

# ZANDERLAND

1.4.2006-31.12.2007



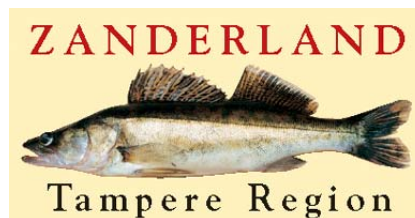
## LOPPURAPORTTI

ProAgria Pirkanmaa ry:n  
Pirkanmaan kalatalouskeskus



# ZANDERLAND

**1.4.2006-31.12.2007**



## LOPPURAPORTTI

**Projektipäällikkö Ismo Kolari  
ProAgria Pirkanmaa ry:n Pirkanmaan kalatalouskeskus**

**TAMPERE 2007**

Kansi: Moskovalaisten ja pietarilaisten matkanjärjestäjien ja median tuloksekas kalastuskiertue käynnistyi Vilppureitiltä kesäkuussa 2006.

# SISÄLLYSLUETTELO

|  |    |
|--|----|
| 1. HANKKEEN YHTEYSTIEDOT .....   | 4  |
| 2. JOHDANTO .....  | 5  |
| 3. PROJEKTIN HENKILÖSTÖ JA HALLINNOINTI .....                          | 7  |
| 4. RAHOITUS JA TOTEUTUSAIKA .....                                      | 8  |
| 5. HANKKEEN YHTEISTYÖKUMPPANIT .....                                   | 9  |
| 6. TOIMENPITEET .....  | 10 |
| 6.1. Laadun ja palvelujen parantaminen .....                           | 10 |
| 6.2. Ulkomainen kuluttajamarkkinointi .....                            | 11 |
| 6.2.1. Kansainvälinen media .....                                      | 11 |
| 6.2.2. Messut .....  | 13 |
| 6.2.3. Esitejakelu ja esilläolo kv. matkailuesitteissä .....           | 14 |
| 6.2.4. Internet .....  | 15 |
| 6.3. Matkanjärjestäjäkontaktien luominen ja myynnin aktivoiminen ..... | 16 |
| 6.3.1. Workshopit ja myyntiyhteistyön kehittäminen .....               | 16 |
| 6.3.2. Matkanjärjestäjien tutustumismatkat .....                       | 17 |
| 6.4. Kotimainen kuluttaja- ja yritysmarkkinointi .....                 | 19 |
| 7. TAVOITTEET JA TULOKSET .....  | 21 |
| 8. KEHITTÄMISEHDOTUKSIA .....  | 23 |

## LIITTEET

Hankkeessa tuotettu materiaali, matkakertomukset, lehtileikkeet ym. liitteet erillisessä kansiossa.

# 1. HANKKEEN YHTEYSTIEDOT

Hankkeen nimi: Zanderland

Hankennumero: 24479

Dnro: 10/3518-2006

Ohjelma: Etelä- ja Länsi-Suomen maaseudun kehittämisohjelma

Toimintalinja: Maaseutuelinkeinojen monipuolistaminen

Toimenpide: Matkailu- ja käsityöläiselinkeinojen kannustaminen (s)

Alatoimenpide: Matkailun toimintaympäristön parantaminen ja kehittäminen

Toimiala: Kalastusmatkailu

Toimialue: Pirkanmaa

Hankkeen hyväksytty toteutusaika: 1.4.2006-31.12.2007

Hankkeen toteuttaja: ProAgria Pirkanmaa

Osoite: Näsilinnankatu 48 D, PL 97, 33101 TAMPERE

Hankkeen vetäjä: Ismo Kolari, ProAgria Pirkanmaa ry:n Pirkanmaan kalatalouskeskus

Puh. 020 747 2796, 050-5929 259

Fax. 020 747 2801

Sähköposti: ismo.kolari@proagria.fi

www.kuhamaa.fi, www.zanderland.fi

Hankkeen kirjanpitäjä: Kirsti Vellas, ProAgria Pirkanmaa

Puh. 020 747 2807

Fax. 020 747 2801

Sähköposti: kirsti.vellas@proagria.fi

www.pirmk.fi

## 2. JOHDANTO

Kalastus on noussut 2000-luvulla merkittäväksi matkailuteemaksi Suomessa ja Pirkanmaalla. Nopea yritystoiminnan kehittyminen on ollut seurausta kysynnän ja tarjonnan voimakkaasta lisääntymisestä.

