärkeää kansainvälisiä markkinoita ajatellen ja yhteinen matkailuportaali olisi mahdollinen. Kalastusmatkailun suhteen nähdään, että alueen vetovoimaisuuden lisäämiseksi tarvitaan tehokkaampaa verkostoitumista ja yhteistyötä eri palveluja tarjoavien yritysten välillä. Tämä on keskeinen teema myös Pirkanmaalla, eli verkostossa pitäisi pyrkiä siihen, että palveluyrittäjät aktiivisemmin suosittelisivat oheistoimintoja tarjoavia palveluita omille asiakkailleen. Kuten dokumentissa todetaan, tällainen toimintamalli helpottaa asiakkaan ostopäätöstä ja vaikuttaa asiakkaan viipymään. Retkiluistelusta todetaan, että Itä-Savoon on muodostunut vahva retkiluistelu- ja –palveluiden keskittymä. Haasteina ovat vaihtelevat talviolosuhteet ja reittien käyttö luvatta muihin tarkoituksiin. Pirkanmaalla retkiluistelun suurin haaste lienee Savon leudommat talvet, jotka tekevät jääolosuhteiden ennustettavuuden vaikeaksi.

PÄIJÄT-HÄMEEN MATKAILUSTRATEGIA

Päijät-Hämeen matkailustrategia 2010–2015:ssa viitataan sivulla 8. matkailualan toimijoiden keskuudessa toteutettuun kyselyyn, jonka mukaan yritykset ja organisaatiot tarvitsevat kaikkein eniten markkinointia. Toiseksi yleisin tarve oli saada tietoa julkisista rahoitusmahdollisuuksista ja tietoa yleisistä ajankohtaisista matkailuasioista. Lähes puolet vastaajista ilmoitti tarvitsevansa oman yrityksen kehittämiseen liittyvää neuvontaa. 41.1% kaikista vastaajista käytti vuodessa 2000 € markkinointiin, tyypillisesti internet-sivuston ylläpitoon. Lisäksi markkinointiin käytettiin esitteitä, messu- ja myyntitapahtumia. Strategiassa myös todetaan, että Lahden imago ei ole yhtä selkeä, kuin Tampereella tai Lappeenrannalla, eli haasteeksi koettiin paikallisen identiteetin puute, toiminnan harrastelijamaisuus, markkinointiresurssien puute, verkostoitumisen puute ja vetovoimaisen matkailukohteen puute.

Vaikka Tampereella ja osassa muita Pirkanmaan kuntia on selkeämpi paikallinen identiteetti ja vetovoimaisia kohteita, joista mainittakoon esimerkiksi Särkänniemi, Serlachiuksen taidemuseot ja Ikaalisten kylpylä, on olemassa olevien kohteiden jatkuva kehittäminen äärimmäisen tärkeää imagon

säilyttämisen kannalta. Tästä oivana esimerkkinä toimii Mänttä-Vilppulassa toteutettu panostus taidemuseoiden kehittämiseen ja sitä kautta huomattavasti lisääntyneet kävijämäärät. Uudistuminen on välttämätöntä erityisesti kotimaan matkailijoita ajatellen, mutta tärkeää myös ulkomaalaisten matkailijoiden suhteen. Tosin, ulkomaalaisten matkailijoiden suhteen tulisi ehkä tässä vaiheessa pitää painopistettä markkinoinnissa samalla, kuin kohteita kehitetään, jotta tunnettuus saadaan nostettua riittävälle tasolle.

Mikäli Pirkanmaan matkailuyrittäjien keskuudessa havaitaan samaa harrastelijamaisuutta, kuin Lahden seudulla, tulisi asiaan puuttua tarjoamalla asiantuntevaa yrittäjäneuvontaa erityisesti matkailualan yrittäjille. Yrittäjäneuvontaa on saatavissa useimmissa kunnissa, mutta tällä hetkellä se painottunee erityisesti start up -yrittäjyyteen ja saattaa olla, että matkailupuolen yrittäjät eivät ole saaneet riittävästi tietoa neuvontamahdollisuuksista. On myös mahdollista, että tietoa tuen saamisesta on, mutta resurssit eivät riitä tai oletetaan, että neuvonta ei ole riittävän kohdennettua matkailuyrittäjille.

ETELÄ-KARJALAN MATKAILUSTRATEGIA

Etelä-Karjalan matkailustrategia 2006-2015 mainitsee, että alueen yrittäjät pitävät Saimaata ja vesistömaisemia alueen vahvimpina vetovoimatekijöinä. Dokumentissa kerrotaan, että: ”Suomalaiset yhdistävät mielikuvissaan Saimaan Etelä-Karjalan matkailutarjontaan. Ulkomaalaiset matkailijat mieltävät Saimaan ainutlaatuisena ja monipuolisena matkailu- ja luontoelämysalueena, joka tarjoaa mielenkiintoisia tuotteita ympäri vuoden. Saimaa-brändi on niin vetovoimainen, että matkailijat haluavat samaistua siihen. Yhteistyö on monipuolista muiden Saimaan alueen maakuntien matkailuelinkeinon kanssa.”

Saimaan alueen erityispiirteisiin kuuluu Pietarin läheisyys ja venäläisille Etelä-Karjala on sekä matkakohde, että kauttakulkualue, jonne matkailutuloa kertyy molemmin tavoin. Pirkanmaalla on jonkin verran samankaltaisuutta sikäli, että Venäjän läheisyydestä voidaan hyötyä samoilla keinoin, tosin hieman eri mittakaavassa. Vesistönä Pirkanmaan on kuitenkin ollut vaikea saavuttaa Saimaan tapaista brändiä, johtuen ehkä vesistöjen nimeämisestä, joka ei anna mahdollisuutta käyttää yhtä nimittäjää laajemman alueen brändäykseen. Vesistön sijaan Pirkanmaan brändäyksen vahvimpana elementtinä voi toimia Tampereen seutu (Tampere region), jonka ei pitkällä tähtäimellä tarvitse yhtään hävetä Saimaa-brändille. Erityisesti ulkomaisten matkailijoiden osalta brändäys on ensiarvoisen tärkeä, sillä ainoastaan selkeä brändi erottuu tietotulvasta edukseen.

OULUJÄRVEN VESISTÖMATKAILU

Jani Haarasen opinnäytetyö vuodelta 2013, ”**Oulujärven vesistömatkailun kehittämistarpeet – tutkimus – yrittäjien näkökulma**” antaa hyvän mahdollisuuden vertailla Pirkanmaan tilannetta Kainuun tilanteeseen. Haasteet ovat pitkälti samankaltaisia, kuin Pirkanmaalla, mutta toki erojakin löytyy. Keskeisimmät erot ovat siinä, että Oulujärven alue ei ole pääkaupunkiseudulta tai Keski-Euroopasta katsoen läheskään yhtä helppojen kulkuyhteyksien päässä ja Oulujärven ympäristökuntien (Kajaani, Paltamo, Vaala) palvelut ovat merkittävästi vähäisemmät, kuin Tampereen seudulla.

Myös Oulujärvellä nähdään potentiaalia järvimatkailun kehittämiseen, mutta ongelmaksi on muodostunut toiminnan vetäjän puuttuminen. Kiinnostusta ja halua alueella on, mutta yrittäjien resurssit ovat rajalliset ja kehitystyö oman toiminnan ohessa muodostuu haasteeksi. Matkailutoimijoilla on yhteinen edunvalvontajärjestö, Oulujärven Jättiläiset ry, joka toimii myös

markkinointiyhteistyön välineenä. Kehitysideoina on mm. palveluiden organisoitu keskusvaraamotyypinen yhteismyynti, jonka katsottaisiin voivan helpottaa omatoimimatkailijoiden palvelemista. Nykytilanteessa yksittäiset matkailuyrittäjät keskittyvät lähinnä tilauspalveluihin. Haaranen toteaa myös, että infrastruktuurissa on parantamisen varaa, koska se koetaan vähäiseksi ja vanhahtavaksi.

Työssä todetaan myös, että yrittäjät turhautuvat helposti, kun liiketoiminnasta ei saada kannattavaa. Tämä on erittäin tärkeää huomioida myös Pirkanmaalla, jotta yhteisellä suunnittelulla ja yhteistyöllä voidaan rakentaa mahdollisimman hyvät perusedellytykset kannattavalle yritystoiminnalle. Tämä tarkoittaa ennen kaikkea sitä, että liikenneyhteydet ovat kunnossa, markkinoinnissa tehdään yhteistyötä niin että palvelut tuotetaan ja tarjotaan kohdeasiakkaille helpolla tavalla ja infrastruktuuri ei ole liiketoimintaa haittaava tekijä.

Kuten Haaranen toteaa Oulunjärven tilanteesta, että ”vesistömatkailun ongelmana on sen kehittämättömyys”, voidaan asiaa tutkia myös Pirkanmaalla lähinnä siitä näkökulmasta, mitkä osat vesistömatkailustamme kaipaisivat eniten kehitystä. Suuremmilla toimijoilla on laajempi kokemus palveluiden tuottamisesta liiketoimintana ja ymmärrys asiakkaiden tarpeista, kun taas pienemmillä ja nuoremmilla yrittäjillä saattaa olla kehitystarpeita useammilla osa-alueilla. Erityisesti aloittelevat matkailuyrittäjät hyötyisivät ja pääsisivät nopeammin kannattavaan liiketoimintaan, jos heillä on mahdollisuus verkostoitua tai muodostaa yhteisyrityksiä kokeneempien palveluntuottajien kanssa.

Näkyvyyden lisääminen, infrastruktuurin kehittäminen ja matkailutoimijoiden yhteistyö ovat Pirkanmaan ja Kainuun yhteisiä haasteita järvi- ja vesistömatkailussa, vaikkakin lähtötasot näihin kehitystoimiin ovat toisistaan poikkeavia.

ITSESTÄÄNSELVYYDESTÄ TOIMINTAAN

Lahden ammattikorkeakoulun opinnäytetyö ”**Itsestään selvyydestä toimintaan**” – Etelä-Päijänteen kestävä vesistömatkailun kehittäminen (Taru Tojkander, Maarit Uosukainen, 2014) selvittää kolmen kunnan, Asikkalan, Padasjoen ja Sysmän matkailuyrittäjien näkemyksiä kehitystarpeista ja toimenpiteistä. Tutkimuksessa havaittiin, että yrittäjät näkevät itsensä lähinnä esimerkiksi majoitus- ja mökkipalveluiden tuottajina, eivätkä matkailuyrityksinä, joissa olisi muutakin toimintaa, kuten ohjelmapalveluita.