Tämä positiivinen kehitys on seurausta systemaattisesta kehittämistyöstä kalastusmatkailun eteen ja mahdollisuuksien ja resurssien hyödyntämisestä yhä ammattimaisemmalla tavalla. Tärkeimmät taustatekijät eli laajat vesistöt ja hyvät kalakannat ovat olleet olemassa, mutta vasta viime vuosina niitä on osattu ottaa käyttöön matkailullisesti ja yritystoimintaa tukien.

Eri puolella maakuntaa toimii pieniä kalastusohjelmalveluyrityksiä, joiden tuotteet ovat hioutuneet ja palvelujen laatu parantunut vastaamaan yhä paremmin eri asiakasryhmien tarpeita ja odotuksia. Kalastusoppailta löytyvät toimiva venekalusto, kalastusvälineistö ja suojavaatetus. Tyypillinen asiakkaille tarjottava ohjelma on muutaman tunnin heitto- tai vetouisteluretki, johon on yhdistetty jonkin tasoinen ruokatarjoilu.

Kalastusoppaiden lisäksi myös maaseudun majoitusyrittäjät ovat lisänneet mökkien ja muiden majoituskohteidensa kalastusvarustusta sekä muita kalastaville asiakkaille tarjottavia palveluja. Kalastusteeman avulla pyritään houkuttelemaan lisäasiakkaita etenkin pääsesongin ulkopuoliselle ajalle keväällä ja syksyllä sekä yhä enemmän myös talvella, jolloin majoituskapasiteetin käyttöastetta on vara nostaa selvästi nykyisestään.

Asiakasmäärät ovat lisääntyneet koko ajan ja tutkimusten mukaan tulevaisuuden usko on yleisesti melko positiivinen (Laiho, Herranen ja Kivi 2005: ”*Kalastusmatkailun nykytila, kehittämishaasteet ja hanketoiminta Suomessa*”. Maa- ja metsätalousministeriö). Tästä kertoo myös se, että monet alan yritykset ovat investoineet lisäkalustoon.

Ennako-oletukset kansainvälisten markkinoiden suuresta potentiaalista ovat pikku hiljaa osoittautumassa oikeiksi. Pirkanmaalaisten alan ydinyritysten selkärangaksi on muodostumassa yhä laajeneva ulkomaisten kalastusmatkailijoiden joukko, jota kotimaiset yritysasiakkaat ja lomailijat tukevat. Maksukykyisten monikansallisten yritysten kv. vieraat ja henkilökunta ovat merkittävässä asemassa etenkin kalastusopasyrittäjien asiakaskuntana.

Pirkanmaan TE-keskuksen julkaiseman ”*Pirkanmaan matkailun ennakoivan kilpailukykyanalyysin*” (Talonen ja Laiho 2004) mukaan matkailuklusterin tulevaisuuden tärkeimmiksi liiketoiminta-alueiksi nousevat kansainväliset markkinat. Kansainvälistymistä lisää mm. ostovoiman kasvu Itämeren lähimarkkinoilla ja uudet lentoyhteydet Eurooppaan.

Kalastusmatkailun osalta tästä kansainvälistymistrendistä on jo saatu esimakua ja viime vuosina tilanne on kehittynyt yhä nopeammin. Itämeren lähialuemarkkinat ja ns. entiset itäblokin maat Venäjä etunenässä ovat potentiaalista markkina-alueita maissa tapahtuvan talouskasvun ohella myös siksi, että näissä maissa kalastusharrastus ja kala saaliina ja ravintona ovat perinteisesti erittäin korkealle arvostettuja asioita.

Myös halpalentoyhteyksien päässä olevat Iso-Britannia ja Saksa ovat Pirkanmaata kiinnostavia markkina-alueita kalastusmatkailumielessä.

Kalastusmatkailussa ja sen markkinoinnissa on lähdetty alusta pitäen liikkeelle nimenomaan teema-ajattelusta, joka näyttäisi tällä hetkellä leviävän entistä laajemmin kattamaan myös muuta matkailun markkinointia. Kalastus ja ennen kaikkea järvikalastus on eräs varteenotettavimmista teemoista, jonka avulla Suomi ja Pirkanmaa pystyvät kilpailemaan ja erottautumaan kansainvälisesti matkailualallakin kiristyneessä kilpailussa. Euroopan mittakaavassa yhtä hyvät perusedellytykset omaavia kilpailijoita on vähän.

Kalastusmatkailu yritystoimintana on varsin nuorta. Vaikka kehitys on ollut nopeaa, yleisesti ottaen alalla on päästy toistaiseksi vain hieman alkuvaihetta pidemmälle.