Samainen näkemys ilmenee myös Pirkanmaalla, etenkin siten, että monet yrittäjät tarjoavat matkailupalvelua vain sivuelinkeinona ja tarjonta jää suppeaksi, koska resurssit riittävät vain tietyn tyyppiseen tarjontaan ja palveluiden tarjonta ja paketointi laajemmiksi kokonaisuuksiksi koetaan liian vaativaksi. ”Itsestään selvyydestä toimintaan” –työssä todetaan myös, että yrittäjät ehkä pelkäävät muutosta ja haluavat pitäytyä perinteissä ja totutuissa toimintatavoissa. ”Vesistö nähdään maisemallisesti tärkeänä elementtinä, ei niinkään tuotteistettuna palvelutuotteena” –kirjoittajat toteavat. Näin he kiteyttävät haasteet:

- Vesistöä pidetään itsestään selvyytenä, eikä sitä osata hyödyntää toiminnan tukena.
- Vesistömatkailu ei yksistään riitä yrittäjälle toimeentulon turvaamiseksi, vaan yrittäjät kaipaavat yhteistyökumppaneita.

Nämä huomiot ovat varmasti merkittäviä myös Pirkanmaan kannalta.

Samoin tutkimuksessa huomioidaan tarve kulttuurin ja kerronnallisuuden hyödyntämiseen matkailussa. Osa yrittäjistä kokee sen tarpeettomana tai turhauttavana ja odottaa asiakkaiden ilmaisevan kiinnostuksensa, ennen kuin historiasta halutaan kertoa.

Sikäli kun vastaavaa havaitaan Pirkanmaalla, olisi tarpeen tiedostaa kerronnan keinojen vaikutus matkailukokemuksen kiinnostavuuteen ja muistettavuuteen ja sitä kautta liiketoiminnan kehittämiseen. Moni yksittäinen kohde voidaan kokea huomattavasti mielenkiintoisemmaksi, kun siihen liitetään kohteen historia yksityiskohtaisesti ja laajemmin, osana alueen kerrontaa. Kerronnan keinot voivat jossain tapauksessa tehdä muuten ”tavallisesta” kohteesta erityisen ja mieleenpainuvan.

Yleensäkin tulisi ymmärtää paremmin ”mielikuvamarkkinoinnin” keinot ja niiden hyödyntäminen matkailun markkinoinnissa erityisesti siten, että paikalliset matkailupalveluiden tuottajat sovitaisivat omat tuotteensa kansallisella tasolla luotuihin mielikuviin ja pyrkisivät vahvistamaan Suomen matkailuimagoa, paikallista väriä unohtamatta. Kyse on periaatteessa kansallisen ja paikallisen strategisen yhteistyön toteuttamisesta käytännön tasolla.

Yhteistyön tarpeesta kirjoittajat kertovat: ”Yritykset eivät tee varsinaista yhteistyötä, mutta kertovat kyläpalveluista ja tuotteista, joka sinällään on ristiriidassa markkinoinnin ja yhteistyön kanssa. – Miksei yrittäjä (majoitusyrittäjä) osta jokaiselle ruisleipää odottamaan pöydälle asiakkaan saapuessa? Lähiruoka kiinnostaa varsinkin nuoria aikuisia, joten lähiruoan markkinoinnissa matkailuyrittäjät ovat merkittävässä asemassa. Pidetäänkö perinteitä ja tuotteita liian itsestään selvänä?”

Vastaavat huomioidut ovat tulleet esille myös Vene vie –haastatteluissa. Se, mikä on lähellä meitä paikallisia, ei saa matkailullista huomiota, koska siihen ollaan totuttu. Jokaisen matkailuyrittäjän haasteena onkin nähdä itselle tuttu ympäristö ja tuotteet matkailijan tuorein silmin.

Yhteistyö ja yhteismarkkinointi ristiin eri matkailuyrittäjien välillä kaipaa tehostusta ja voi toimia jopa ratkaisevana tekijänä matkailun lisäämiselle. Lisäähän yhteistyökumppanin käyttö markkinointiponnistukset kuin itsestään kaksinkertaisiksi, kun löydetään kumppani, jonka kanssa ei ole päällekkäisyyttä ja kumpainenkin pyrkii omassa asiakaskunnassaan tekemään myös kumppaninsa tarjonnan tunnetuksi.

Järvimatkailun talviaktiviteeteista työ nostaa esiin talvikalastuksen, kalan käsittelyn ja valmistamisen ruoaksi, avantouinnit, jäällä tapahtuvan hiihdon, kävelyn ja luistelun, napakelkkailun, koiravaljakkoajelut, lumi- ja jääveistoskilpailut ja laavu-retket. Monet talviset aktiviteetit voivat siis olla osa järvimatkailua, erityisesti mikäli ne yhdistetään vesistöjen lähellä sijaitseviin maakohteisiin, kuten laavuihin, talvikäytössä oleviin saunoihin tai muihin vastaaviin. Tämänkaltaisten talvimatkailutuotteiden tarjonta on Pirkanmaalla kuitenkin vähäistä. Ideoita on varmasti monia muitakin. Työn johtopäätöksissä mainitaankin, että ”Vesistön mahdollisuuksia nähdään rajoitetusti. Vesi tunnustetaan lähellä olevana maisemana, mutta ei tunnusteta toimintaympäristönä liiketoiminnassa.” Tässä on mietinnän aihetta yhtä lailla myös Pirkanmaalle.

KESÄN LUONTOAKTIVITEETIT

Visit Finlandin ”**Kesän luontoaktiviteettien kehittämisstrategia 2015-2018**” linjaa Suomen avainvahvuuksiksi mm. ”puhdas vesi, ilma, maaperä”, sekä ”monipuolinen/monimuotoinen luontomme; -- järvet ja järvisaaristo, joet, lammet.” Strategian ydinviesti onkin ”Finnish Nature – 24/7 easy access to the last wilderness of Europe”. Luontomatkailu – ja vesistömatkailu sen kiinteänä osana, on siis täsmälleen Suomen matkailumarkkinoinnin ytimessä. Tämän tulisi näkyä selkeämmin maakunnallisessa matkailustrategiassa, jossa tällä hetkellä 2020 –visio keskittyy lähinnä kärkituotteisiin, kuten Tampere-taloon, Särkänniemeeseen ja kylpylöihin. Vastaavasti painotukset ovat kulttuuri-, liike-, kokous- ja perhematkailussa. Vesistömatkailun soisi kuitenkin saavan näkyvän aseman myös maakunnallisessa strategiassa, vähintäänkin samalla tasolla, mikä näkyvyys on jo valtakunnallisella tasolla.

SUOMEN SAARISTO- JA VESISTÖMATKAILU

Sisäasiainministeriön teettämässä ”**Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä**” –selvityksen loppuraportissa nousevat esille mm. Suomen vesistöriikkaus – joka iskulauseena lienee liiankin tuttu kaikille suomalaisille. Raportti mainitsee tosiasioina, että: ” Suomi on maailman vesistöriikkain maa. Sisävesien ala on 33 000 km² ja niiden osuus Suomen pinta-alasta on kymmenesosa. Yli hehtaarin järviä on 56 000. Sisävesialat kokonaispinta-aloista ovat suhteellisesti suurimmat Etelä-Savon, Etelä-Karjalan, Päijät-Hämeen, Pohjois-Karjalan, Pohjois-Savon, Keski-Suomen ja Pirkanmaan maakunnissa. Suurjärvien määrässä Suomi on Euroopassa omaa luokkaansa ja lyö muun muassa kovan kilpailijansa Ruotsin.”

Kotimaisia esiselvityksiä löydettiin myös monia muita, kuin tässä esiteltyjä. Löydökset ovat kuitenkin selkeästi yhteneviä ja ne nostavat esiin tässä mainittuja haasteita, kuten vesistön hyödyntämättömyys liiketoiminnassa, yhteistyön puute yritysten välillä, vesistömatkailun näkymättömyys markkinoinnissa ja palvelutuotteiden (osittain) heikko tuotteistaminen.

OI JOS SUOMEN JÄRVET MATKAKOHITEIKSI MUUTTUISI

Tähän Joensuun yliopiston julkaisuun on koottu useita artikkeleita vesistömatkailun tiimoilta. Aihepiirit liikkuvat matkailureittien, vuokramökkeilyn, matkailukohteiden menestystekijöiden ja Savonlinnan kesämatkailun ympärillä. Julkaisun ikä huomioiden (yli 20 v. vanhaa tietoa), on edelleen syytä kysyä, olemmeko kehittäneet tai kehittämässä riittävän selkeitä matkailureittejä? Raportin alussa todetaan, että:

”Matkailijoita voidaan ohjata ja matkailupalveluja koota yhteen paitsi investoimalla matkailukeskuksiin, myös perustamalla ja kehittämällä matkailureittejä. Käytännössä tämä tarkoittaa em. pisteiden ja reittien yhdistämistä. Matkailukeskuksissa matkailu perustuu yleensä tiettyyn suppealla alueella olevaan vetovoimatekijään ja/tai johonkin toimintaan kohteessa, esimerkiksi lasketteluun. Palvelut on tällöin helppo keskittää ko. vetovoimatekijän ja toiminnan ympärille. Lisäksi matkailijalla on selkeä käsitys siitä, miten eri toiminnot kohteessa järjestyvät. Vastaavasti perifeerisissä matkakohteissa, kuten Järvi-Suomessa, jossa palvelut ja vetovoimatekijät sijaitsevat hajallaan, toimintojen keskittäminen matkailukeskuksiin ei ole aina mahdollista tai edes perusteltua. Tällaisissa matkakohteissa toiminnallista konseptia yritetäänkin selkeyttää mm. perustamalla matkailureittejä erilaisten teemojen ja aktiviteettien ympärille.”

Vesistöreittien hyödyntäminen eri keskusten välillä on oleellisen tärkeä kehittämisaspekti. Pirkanmaalle tarvittaisiin kuitenkin lisää vetovoimaisia matkailukeskuksia, jotta vesistöreitit niiden välillä olisivat houkutteleva ja kannattava vaihtoehto. Jatkon kannalta on tärkeää pitää mielessä, onko mahdollista rakentaa Näsi- tai Pyhäjärven seudulle uusia kohteita, joissa vesistökuljetus olisi selkeästi otettu suunnittelussa mukaan. Matkailureittien suunnittelussa on myös tärkeää ottaa huomioon yhteistoiminnalliset tekijät niin, että reitin suunnittelu ja toiminnallisuus toteutetaan joustavasti usean arvoketjuun osallistuvan yrittäjän toimesta. Kirjoittajat toteavat myös, että matkailureittien ja muiden yhteistyökettujen onnistunut toteuttaminen edellyttää koordinoivaa tahoja, joka voi olla esim. virallinen tarkoitusta varten perustettu organisaatio, olemassa oleva alueellinen matkailutaho, tai toimintaa varten perustettu yhdistys. Reittien (ja vastaavien) kehittäminen vaatii siis näkemystä kokonaisuudesta, joka usein ylittää kuntarajat. Kuitenkin muistutetaan, että suunnitelmat on tehtävä yhteistyössä, jotta eri toimijat reitin varrella sitoutuvat palvelun tuottamiseen. Kehitystyö on myös

tehtävä mieluummin pitkällä tähtäimellä, kuin lyhytkestoisina kehitysprojekteina, jotta vastuu toiminnan jatkamisesta säilyy ja jatkokehittämistä tapahtuu.

Positiivisena esimerkkinä vesistömatkailun kehittämisestä mainitaan Tahkon Vesireitti Pohjois-Savossa. Se mainitaan alueellisesti merkittävänä matkailureittinä, joka palvelee veneilijöitä ja risteilyliikennettä ja antaa samalla edellytyksiä monipuolisempaan matkailukäyttöön.

Tahkon Vesireitin kehittämisen onnistumisen edellytyksinä ovat olleet:

- pitkäjänteinen, tiivis kehittäminen yhteistyönä
- yhtenäinen toiminnallinen kokonaisuus
- tuotteistaminen ja markkinointi
- reitti yhdistää viisi kuntaa ja Tahkon matkailualueen merkittävimmät palvelut ja tapahtumat
- reitillä on oma esite, sekä internet-sivut
- investoinnit satamarakenteisiin ja tapahtumiin

Kirjoittajat selittävät myös, että reittien kokonaisvaltaisen kehittämisen tulisi aina lähteä matkailijoiden tarpeista, ei tarjontalähtöisesti. Matkailijoiden tarpeiden ymmärtäminen edellyttää tutkimusta ja jatkuvaa seurantaa, koska tarpeet ovat aina muutoksessa. Keskeistä on kysyä, ketkä reittejä käyttävät ja miksi, mitä tietoa matkailijat tarvitsevat matkaa suunnitellessa ja matkan aikana, miten he tulevat reitille ja liikkuvat reitillä, sekä mitä mieltä he ovat reitistä ja sen elementeistä ja onko heillä kehitysehdotuksia.

Yhdessä julkaisun osuudessa keskitytään Saimaan alueella tehtyyn veneilijä-tutkimukseen. Siinä todetaan toisaalta veneilijöiden tarpeet satamissa, jotka hieman poikkeavat Vene vie -tutkimuksen tuloksista. Asiaan vaikuttavat aika (2003), vesistön poikkeava luonne, sekä veneilijöiden tarpeiden muuttuminen. Näistä tekijöistä huolimatta on otettava huomioon seikka, joka tuloksissa mainitaan, eli se, että veneilijöistä suuri osa on veneillyt samoissa vesissä jo vuosikymmeniä, eikä juurikaan enää käy nähtävyyksissä tai käyntikohteissa. On siis tärkeää pitää yllä alati kehittyvää palvelu- ja vierailukohdeympäristöä, jotta myös pitkäaikaiset, paikalliset veneilijät ovat kiinnostuneita vierailemaan niissä.

Ala-otsikon ”Suomi – tuhansien järvien maa vai tuhansien järviensä vanki?” kysytään – varmasti hyvinkin aiheellisesti – miksi jatkuvasti Suomea markkinoidaan järvien määrällä, eikä laadulla? Kuten kirjoittajat toteavat: ”Tosiasiahan on, että ei matkailija tule tänne katsomaan kaikkia tuhansia järviä, vaan hänelle riittää niistä yksikin.” Pirkanmaallakin tämä tulisi nähdä juuri laadullisesta aspektista. Kyse ei ole niinkään useamman järven kokemisesta, vaan jokaisen järven ympärille voidaan rakentaa omanlaisensa palvelukokonaisuudet, erityisesti laatua korostaen. Pelkkä järven kuva ei myöskään kansainvälisessä markkinoinnissa ohjaa matkailijaa suinkaan ajattelemaan Suomea. Tutkimuksen mukaan saksalaiset turistit arvioivat järvimaisemakuvat yhtä hyvin mihin tahansa pohjoismaahan liittyväksi ja italialaisten mielestä järvikuvat saattavat olla Pohjois-Amerikasta. Tarvitaan siis selkeämpiä kohteita ja niihin liittyviä mielikuvia, kuin vain yksittäisiä järvimaisemia, koska houkuttelevuudestaan huolimatta, niitä ei välttämättä osata liittää Suomeen.

Lopuksi kirjoittajat esittävät järvimatkailun kehittämisteesit, joiden seuraaminen matkailun kehittämisessä on edelleen aivan yhtä relevanttia:

1. Järvimatkailun kehittämisen perustana on oman kotivesistön tuntemus.

Järven hengen löytäminen vesistön syntyhistorian, kulttuuriperinnön ja luonnonolojen kautta tarjoaa mahdollisuuden sukeltaa pintaa syvemmälle ja avaa näin uusia ulottuvuuksia välittää syvällisiä elämyksiä.

2. Järvimatkailun kehittäminen edellyttää rajojen häivyttämistä.

Matkailijaa eivät kiinnosta maantieteelliset, hallinnolliset ja organisatoriset rajat vaan kohde sinänsä. Tarvitaanko kuitenkin yhteinen perämies, jonka tarkoituksena on toiminnan kokoaminen ja helpottaminen, ei ko. organisaation ylläpito?

3. Järvimatkailun kehittämistyön tulee perustua tutkittuun tietoon.

Mutu-petu-hira -menetelmin kehitetyt matkailutuotteet on heitettävä yli laidan. Tiedon valtamereillä purjehtiminen vaatii kriittisyyttä, tietämättömyyden rantaviivan kaventaminen avointa sosiaalista vuorovaikutusta ja tutkimustiedon jakamista kansantajuisessa muodossa.

4. Järvimatkailun kehittäminen vaatii uskallusta olla erilainen.

Tuhansien järvien maita ja samanlaisia järviakohteita on maailma pullollaan. Tarvitaan rohkeita avauksia ja erottautumista vahvoilla mielikuvilla.

5. Järvimatkailun kehittäminen edellyttää avoimuutta ja uteliaisuutta.

Tiedonvaihto ja tutustumismatkat niin kotimaisilla kuin ulkomaisilla järvialueilla on nähtävä panostuksena omaan osaamiseen. Nähdäkseen lähelle on mentävä kauas.

6. Järvimatkailutuotteen/kohteen on oltava helposti ostettavissa ja saavutettavissa.

Hyväkään tuote ei ole mitään, jos asiakas ei siitä tiedä tai sitä löydä.

7. Järvimatkailu on kokonaisuus, jonka yksittäiset osat tukevat toisiaan.

Tarvitaan toimivia palveluketjuja, -keskittymiä ja reittejä sekä samassa veneessä soutamista, jotta matkailijoita pyytävät palveluverkot saadaan vesiin.

8. Järvimatkailu ei ole vain kauniita maisemia vaan myös uuden oppimista ja toimintaa.

On päästävä irti luutuneista ajatusmalleista ja vanhan turistinauhan pyörittämisestä. Järviin on puhallettava aitoa tekemisen henkeä!

9. Järvet on myytävä myös paikallisväestölle ja vapaa-ajanasukkaille.

Miksi mennä merta edemmäs kalaan? He ovat matkailijoita pysyvämpiä, potentiaalisia järvimatkailutuotteiden käyttäjiä, mutta valitettavan usein sokeita oman lähiympäristönsä tarjonnalle.

10. Järvimatkailun kehittämisen motiivina tulee olla ympärivuotinen, asiakkaalle lisäarvoa tuottava ja siksi kannattava liiketoiminta.

Muista, että talvisessakin järvessä on taikaa! Järvivedet on valjastettava matkailuun vakavasti pilke silmäkulmassa. Aallonharjalla ratsastetaan vain osaamisella ja laadulla.

JÄRVIMATKAILUKOhteet Pyhäjärven-Längelmäveden alueella

Järvipalvelut T. Sarkolan vuonna 1997 toteuttama selvitys tuo esille monia seikkoja, joiden tila ei juurikaan ole muuttunut liki kahdenkymmen vuoden aikana. Raportissa todetaan, että ”Usein kuitenkin markkinointi tälle kohderyhmälle (järvimatkailijoille) jää tekemättä. Laivaliikenteen harjoittajilla ja muilla järvimatkailutuotteita tarjoavilla yrittäjillä ei ole riittävästi tietoa rantapalveluiden tuottajista, jotta yhteistyö ja verkottuminen voisi kehittyä. Toisaalta palvelujen tuottajilla ei ole riittävästi tietoa niistä tarpeista ja mahdollisuuksista, joita vesitse tapahtuva matkustaminen tuo tullessaan.”

Yhteistyön tarve on siis havaittu jo kaksi vuosikymmentä sitten. Monet palveluiden tuottajat ovat kuitenkin vaihtuneet tämän jälkeen, mikä varmasti osaltaan selittää sitä, miksi yhteistyö ei vieläkään toimi riittävällä tasolla. Tämä jälleen kerran nostaa esille sen seikan, että vesistömatkailu tarvitsee pysyvän ja yhteenkokoavan toimijan, joka ohjaa yhteistyöverkostoa ja auttaa alati elävää yrittäjäryhmittymää toimimaan toistensa kanssa, yhteisen vesistömatkailun eduksi.