Panostamalla entistä pitkäjänteisemmin ja vahvemmin kansainväliseen markkinointiin ja asiakkuussuhteiden luomiseen sekä ulkomaisten asiakkaiden palvelutaidon parantamiseen, kalastusmatkailijamääriä on mahdollista lisätä huomattavasti nykyisestä ja näin parantaa kalastusohjelmapalveluyrittäjien ja majoitusliikkeiden kannattavuutta ja toimintaedellytyksiä Pirkanmaalla. Varsinaisen kalastusmatkailusektorin lisäksi kalastavien matkailijoiden saapuminen maakuntaan tuo huomattavia lisätuloja kaupan, liikenteen ja palvelujen alalle.

Tämän työn apuvälineeksi käynnistettiin Zanderland –kalastusmatkailuhanke keväällä 2006.

### **3. PROJEKTIN HENKILÖSTÖ JA HALLINNOINTI**

Projektipäällikkönä hanketta veti iktyonomi Ismo Kolari ProAgria Pirkanmaa ry:n Pirkanmaan kalatalouskeskuksesta. Hankevetäjä toimi myös ohjausryhmän sihteerinä. ProAgria Pirkanmaa huolehti hankkeen kirjanpidosta ja hallinnoinnista.

Hankkeen toimintaa seurasi ohjausryhmä, joka kokoontui 3 kertaa. Ryhmän kokoonpano oli seuraava:

Maa-, metsä- ja kalatalousyrittäjä Eero Einola, Maataloustuottajain Pirkanmaan Liitto

Kalastusbiologi Tapio Hakaste, Hämeen TE-keskus, kalatalousyksikkö

Kalastusohjelmalveluyrittäjä Juha Happonen, Kalastusohjelmalvelut Happonen

Puheenjohtaja Esko Piranen, Vammalan seudun kalastusalue

Suunnittelupäällikkö Kaarina Rikala, Pirkanmaan TE-keskus, maaseutuosasto

Matkailuyrittäjä Mervi Ruolahti, Ruoveden Haapasaaren Matkailu

Toiminnanjohtaja Pekka Vuorinen, ProAgria Pirkanmaa ry:n Pirkanmaan kalatalouskeskus

## **4. RAHOITUS JA TOTEUTUSAIKA**

Zanderlandin kokonaisbudjetiksi tuli 103 310 € hankkeen päärahoittajan Pirkanmaan TE-keskuksen 14.6.2006 tekemällä päätöksellä. Julkisen avustuksen osuudeksi määriteltiin 82,74 % eli 85 480 euroa, joka jakaantui valtion osuuteen 78 280 € (75,77 %) ja kuntien rahoitusosuuteen 7 200 € (6,97 %). Yksityisen rahoituksen osuudeksi jäi 17 830 € (17,26 %).

Hanketta rahoittivat seuraavat kunnat: Ruovesi, Vilppula, Vammala, Virrat ja Mänttä. Tampere osallistui hanketta tukeviin toimenpiteisiin lisäpanostuksin.

Kalastusalueista hanketta olivat rahoittamassa Virtain, Ruoveden-Kuoreveden, Näsijärven, Kyrösjärven, Längelmäveden, Roineen-Mallasveden-Pälkäneveden ja Vammalan seudun kalastusalueet.

Hankkeen aloituksen hieman myöhästyttyä, vuosittaisia budjetteja ja toteutusaikaa tarkennettiin TE-keskuksen 16.2.2007 tekemässä muutospäätöksessä ja näin hankkeen toteutusajaksi muodostui 1.4.2006-31.12.2007.

## 5. HANKKEEN YHTEISTYÖKUMPPANIT

Zanderland-hankkeen toiminnassa oli mukana 33 yritystä, joista parikymmentä tarjoaa päätuotteenaan majoituspalveluja ja kymmenkunta ohjelmapalveluja. Hankkeen taustalla vaikutti lisäksi seitsemän kalastusalue ja kolme kalatalousyhteisöä.

Zanderlandin yhteistyökumppaneita olivat keskeisimmät kansainvälistä matkailun markkinointia harjoittavat pirkanmaalaiset toimijat, Tampereen kaupungin matkailutoimisto/GoTampere, GoTampereen myyntiyhtiö Travel Plan Finland ja Pirkanmaan kv. matkailumarkkinointihanke.

Kansainvälisessä yhteistyössä merkittävin yhteistyökumppani oli Matkailun edistämiskeskus ja sen ulkomaan toimistot. Hyvää konkreettista yhteistyötä tehtiin myös kv. matkanjärjestäjien ja lehdistön kanssa.