Risteilyliikenne

Laivaliikenteen edellytyksistä Pyhäjärvellä Sarkola kirjoittaa seuraavasti: ”Reittiliikenne Tampere – Hämeenlinna –välillä on hoidettu varsin hyvin, eikä siihen liittyen selvityksessä juurikaan tullut esiin korjausta vaativia puutteita. -- laituripalvelut ovat pääosin kunnossa, vaikkakin laiturien ympäristöt joissakin paikoissa kaipaavat kunnostusta ja hoitoa. Sen sijaan tieliikenteen opastus satamiin on varsin puutteellista. Asianmukaiset opasteet, mieluiten selkein symbolein varustetut, ovat laivaliikenteen kannalta erittäin tarpeelliset. Matkustajat laivoille tuodaan yleensä tilausbusseilla, joiden kuljettajat eivät ole paikkakuntalaisia, eivätkä usein edes suomalaisia.”

Tilanne on sikäli muuttunut nykypäivään, että reittiliikenne mainittuun suuntaan toimii edelleen hyvin, mutta laitureita ja pysähdyskohteita tarvittaisiin lisää, jotta matkailijamääriä saataisiin kasvatettua. Yhdenkin mielenkiintoisen pysähdyskohteen lisääminen voi tuoda esimerkiksi 2000 lisämatkustajaa kautta kohden, joka on merkittävä määrä.

Liikenneviraston tutkimuksen mukaan vuonna 2014 Kokemäenjoen vesistössä on liikennöinyt 10 matkustajaliikenteen alusta. Tilastoidut matkustajamäärät ovat 74 367 Kokemäenjoen vesistölle ja 68 796 Tampereen alueelle. Sarkolan raportin aikaiset vastaavat luvut olivat huomattavasti korkeammat, eli 217 175 henkeä koko vesistössä vuonna 1996 ja 181 690 henkeä Tampereen ympäristössä. Negatiivinen kehitys matkailijamäärissä on ollut raju ja korjaavia toimenpiteitä tarvitaan kipeästi.

Satamat

Raportissa on kiinnitetty huomiota satamien heikkoon opastukseen. Satamien opasteiden tilanne vaatiikin edelleen huomiota. Ulkomaisten matkailijaryhmien määrä on laskenut ja yhä useammat matkailijat ovat kotimaasta ja liikkuvat omalla autolla, mutta tämä ei suinkaan vähennä opastuksen tarvetta. On syytä kiinnittää huomiota siihen, kuinka opastus on toteutettu laivaliikenteen satamiin eri kunnissa. Useimmissa tapauksissa opastusta merkittävimpien sisään tuloteitten varrella voitaisiin parantaa. On myös tärkeää huolehtia siitä, että satamissa on riittävät pysäköintitilat laivamatkustajien autoille. Pysäköintitilojen puute, aikarajoitukset tai pysäköinnin etäisyys satamasta ovat kaikki matkustajia vähentäviä tekijöitä, jotka vaativat korjausta.

Veneilijät

Veneilijöiden rahankäyttö on merkittävä tieto vesistömatkailun ympärillä toimiville yrittäjille ja voi toimia yhtenä toimintojen suunnittelun välineenä. Sarkolan raportin aikaan käytössä olivat vielä markat, joten oheen on lisätty vastaavat, pyöristetyt euromäärät.

Raportissa mainitaan, että keskimäärin vieraileva venekunta jättää paikkakunnalle noin 500 markkaa (~80 €) vuorokaudessa. Oletuksilla, että veneilijät viettävät keskimäärin 25 venepäivää kaudessa, veneessä on keskimäärin 2,7 henkilöä ja Pyhäjärvellä kertyisi 40 000 veneilypäivää, jättö koko alueelle olisi noin 20 milj. markkaa (~300 000 €) kaudessa.

Veneiden määrän Sarkola on arvioinut Suomen Veneilyliiton katsastettujen veneiden määrää hyväksi käyttämällä. Tämä ei kuitenkaan kerro veneiden käytöstä ja vierailuista satamiin. Nykyisessä tilanteessa monet veneet ovat vähällä käytöllä ja useimmat matkat tehdään vain lähimmälle järvenselälle, jolloin venekunta ei käytä mitään vierassataman palveluita. Toisaalta palveluiden puute itsessään aiheuttaa sitä, että veneillä ei mennä edes lähisatamiin rajoitetun ajan puitteissa.

Tilanne on muuttunut oleellisesti kahdella tavalla. Veneilyn määrä on toisaalta ollut laskussa jo joitakin vuosia ja samalla vuorokauden käyttörahan määrä on ollut kasvussa. Vene vie -hankkeessa tehtyjen haastattelujen pohjalta ei voida kuitenkaan vetää tarkkoja johtopäätöksiä käytettävistä rahamääristä, mutta useimmat haastatellut mainitsevat "100 € vuorokaudessa/henkilö", tai "useita sataasia per venekunta, jokaisen maihintulon yhteydessä." Kommenttien perustella voidaan kuitenkin olettaa, että keskimääräinen veneilijä jättää noin 100 € vuorokaudessa, jokaisen käynnin yhteydessä.

Jos rekisteröityjen veneiden lukumäärän sijaan arvioidaan liikennöintiä vesistöllä, lukemat ovat hyvin toisenlaiset. Liikenneviraston tilastojen mukaan esimerkiksi Muroleen kanavalla oli vuonna 2014 sulutuksia 2622 kpl ja Lempäälän kanavalla vastaavasti 1 963 kpl. Vaikka otettaisiin huomioon, että yhdessä sulutuksessa voi olla useita veneitä, esimerkiksi 6 kpl, jäävät lukumäärät parhaimmillaankin 12 000 – 16 000 veneen luokkaan ja mahdollisesti alhaisemmiksikin. Lisäksi määristä on vähennettävä säännöllisen reittiliikenteen laivojen sulutukset.

Oletuksella, että Näsijärvellä liikkuisi 15 000 matkaveneilijää kaudessa ja vuorokauden jättö satamiin olisi haastattelututkimuksissa mainittu 100 € veneilijää kohti (2,7 henkilöä/venekunta), olisi liikevaihto noin 4 milj. euron luokkaa. Vastaava laskelma Pyhäjärvelle tuottaisi hieman vajaat 3 milj. euroa. Kyseessä eivät ole vähäpätöiset summat, sillä palvelujen tuottajia on kuitenkin suhteellisen rajoittunut määrä. Mainittakoon vielä vertailun vuoksi, että Savonlinnassa vuonna 2010 julkaistun raportin mukaan sikäläinen veneilijän vuorokautta kohti käyttämä rahamäärä oli arviolta 92,8 €.

Satamat

Sarkola huomauttaa, että "hyvin hoidetun venesataman liikevaihdosta 2/3 tulee muualta, kuin veneillä kulkevilta asiakkailta." Tätä tulisi jatkuvasti korostaa liiketoimintaa kehitettäessä. Onhan selvää, että vesistön äärelle sijoitettu liiketoiminta kannattaa paremmin, jos satamat ovat paikkoja, jotka vetoavat tarjonnallaan myös muihin lähistöllä liikkuviin, potentiaalsiin asiakkaisiin. Sarkola jatkaa sanomalla, että: "Myös veneilijät tulevat mieluiten palveltavaksi paikkaan, josta he suhteellisen helposti voivat pitää silmällä omaa venettään, joka ei useinkaan ole helposti lukittavissa, ja jossa saattaa olla loman aikana arvokastakin omaisuutta." Sijainti sopivasti vilkkaassa ympäristössä, jossa on liiketoimintaa ja asiallista asiakasvirtaa on siis kaikkien kannalta paras vaihtoehto. Satamista ei siis pidä suunnitella syrjäisiä veneiden kiinnittymispaikkoja, vaan eläväisiä viihtymiskeskuksia kaikille alueen asukkaille.

Vuokraus

Sarkolan mukaan vuokraveneiden lisääminen on ehdoton edellytys, jotta ulkomaisia matkailijoita saataisiin veneilyn pariin. Tähän tarvitaan kuitenkin uusia toimintatapoja ja oma kehittämishanke, koska nykyisillä vuokraveneilyn menetelmillä toiminnasta on vaikea saada sekä kannattavaa, että turvallista.

Veneilyn lisäämisen esteet

Polttoaineen jakelu on Sarkolan mukaan suurin veneilyn lisäämistä estävä asia. Valitettavasti tämän suhteen ei ole tapahtunut juurikaan kehitystä raportin julkaisemisen jälkeen. Selvityksessä ehdotetaan tankkauspisteitä mm. Nokialle, Lempäälään ja Kangasalle. Kaikki nämä odottavat edelleen toteuttamista.

Toisena esteenä on mainittu imutyhjennyslaitteiden puute (septityhjennys). Laitteita tarvittaisiin edelleen lisää, vaikkakin tilanne on parantunut vuodesta -97. Lisäksi laitteet tulisi säännöllisesti tarkastaa ja huoltaa, jotta ne säilyvät käyttökunnossa ja ympäristön kannalta tilanne säilyy hallinnassa.

Kolmantena esteenä mainitaan elintarvikkeita myyvien liikkeiden vaikea saavutettavuus satamista. Tosin, kommentti kohdistuu Valkeakosken ja Länkipohjan väliseen alueeseen.

Neljäntenä mainintana on veneilijöille suunnatun markkinoinnin vähäisyys. Internetin mukaan tulo on varmasti muuttanut tilannetta, mutta silti olemme tilanteessa, jossa veneilijöille tarjottavat palvelut eivät löydy yhdestä pisteestä, kuten toivottavaa olisi.

Kehitysmahdollisuudet

Sarkolan mukaan risteilyliikenteen lisääminen onnistuisi parhaiten liikenteenharjoittajien ja rantayrittäjien verkostoitumisella ja tarjoamalla asiakkaille kokonaisia, sisällöllisesti kiinnostavia paketteja.

Veneilyä voitaisiin lisätä parantamalla satamien peruspalveluita (polttoaine- ja jätehuolto, sekä elintarvikehuolto). Lisäksi mainitaan tilauspalvelujen tarjoaminen, esimerkiksi sauna-, ruoka-, yms. palvelujen tarjoaminen veneilijöille tilauksesta.

Muita mahdollisuuksia ovat mm. vuokraveneily, safarityyppiset matkat ja vesijettivuokraus. Näistä jälkimmäisten suhteen onkin tapahtunut kehitystä, samoin kuin Sarkolan kuuluttaman Pispalan uittotunnelin suhteen.

Vierasvenepaikkojen suhteen Sarkola ehdottaa selkeitä P-kylttejä, joiden tulee näkyä hyvin veneille jo lähestyttäessä. Hän ehdottaa myös vaihtokäytäntöä, jossa kotisataman laiturista voi viirillä ilmoittaa laituripaikan olevan vieraskäytössä silloin, kun venepaikan omistaja on itse matkalla.

Kooste

Sarkolan selvitys osoittaa, että asiat kehittyvät hyvin hitaasti. Ja vaikka kuluneiden vuosien aikana on tapahtunut taantumaa sekä laivaristeilyjen matkustajamäärissä, että veneilyssä, korjaavat toimenpiteet ovat olleet lähinnä maltillisia. Osa Sarkolan ehdotuksista on toteutunut, mutta ohessa on lyhennetty luettelo toistaiseksi toteutumattomista ehdotuksista.

- Järvialueen yhteisen esitteen tekeminen
- Yhteinen esiintyminen erilaisissa markkinointitilaisuuksissa
- Koko alueen kattava kehittämissuunnitelma aikatauluineen ja rahoituslaskelmineen
- Yhtenäisen ilmeen omaavien infotaulujen suunnittelu ja toteuttaminen rantautumispaikkoihin

- Sopiminen P-merkkien käytöstä kaikissa vieraskäyttöön tarkoitetuissa laitureissa
- Melontaan ja muuhun vesiretkelyyn liittyvien reittien ja palvelukokonaisuuksien kartoittaminen
- Omien asiakkaiden vieminen järvelle aina, kun se on mahdollista
- Rantojen raivaustalkoiden lanseeraaminen ja organisoiminen
- Yhtenäisestä markkinanimestä päättäminen
- Vuokraveneen määrätietoinen kehittäminen alueelle merkittäväksi tuotteeksi
- Satamiin opastavien tieliikenneopasteiden saattaminen asialliseen kuntoon
- Toimivien verkostojen muodostaminen ja mielekkäiden tuotekokonaisuuksien luominen.

ULKOMAAT

LAKE TOURISM: AN INTEGRATED APPROACH TO LACUSTRINE TOURISM SYSTEMS

Tämä, jo valitettavasti kovin vanhentunut tutkimusraportti, antaa yksityiskohtaista tietoa esimerkiksi eri veneilymuotojen suosituimmuudesta. Raportissa on julkaistu tietoja Suomessa tehdystä laajasta kyselystä (1998-2001). Tulosten mukaan 47% suomalaisista oli menneen vuoden aikana veneillyt. Suosituin veneilymuoto oli soutaminen (40%) ja moottoriveneily (20%) toisena. Tuohon aikaan kanoottimelonta ei ollut vielä saavuttanut merkittävää suosiota, mutta sen nähtiin olevan kasvussa. Samoin tutkijat ovat arvioineet veneilymatkailun kuluja ja matkojen kestoja. Vastaavat tuoreemmat tiedot olisivat hyödyllisiä ja niitä voitaisiin käyttää vesistömatkailun yritystoiminnan suunnittelussa. Mikäli tällaiseen tutkimukseen on mahdollisuuksia, tulisi huomioida erityisesti uudet vesistöillä liikkumisen muodot, esim. SUP-laudat, wakeboarding, vesiskootterit ja saunalautat.

Raportin tärkeintä antia markkinoinnin ja liiketoiminnan kehittämisen kannalta – mikäli tutkimustulokset olisivat tätä päivää – olisivat tulokset joiden perusteella voidaan segmentoida veneilijöitä ja nähdä miten tiettyyn veneilymuotoon usein voidaan liittää myös muita harrastuksia. Raportin tutkimuksen pohjalta siis nähdään mm., että moottoriveneilyä harrastavat ovat useammin kiinnostuneita myös kalastamisesta, moottorikelkkailusta ja metsästyksestä, kuin risteilymatkailijat, joiden muut kiinnostuksen kohteet voivat löytyä pyöräilyn, hiihdon ja uinnin parista. Tällaiselle tarkalle tutkimukselle olisi siis tarvetta, jotta matkailuyrittäjät saisivat tarkkaa tietoa erilaisten palvelupakettien tuottamiseen.

WATER TOUR

Interreg IIIC –projektin tuotos ”**Water Tour – Käsikirja palveluntuottajille, matkailutoimintojen suunnittelijoille ja markkinointiorganisaatioille**” tuo esille eurooppalaisia esimerkkejä vesistömatkailun kehitystyöstä. Viidessä eri maassa tehdyt selvitykset vesistömatkailusta tuovat esille esimerkkeinä hyvistä toimintatavoista. Valitettavasti kehitystoimien onnistumista ei ole dokumentoitu, eli toimet ovat vain ehdotuksia. Viimeinen hankkeen esimerkeistä kohdistuu enemmän maatilamatkailuun, neljä ensimmäistä sen sijaan liittyvät suoraan vesistömatkailuun. Seuraavassa esitetään lyhennettynä esimerkkien havainnot ja toimintaehdotukset:

Loitzin (Saksa) satama

Haasteet:

- vähäinen matkailupotentiaali
- alhainen matkailuinfran kehitysaste
- hankalat liikenneyhteydet

Kehitystoimet:

- kasvatetaan tarjontaa, koska alueella on hyödyntämätöntä potentiaalia
- parannetaan ja laajennetaan infrastruktuuria
- kehitetään innovatiivisia tuotteita vesistömatkailuun
- optimoidaan vesistömatkailun markkinointi ja infrastuktuuri
- optimoidaan vesistömatkailuun liittyvät tilat ja kaupungin palvelut
- vesistömatkailuun ja -liiketoimintaan liittyvät organisaatiot optimoidaan ja nivotaan yhteen

Midlandin (Irlanti) alue

Tilanne:

- vähemmän ulkomaisia turisteja, kuin millään muulla vastaavalla alueella

Kehitystoimet:

- tärkeimpänä palveluiden lisääminen (suihkut, WC:t, ravintolat, leikkikentät, septityhjennys)
- lisäksi julkisten tilojen kehittäminen, jäteastioiden lisääminen ja huolto, ankkurointipaikkojen lisääminen, sähkönjakelun parantaminen, kauppojen lisääminen, kalastuspaikat, paluukuljetukset autoille, tietopisteiden lisääminen, luontopolkujen hoito, yms.

Lisäksi kehitystoimenpiteistä todetaan, että: ” Tällä hetkellä veneilyaktiviteetteihin ja matkailuun ei ole mitään yhteistä lähestymistapaa. On tarpeen kehittää erilaisia maahan perustuvia aktiviteetteja ja vaihtoehtoisia veteen perustuvia aktiviteetteja, jotta saataisiin houkuteltua maalla viihtyvät turistit alueelle ja tuotettua vaihtoehtoisia maa-alueisiin perustuvia aktiviteetteja veneturisteille. Tämä lisääisi matkailun talousvaikutusta ja alueen matkailusta saamaa taloudellista hyötyä kokonaisuudessaan.”

Raportti antaa monia vinkkejä erilaisten tuotepakettien koostamisesta juuri siten, että hyödynnetään sekä vesi-, että maaelementtejä. Näistä esimerkkeinä mm. yhdistelmälomapaketit kuten patikointi ja kalastus, veneily ja golf, veneily ja autonvuokraus, patikointi/pyöräily/hevosvaellus yhdistettynä pakettiin, johon kuuluu veneen vuokraus. Irlannissa on siis lähdetty rohkeasti paketoimaan hyvinkin erilaisia harrastuksia yhteen vesistömatkailun ja -kohteiden kanssa. Tärkeää on myös huomioida siirtokuljetusten suuri merkitys näissä paketeissa. Palvelun on oltava aukotonta, eli kuljetusten on oltava olennainen osa palvelupakettia.

Midlandin tapauksessa oli myös panostettu matkailijoiden segmentointiin ja markkinoinnissa panostettiin erityisesti tietynlaisiin käyttäjiin ja heidän tavoittamiseen. Oleellinen tieto markkinoinnissa on myös se, miksi ko. matkailijaryhmä haluaa tulla juuri Midlandin alueelle (stressinpoisto, alueen rauhallisuuden kokeminen, yms.) ja tätä korostettiin markkinoinnissa.

Dravajoki (Unkari)

Tilanne:

- tiukasti suojeltu alue ja rajatut turistimäärät ja yöpymisajat
- tiedon puute
- leirintäalueiden parantaminen ympäristön luonnontila säilyttäen

Kehitystoimet:

- melonnan lisäksi tarjotaan pyöräilyä joen rannoilla
- kalastustarjonnan lisääminen yhteistyössä paikallisten kalastajien kanssa
- lähiruokatarjonnan lisääminen
- kävelykierrokset lähikylissä, johon tarvitaan oppaita tai vähintäänkin lisää tietoa alueen tarjonnasta
- vesistömatkailun tarjoaminen keinona lisätä ympäristötietoutta

Lahti/Lehmonkärki (majoitus- ja ohjelmapalveluita)

Tilanne:

- jätteiden lajittelun vaikeus haja-asutusalueella
- jätehuoltojärjestelmän herkkyyks
- volyymivaihtelut asiakasmäärissä
- ympäristöystävällisten valintojen tekemistä (uudistuksia) ei tueta yhteiskunnallisesti

Kehitystoimet:

- talvisesongin tuotteistaminen onnistunut
- keskittyminen alueen vahvuuksiin (ilmasto, vesistö)

Sadojoen suisto (Portugali)

Tilanne:

- teollisuuskeskittymien ja suojeltujen alueiden sekoitus
- hyödyntämätöntä potentiaalia maaseutumatkailussa
- mahdollisuuksia mereen, jokeen ja rautatiehen liittyvissä matkailupalveluissa
- historiallisia paikkoja, sekä kohtuullinen infrastruktuuri
- ammattijakauma rajoitettu ja vähän matkailua

Kehitystoimet:

- maatilamatkailun resurssien oikeanlaisen käytön varmistaminen
- laadukkaan ja arvokkaan imagon luominen
- verkostoituminen ja kumppanuudet
- markkinointi ja mainostus, yms.
- alueen matkailun yhteinen visio

EUROOPPALAINEN JÄRVIKOULU

Joensuun yliopiston erinomainen tutkimushanke **"Eurooppalainen järvikoulu"** tuo hyvin esille onnistumisen kokemuksia naapurimaastamme Ruotsista. Vänern-järven alueelle tehty tutustumiskäynti nostaa esille monia tapoja, joilla naapurimaassa vesistömatkailua on kehitetty pitkäjänteisesti. Raportissa nousee esiin monia maitten välisiä eroavaisuuksia, joita arvioidaan eri tasoilla. Tämä raportti on ehdottomasti suositeltavaa luettavaa kaikille vesistömatkailun piirissä toimiville.

Ruotsin parempi saavutettavuus Keski-Euroopasta on maantieteellinen etu. Raportti kuitenkin toteaa, että naapurimaallamme on myös lyhyempi henkinen etäisyys Manner-Eurooppaan vanhojen suurvalta-aikojen vuoksi. Ruotsalaisilla matkailuyrityksillä on hyvin kiinteät suhteet muihin Eurooppalaisiin matkanjärjestäjiin ja lehdistöön. Myös eurooppalaisten investointien saatavuus Ruotsalaisiin matkailuyrityksiin on Suomea helpompaa. Raportin mukaan Suomen fyysinen ja henkinen saavutettavuus "edellyttävät astetta enemmän uskottavuutta, osaamista ja markkinointiponnisteluja, jotta pääsemme edes samalle tasolle --."

Vaikka Ruotsin esimerkin seuraaminen ei kaikilta osin ole välttämätöntä tai edes mielekästä, on huomattava, että ruotsalaisten kyky vaalia kulttuuriperinnettään huolehtimalla siisteydestä ja kaupunkikeskustojen alkuperäisenä säilyttämisestä myös pikkukaupungeissa ylläpitää matkailijoihin vetoavaa matkailumaiseman viehättävyyttä tarjoamalla matkailijoille liki postikorttimaisia maisemia.

Vanhojen rakennusten ylläpidon ja maisemanhoidon lisäksi naapurimaassamme huolehditaan myös muusta elinympäristöstä. Erityisesti tämän tulisi korostua matkailuyritysten miljöössä. Esimerkkinä mainitaan Arvikan melontakeskus, jonka rakennus on vaatimaton, mutta piha-alue siisti ja varusteet ovat ”laadukkaassa ojennuksessa. Siisti toimintaympäristö viestii muutenkin laadukkaasta toiminnasta.”

Raportissa kyllä poimitaan myös kehityskohteita Vänernin alueelta. Suomen kanssa yhteiseksi haasteeksi mainitaan maisemallinen ongelma: järvet eivät näy matkailijoiden silmään, vaan tiet kulkevat usein kaukana rannoista ja puusto peittää näkymän. Matkailijat näkevät kyllä järvikohteet kartalta, mutta eivät aina kuitenkaan käytännön järvimaisemaa.

Ruotsissa todetaan olevan hyvä yhteistyön henki, joka Vänernin alueella on laajentunut yli alueellisten ja hallinnollisten rajojen. Kattoprojektit matkailualueen kehittämiseksi ovat ylimaakunnallisia ja lääninrajat ylittäviä. Pirstaleisesta kehittämisestä on päästy uudelle tasolle, jossa kehitetään alueen matkailua yhteistoiminnallisessa hengessä ja ollaan valmiita tekemään kompromisseja yhteisen hyvän eteen.

Raportti nostaa esiin myös monia suomalaisia vahvuuksia. Näistä mainittakoon seuraavat:

- Suomen järviolueilla ei ole kohtuutonta matkailijapainetta, vaan matkailijoille voidaan tarjota aitoa luonnon rauhaa.
- Melontareittien varrella on Ruotsia vähemmän tarvetta siirroille, koska kapeikkoja ja patoja on vesistöissä vähemmän.
- Suomessa voidaan erottautua Ruotsissa tyypillisestä alumiinikanootista, koska meillä on paljon vesistöjä joissa kajakki on parempi vaihtoehto. Myös suomalaiset maisemat ovat vaihtelevampia.
- Suomessa on enemmän luonto- tai kulttuuriaktiviteetteja tarjoavia ohjelmalveluyrityksiä (huom. tilanne on kuitenkin voinut muuttua raportin kirjoittamisen jälkeen).
- Kauppojen aukioloajat ovat paremmat Suomessa, mutta yksittäisten matkailukohteiden aukioloaikoihin tulee kiinnittää huomiota, siten että ne palvelisivat matkailijoita myös iltaisin.
- Venäläiset matkailijat ovat meille vahvuus ja mahdollisuus, vaikka tämän suhteen on myös monia haasteita.

Raportin lopussa todetaan, että suomalaisten tulisi pyrkiä yhdistämään oma individualisminsa ruotsalaiseen yhteistoiminnallisuuteen, jotta matkailua voitaisiin kehittää vahvoilla tavoilla. Tarvitaan siis luontevaa yhteistoimintaa, mutta myös yksilöllistä ja persoonallista korkealaatuista palvelua. Suomalainen järviympäristö on omalla tavallaan myönteisen erikoinen kokonaisuus. Kirjoittajat kehottavat sekä matkailuyrittäjiä, että kuntasektorin toimijoita sisäistämään sen, miten valmis luonto- ja kulttuurimatkailukohde Suomen järvet itsessään jo ovat, eli tunnistamaan, kuinka ainutlaatuinen matkailullinen voimavara meillä on. Kyse on siis enemmän osaamisen ja tuotelaadun kehittämisestä, kuin itse järviressurssista, joka on valmiiksi korkealaatuinen.

WASSTOURISMUS IN DEUTSCHLAND

Saksankielinen ”Wassertourismus in Deutschland” –julkaisu antaa käytännön ohjeita vesistömatkailun parissa toimiville. Vastaavalle julkaisulle voisi olla tilausta myös Suomessa. Julkaisun alussa kuvataan vesistömatkailun rooli vapaa-ajan matkustamisessa ja käydään läpi haasteet ja mahdollisuudet. Opas määrittelee vesistömatkailua myös demografiselta näkökannalta ja asettaa maakohtaisen vesistömatkailun laatutavoitemallin. Näiden ohjaavien tekijöiden avulla on varmasti helpompi lähestyä vesistömatkailun kehitystä, kun tietyt raamit on asetettu. Suomalaisittain ajattelu lähtee enemmän valtakunnallisesta ja alueellisesta matkailustrategiasta, joilla on tietenkin oma ohjaava vaikutuksensa, mutta aivan saksalaisen käsikirjan tasolle silloin ei tietenkään päästä. Selkeä laatutavoitemalli, jossa määritellään satamien ja palveluntarjoajien palvelun, laitteiden, reitistöjen ja turvallisuuden tasot, olisi yksi keino kehittää palvelujen tuotteistusta myös Suomessa ja Pirkanmaalla.

Minimitaso

Esimerkkinä mainittakoon, että saksalaisoppaan mukaan (huvi-) venesataman (Sportboothäfen) palveluihin tulisi kuulua jo minimissään seuraavat:

- kaksi vierasvenepaikkaa
- sähkö
- WC
- juomavesi
- yleinen puhtaus ja siisteys
- jätehuolto
- turvallisuusvälineet (tiedot hätänumerosta, pelastus-, sammutus- ja ensiapuvälineet, palokunnan pääsy paikalle)
- opastaulut turisteille
- alueesta vastaavan yhteystiedot

Saksalaisissa satamissa onkin nähtävissä selkeitä opastetauluja, joista ilmenevät satamissa olevat palvelut. Myös Pirkanmaan satamiin tulisi saada selkeät, symbolein toteutetut opasteet ja kartat, joissa kerrotaan sataman omat palvelut ja sataman osoite, sekä lähialueen tärkeät tiedot, kuten lähin ensiapupiste ja etäisyys muista oleellisista palveluista.

Oppaan mukaan saksalaisella vesistömatkailulla on valtava, hyödyntämätön potentiaali, sillä 80% 14 – 70 –vuotiaista kansalaisista on kiinnostunut vesistöihin liittyvistä aktiviteeteista. Kuitenkin toistaiseksi vain 20 miljoonaa saksalaista viettää lomansa vesistöjen äärellä. Oppaan tarkoituksena on tietenkin kannustaa oman maan matkailuyrittäjiä panostamaan enemmän vesistömatkailuun ja siinä todetaankin, että Saksalla on tarjota kaikkea, mitä vesistömatkailulta voidaan odottaa. Keskeisenä tekijänä onnistuneelle vesistömatkailuelämykselle nostetaan palvelu ja laatu. Matkailijat odottavat että palvelulupaus täytyy ja että erityistoiveet voidaan joustavasti toteuttaa.

Aktiviteettejä

Uusina vesiaktiviteetteina mainitaan monia, joita voidaan harkita osana vuokrakalustoa myös Pirkanmaan järville. Erityisesti nuoret ovat kiinnostuneita kokeilemaan seuraavia välineitä:

- SUP-lautailu
- wakeboarding (vesilautailu)
- cablewakeboarding (kaapelilautailu)
- etuperin soudettavat veneet
- vesipolkupyörät (hydrobike)
- erilaiset lautta- ja ponttooni-rakennelmat (kuten saunalautta, tai ”ravintolalautta”)

Eräänä keskeisenä haasteena Pirkanmaalla on online-varausjärjestelmien hajanaisuus ja -puute. Saksalainen opas suosittelee käyttämään varausjärjestelmiä, koska niiden kautta asiakkaiden on helppo tutustua palvelutarjontaan ja käyttää hyväkseen erilaisia tarjouksia, esimerkiksi halvempaa hintaa varsinaisen sesongin ulkopuolella tai varmistaa palvelun saatavuus korkeasesongin aikana. Varausjärjestelmän tulee olla reaaliaikainen, intuitiivinen ja rakenteeltaan selkeä. Sen tulee pystyä estämään päällekkäisvaraukset ja väärinkäyttöpaukset.

Esimerkkejä

Julkaisun loppuun on koottu esimerkkejä vesistömatkailupalveluista mm. palveluiden, esteettömyyden ja kestäväen kehityksen näkökulmista. Tässä muutamia poimintoja:

- kanoottimatkoille tarjotaan mahdollisuus ostaa valmiita eväspaketteja mukaan
- kanoottimatkoille järjestetään kuljetuksia haluamilleen järvi-kohteille
- internet-sivut useilla kielillä ja myös matkailijoiden palveleminen kohteessa useilla kielillä
- rantojen opastaulut, joissa on tarkat tiedot omatoimimatkoille tarkoitetuista reiteistä
- mahdollisuus ottaa polkupyöriä mukaan moottoriveneeseen (teline pyöriä varten)
- hybridi- ja aurinkosähkökäyttöisten moottoriveneiden vuokraus

YHTEENVETO

Analysoitujen lähteiden pohjalta esiin nousevat edellytykset menestyksekkääseen vesistömatkailun kehittämiseen eivät ole millään tavoin erikoisia tai vaativia, mutta edellyttävät asioihin paneutumista, tiedon hankintaa ja yhteistä halua kehittää vesistömatkailua.

Toisaalta on myös selvää, että tarvittavat kehitystoimenpiteet ovat olleet pitkälti tiedossa jo 1990-luvulta asti, joten kehitystoimenpiteet eivät ole niinkään kiinni tiedon puutteesta, vaan alan osaamisesta, yrittämisestä, rahoituksesta ja päättäväisyydestä.



Työllistävä vaikutus ja teknologia

On selvää, että Pirkanmaa tarvitsee lisää työpaikkoja ja menestyviä PK-yrityksiä. Matkailun kasvumahdollisuudet ovat hyvät ja keskittyvät puhtaasti luonnon ja palveluiden ja kevyen erähenkisyyden yhdistämiseen. Ulkomaisten matkailijoiden tuominen alueelle on keskittynyt harvoihin lähdemaihin, lähinnä Venäjään, jonka matkailijakatoa paikkaamaan tarvitaan matkailijoita muualta, esimerkiksi Aasiasta. Vesistö- ja luontomatkailun tuotteet ovat keskeisessä asemassa kansallisessa matkailustrategiassa, joten tahtoa ja tukea niiden kehittämiseen pitäisi löytyä.

Sekä ulkomaiset, että kotimaiset matkailijat odottavat vesistömatkailulta luonnonrauhaa, mutta haluavat kuitenkin säilyttää mahdollisuudet palata nopeasti palveluiden ääreen täydentämään varastojaan ja nauttimaan muista elämyksistä.

Mobiiliteknologian avulla voidaan auttaa veneilijöitä ja matkailijoita löytämään matkan varrelta kiintoisat kohteet ja välttämättömät palvelut. Tuottamalla ajantasaisia tietoja matkailijoiden käyttöön tuetaan samalla palveluntuottajien liiketoimintaa. Mobiilipalveluissa tulisi olla mukana myös kartat, veneilyreitit ja säätiedot.

Vaikka mukaan tuotaisiin älypuhelinsovelluksia on silti nähtävä matkailualan työvoimavaltaisuus ja sen mahdollisuudet työllistää. Pirkanmaa tarvitsee kipeästi uusia työpaikkoja ja vesistömatkailussa voi olla hyviä mahdollisuuksia innovatiivisuudelle ja uusien palveluiden luomiselle.

Yhteistyö

Yhteistyöverkostojen kehittäminen on oleellisen tärkeää. Verkostossa pitäisi pyrkiä siihen, että yrittäjät suosittelevat oheistoimintoja tarjoavia palveluita omille asiakkailleen. Jos palveluntuottajaan ollaan tyytyväisiä, matkailija saa mielestään arvokasta tietoa häneltä ja ostopäätöksen teko helpottuu. Samalla asiakas voidaan saada viipymään alueella pidempään.

Voisimme yrittää kopioida ruotsalaisten tavan toimia yhteistyössä entistä paremmin. Luonteva yhteistoiminta on kuitenkin yhdistettävä yksilöllisiin ja persoonallisiin palveluihin, jotta palveluista voidaan rakentaa houkuttelevia. Vesistömatkailunkin osalta pitää panostaa siis enemmän osaamiseen, palveluun ja tuotteisiin – järvehän meillä ovat jo korkealaatuisia.

Vetovoimaisen brändin/tarinan luominen on keskeistä erityisesti ulkomaisten matkailijoiden houkuttelemiseksi. Tietotulvassa saadaan näkyvyyttä, kun brändi on riittävän vahva hakusanaksi. Yrittäjien tulisi nähdä itsensä yhteisen brändin rakentajina ja vahvistajina yksintoimimisen sijaan.

Matkailupalveluiden tuottajien resurssit ovat rajallisia ja useimmille vesistömatkailun parissa toimiville palveluiden tuottaminen on sivutoimista. Voimien yhdistäminen sellaisten toimijoiden kanssa, jotka tuottavat omaa toimintaa tukevaa, ja esimerkiksi eri vuodenaikaan sijoittuvaa palvelua, voisi tuoda kannattavaa etua. Monet yrittäjät myös näkevät itsensä yksittäisen palvelun tuottajana (esim. majoitus), eivätkä niinkään matkailualan yrityksenä, joka järjestäisi muuta toimintaa, kuten ohjelmapalveluita.

Vesistömatkailun ja yleensäkin alueen matkailukokonaisuuden onnistunut toteuttaminen edellyttää paitsi toimijoiden yhteistyötä, myös koordinoivaa tahoja, joka on sitoutunut ajamaan alueen yhteistä matkailullista etua ja pystyy katsomaan matkailun tarjontaa asiakkaan silmin. Koordinoiva taho voi olla varta vasten perustettu puolueeton yritys tai osuuskunta, jokin alueellinen matkailutaho, jolla on riittävät resurssit, tai toimintaa varten perustettu yhdistys. Koordinoivalla taholla on oltava kokonaisnäkemyksiä, joka ylittää kuntarajat ja pystyy toimimaan tasapuolisesti ja yhteisen edun nimissä. Kehitystyön on myös pyrittävä pitkäkestoisuuteen, jotta hyvät toteutukset eivät jää puolitiehen, vaan onnistumisen kokemukset osataan hyödyntää jatkossakin ja niitä voidaan edelleen viedä eteenpäin. Taholla pitää olla myös näkemystä tulevaisuuden tarpeista ja kansainvälistä ulottuvuutta.

Mahdollisuuksien näkeminen

Yksi keskeisiä ongelmia on myös se, että lähellä olevaa vesistöä pidetään tavanomaisena ja itsestäänselvytyksenä. Siihen liittyvien liiketoiminnallisten mahdollisuuksien hahmottaminen on monelle vaikeaa. On siis opittava katsomaan omaa ympäristöä matkailijan silmin ja nähtävä potentiaaliset mahdollisuudet.

Kulttuurin ja kerronnallisuuden hyödyntäminen ei ole kaikille yrittäjille luontevaa, mutta sen merkitystä ei missään tapauksessa pitäisi väheksyä. Juuri kohteeseen liittyvät perinteet ja tarinat voivat olla se tekijä, joka tuo matkailijan takaisin ja saa hänet kertomaan matkan jälkeen kokemuksestaan muille, esimerkiksi sosiaalisen median keinoin.

Järvimatkailun veneilykausi on Suomessa lyhyt ja siihen tuovat oman lisänsä vielä vaihtelevat sääolosuhteet. Talvimatkailukausiakaan ei enää viime vuosina ole ollut entisenlainen, vaan lyhyeksi jääneet lumijaksot ja lauhat talvikuukaudet vaikuttavat oleellisesti talvimatkailuun vesistöjen äärellä.

Silti matkailuyrittäjien on hyvä pohtia mahdollisuuksia tarjota talvikalastusta, kalankäsittelyä, avantouinteja, jäähiihtoa ja luistelua, lumi- ja jääveistostapahtumia tai vastaavia. Talviaktiviteetit voivat hyvin olla osa vesistömatkailua, kun toiminnat ja tapahtumat järjestetään jäällä tai rannoilla järvi-elementtiä hyödyntäen.

Vesistöä ei Suomessa osata, haluta, tai ei nähdä aina kannattavaksi matkailuliiketoiminnan lähteeksi. Hidasteina on yhteistyön puutetta, markkinoinnin vähäisyyttä ja heikkoa palvelutuotteiden tuotteistamista, ainakin osittain. Näkökulmaa on pystyttävä siis muuttamaan.

Matkailureitit

Laajoilla alueilla, kuten Pirkanmaalla ei ole mahdollisuuksia keskittää kaikkia vetovoimatekijöitä pienelle alueelle, vaan kohteet ja palvelut sijaitsevat hajallaan. Tällöin on mielekästä verkottaa alueellisia palveluita järjestämällä tuotteistettuja matkailureittejä teemojen ja aktiviteettien ympärille. Samoin on tärkeää huomioida siirtokuljetukset. Osalle matkailijoista pitkä risteilymatka voi olla sopiva, toisille kokemus pitäisi rajoittaa esimerkiksi pariin tuntiin. Tällöin on oltava selkeä mahdollisuus nousta pois aluksesta ja palata lähtöpisteeseen haluamallaan tavalla, esimerkiksi polkupyörällä tai bussilla. Paluukuljetuksen epävarmuus voi hyvinkin jättää yksisuuntaiselta tuntuvan matkan kokonaan tekemättä. Paketoimalla palvelut voidaan suuresti helpottaa matkailijan ostopäätöstä.

Matkailijan tarpeet

Eräänä tyypillisenä haasteena on myös se, että suomalaisen yrityskulttuuriin ei ole aina saatu sisäänrakennettua palveluhalukkuutta. Menestyvimmat yrittäjät ovat ehkä oppineet, että asiakas saadaan parhaiten palaamaan, jos hänen odotuksensa ovat täyttyneet tai parhaassa tapauksessa jopa ylittyneet. Ja vaikka sama asiakas ei palaisikaan, hän toimii viraalimarkkinoinnin välineenä ja kertoo tuttavilleen onnistumisen kokemuksesta. Pirkanmaallakin on onneksi olemassa esimerkkejä yrittäjistä, joilla riittää asiakkaita minimaalisesta markkinoinnista huolimatta juuri siksi, että maine hyvästä palvelusta kulkee asiakaskunnan keskuudessa tehokkaasti.

Erityisen tärkeää on myös muistaa, että matkailun kehittämisessä tulee ymmärtää matkailijoiden tarpeet, eikä tyytyä myymään vain sitä, mitä meillä jo on. Vastaavasti tämä edellyttää, että matkailijoiden tarpeita ja niiden muutosta seurataan ja päätösten pohjaksi hankitaan todellista tietoa. Asiakkaan tarpeiden arvaaminen on hyvin harvoin menestykseen johtava resepti, sillä jokainen yrittäjä tulkitsee asiakkaita omaan kokemukseensa pohjaten ja kuitenkin asiakkailla on aina hyvinkin erilaisia odotuksia, jotka riittävän tiedon pohjalta toki voidaan lajitella ryhmiä/segmentteiksi helpottamaan palvelutarjonnan suunnittelua.

On myös syytä ravistella vanhoja uskomuksia ja huomata, että ”tuhansien järvien maa” ei tarkoita sitä, että matkailijat tulisivat tänne kokemaan kovinkaan monia järviä. Useimmissa tapauksissa matkailijalle voi riittää vesistömatkailukokemus yhdellä tai kahdella järvellä matkaa kohden. On myös tiedostettava kansainvälisen markkinoinnin osalta, että meille tuttu järvimaisema ei välttämättä ole riittävän identtifiöiva ohjaamaan matkailijan ajatukset Suomeen. Markkinoinnissa voitaisiin harkita selkeiden maamerkkien käyttöä kauniiden vesistökuviensa osana, jotta luodaan selkeämpi yhteys juuri Pirkanmaan vesistöihin. Tällaisia elementtejä voivat olla esimerkiksi Näsinneula, Tarjanne-laiva tai Serlachiuksen museo yhtenä elementtinä järvimaiseman kanssa.

Liiketoiminnan kehittäminen

Liiketoiminnan kannalta on tärkeää myös pohtia mitä muuta matkailija-Markku haluaisi kokea, kuin esimerkiksi ohjatun kalastusmatkan? Olisiko hän kiinnostunut myös luonnosta yleensä, melontarektestä, tai ohjatusta toiminnasta, jossa valmistetaan saalistetusta kalasta ruokaa luonnon

ääressä? Muualla maailmassa on yhdistetty järvimatkailuun myös maa-aktiviteetteja, kuten golfia, ratsastusta tai työskentelyä karjatilalla. Myös Suomessa on otettu askeleita siihen suuntaan, että ulkomaalaiset matkailijat saavat kokemuksia vaikkapa mansikanpoiminnasta nähtävyyksien katselun lomassa. Tärkeää olisi työstää matkailua innovatiivisesti ja tarjota uusia tapoja kokea asioita, jotka voivat olla hyvinkin houkuttelevia vaikkapa aasialaiselle matkailijalle. Meidän on vain nähtävä meille tavalliset aktiviteetit heidän näkökulmastaan.

Yksi tärkeä opetus naapurimaastamme Ruotsista on matkailuun liittyvä siisteys. Alueen yleisellä siisteydellä voidaan luoda kattava tunne kaikkien kokemusten laadukkuudesta, vaikka puitteet olisivat hieman vaatimattomakin. Useissa satamissa kävijää kohtaa näky, joka koostuu erilaisten alusten lisäksi valitettavasti myös sekalaisista trailerista, veneiden korjaamiseen käytettävästä kalustosta, pressuista kyhätyistä venesuojista ja vastaavista, jotka antavat alueelle enemmänkin harrastelijamaisen, kuin ammattimaisen kuvan. Satamien vakikäyttäjienkin kannalta siisti ja turvallinen ympäristö olisi varmasti parempi vaihtoehto. Matkailijan kannalta siisteys olisi tärkeä tekijä laadukkaana palvelun osatekijänä. Jos on halpaa, hyväksytään epäsiisteys. Jos on kallista, tulee olla laadukasta ja siistiä. Meillä tuskin on varaa kilpailla hinnalla.

Kauaskantoisesti pitäisi myös suunnitella kaupunki- ja tienäkymät siten, että siistit satamat ja kauniit järvinäkymät olisivat houkuttelevasti esillä. Nykyisellään monet tiet menevät läheltä järviä, mutta kuitenkin järven ja tien väliin on jätetty puustoa peittämään näitä järvimaisemia.

Osana hyvää tuotteistusta, markkinointia ja myyntiä on toimiva keskusvarausjärjestelmä. Ensinnäkin kaikki alueen tarjonta pitäisi olla nähtävissä yhdessä ja samassa palvelussa ja asiakkaan kiinnostuksen herättyä, palveluiden varaaminen pitäisi voida suorittaa saman nettipalvelun kautta. Kiinnostuksen heräämisen ja varauksen tekemisen välille ei pidä jättää aikaa, vaan asiakkaan toimintaa ja päätöksentekoa tulee helpottaa ja auttaa häntä siirtymään suoraan matkan ostamiseen.

Vastaavasti tulee huomioida myös kaikki mahdollisuudet tuottaa oheispalveluita varsinaisten tuotteiden tueksi. Esimerkkinä mainittakoon valmiiden eväspakettien ja siirtymäkuljetusten myyminen melontamatkailijoille. Tuotteiden ostamista on helpotettava myös tarjoamalla informaatio ja varausjärjestelmä riittävän monella kielellä.

Muita kehittämismahdollisuuksia ovat mm. opastaulujen lisääminen (tämäkin on markkinointia) ja uusien, ekologisten vesilläliikkumisen mahdollisuuksien tarjoaminen, esimerkiksi aurinkosähkön hyödyntäminen. Tässähän Suomi on usein heikossa asemassa, mutta pitkät valoisat kesäpäivät suovat meille varmasti myös huomattavaa etua.

Ei ole olemassa mitään syytä, miksi Pirkanmaa ei ryhtyisi tavoittelemaan asemaa vesistömatkailun esimerkki-maakuntana. Kehittämistä on toki paljon niin markkinoinnissa, selkeämmän näkyvyyden ja brändin kehittämisessä, palveluiden paketoinnissa, yrittäjien osaamisessa ja matkailukokonaisuuden kehittämisessä. Nimenomaan hyvä näkyvyys ja selkeä vesistön tarina yhdessä elinkeinotoimijoiden hyvin toimivan yhteistyön kanssa voivat siivittää tulevaisuuden vesistömatkailun todelliseen nousuun Pirkanmaalla.

LÄHTEET

- Colin, Michael, Hall, et al., 2006, Lake Tourism: An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems, Channel View Publications.
- Country report, Denmark, Tourism industry sub-sectors, 2014, European Commission.
- Country report, Finland, Tourism industry sub-sectors, 2014, European Commission.
- Country report, Norway, Tourism industry sub-sectors, 2014, European Commission.
- Country report, Sweden, Tourism industry sub-sectors, 2014, European Commission.
- Country report, the Netherlands, Tourism industry sub-sectors, 2014, European Commission.
- Country report, United Kingdom, Tourism industry sub-sectors, 2014, European Commission.
- Denmark, OECD Tourism Trends and Policies 2014, OECD.
- Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland, Hamburger Messe und Congress GmbH & Deutscher Tourismusverband e.V., dwif-Consulting GmbH.
- Härkönen, Tuija, et al., 2002, Eurooppalainen järvikoulu, 18.-23.8.2002, Ruotsi, Savonlinnan yliopisto.
- Häyhä, Lea, et al., 2010, Suomen matkailustrategia 2020, Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Inland Waterways in the EU, 2014, European Parliamentary Research Service.
- Laakso, Miika; Härkönen, Anja, 2009, Päijät-Hämeen matkailustrategia 2010-2015, Lahden Alueen Kehittämissyhtiö Oy.
- Liikennevirasto, 2015, Kotimaan vesiliikennetilasto 2014.
- Liikennevirasto, 2015, Saimaan kanavan ja muiden sulkukanavien liikennetilasto 2014.
- Luomanen, Tiia, 2010, Selvitys vesistömatkailun edellytyksistä Pirkanmaalla. Pirkanmaan liitto.
- Maakunnalliset matkailustrategiat (tiivistelmä), 2010, Matkailun edistämiskeskus.
- Merenkululaitos, 2005, Veneilyn määrä ja taloudelliset vaikutukset Suomessa, ISBN 951-49-2101-1.
- Mikkonen, Jenni, et al., 2009, Outdoors Finland Etelä-Savo –aktiviteettien kehittämissuunnitelma, Outdoors Finland.
- Nationell Strategi för Svensk Besöksnäring, 2010, Svensk Turism AB, Rolf Tryckeri AB.
- North Sea Region Waterways for Growth – Framework for the Sustainable Development of Inland Waterways, 2013, The Interreg IVB North Sea Region Programme, The European Regional Development Fund.

Oi jos Suomen järvet matkakohteiksi muuttuisi, 2003, Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskus, Joensuun yliopisto.

Pollari, Matti, 2013, Puhtaat vedet Pirkanmaan voimavarana – Esiselvitys vesistöjen kestävän käytön yhteistyöstä ja elinkeinollisesta kehittämisestä. Ekokumppanit Oy.

Puttonen, Timo, et al., 2006, Etelä-Karjalan matkailustrategia 2006-2015, Etelä-Karjalan liitto.

Sarkola, Tapio, 1997, Järvimatkailukohteet Pyhäjärven-Längelmäveden alueella, palvelujen kartoitus, kehittämis ehdotuksia, Järvipalvelut T. Sarkola.

Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä, Saaristo- ja vesistömatkailun esiselvityshankkeen loppuraportti, 2005, Sisäasiainministeriö.

Tahvanainen, Noora, et al., Matkailun taloudelliset vaikutukset Savonlinnan seudulla vuonna 2010, loppuraportti (osa 2.), Itä-Suomen yliopisto.

Tojkander, Taru; Uosukainen, Maarit, 2014, ”Itsestänselvyydestä toimintaan” – Etelä-Päijänteen kestävän vesistömatkailun kehittäminen, Lahden Ammattikorkeakoulu.

Tuohino, Anja; Pitkänen, Kati, 2004, artikkeli The Transformation of a Neutral Lake Landscape into a Meaningful Experience – Interpreting Tourist Photos, julkaisussa Journal of Tourism and Cultural Change.

Wassertourismus in Deutschland, 2013, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) Öffentlichkeitsarbeit.

Water Tour – Käsikirja palveluntuottajille, matkailutoimintojen suunnittelijoille ja markkinointiorganisaatioille, 2006, Interreg IIIC –projekti (Saksa, Irlanti, Unkari, Suomi, Portugali) Lahden kaupunki.

Visit Finland, 2014, Kesän luontoaktiiviteettien kehittämisstrategia 2015-2018, Matkailun edistämiskeskus.