Zanderland-hankkeen toiminnassa olivat mukana maaseudun kalastusohjelmapalveluyrittäjät.



tärkeimmät kalastusasiakkaita palvelevat majoituskohteet ja

## 6. TOIMENPITEET

### 6.1. Laadun ja palvelujen parantaminen

Koulutuspäivä ”Venäläinen matkailija asiakkaanamme” järjestettiin Tampereella 10.1.2007 yrittäjien tietämyksen lisäämiseksi venäläisten asiakkaiden tavoista ja kulttuurista sekä kaupankäynnistä ja markkinoista Venäjällä. Tilaisuuteen osallistui 22 hlöä, joista osa oli varsinaisen hankkeen ydinväen ulkopuolisia matkailualan toimijoita.

Venäjän kielikoulutus järjestettiin Tampereella pääteemana kalastusohjelmanpalvelut. Siihen kuului 3 koulutuspäivää 3.5., 14.5. ja 21.5.2007. Päiville osallistui edustajia 7 yrityksestä. Koulutusta varten laadittiin kalastuksessa tarvittava venäjänkielinen sanasto ääntämysohjeineen. Sanasto käännettiin myös saksaksi. Palvelusanastot toimitettiin postitse hankkeen yrittäjille.

Kalastusohjelmanpalveluiden turvallisuuskoulutus järjestettiin Vammalan Karkussa 7.-8.9.2007. Koulutuksessa tehtiin mm. riskianalyysiä, laadittiin turvallisuusasiakirjat ja harjoiteltiin pelastautumista. Osallistujia 4.

Yrittäjiä opastettiin palvelujen kehittämisessä ja myynti- ja markkinointityöskentelyssä henkilökohtaisella neuvonnalla ja tiedottamalla. Venekalustosta ja -turvallisuudesta laadittiin infokirje. Ulkomaisten matkanjärjestäjä- ja mediaryhmien kiertueista tehtiin raportti ja käytiin läpi yrittäjäkohtaisesti kiertueiden ohjelmissa ja palveluissa havaittuja onnistumisia ja puutteita. Ulkomaalaisten matkanjärjestäjien ja muiden kontaktien toivomuksia ja mielipiteitä selvitettiin lisäksi messuilla ja muiden tapaamisten yhteydessä ja niistä tiedotettiin yrittäjille.



Karkun turvallisuuspäivien yhteydessä 7.-8.9.2007 harjoiteltiin Rautavedellä miten pelastaudutaan, kun on pudottu veneestä viileään syysveteen.

Tuotteiden, markkinoinnin ja myynnin kehittämistä ideoitiin yrittäjien ja myyntiyhtiöiden kanssa. Kalamökkikartoituksia suoritettiin kahdessa yrityksessä.

Projektipäällikkö esitelmöi Zanderland-hankkeesta eri tilaisuuksissa ja osallistui kalastusopaskoulutukseen. Kaksi pirkanmaalaista yrittäjää suoritti hankkeen aikana kalastusoppaan ammattitutkinnon ja muutama aloitti koulutuksen.

## 6.2. Ulkomainen kuluttajamarkkinointi

### 6.2.1. Kansainvälinen media



Belgialaisen HDTV-yhtiön Euro 1080:n Zoltan Tobolik ja Olga Szederkenyi kuvasivat Lempäälässä kalastusta ja sorsastusta Myllyvainion Kuhien vieraana elokuussa 2006.

Näkyvyyden lisäämiseksi kansainvälisissä aikakaus- ja sanomalehdissä ja TV:ssä hanke toteutti median tutustumismatkoja ja järjesti Pirkanmaalle saapuneille toimittajille kalastusohjelmia seuraavasti, suluissa yhteistyötahot:

1. 15.-17.6.2006. Venäjän merkittävin kalastuslehti Rybolov Elite (levikki 50 000) tutustui kalastusmatkailutarjontaan Vilppulassa, Ruovedellä, Virroilla ja Vammalassa. Mukana myös videokuvaaja. Tuloksena näytävä 10-sivuinen artikkeli (nettoaineisto 8 sivua) lehden numerossa 3/2007.  
(MEK Pietari, Peltolan luomutila, Kalastusohjelmalvelut Happonen, Haapasaaressa Lomakylä, Uurasen-Manttilon ok/Kotalan Kosket, Vaparetket, Hotelli Ellivuori, Tampereen kaupungin matkailutoimisto).
2. 11.7.2006. Samaran ja Nizni Novgorodin TV:t kuvasivat kalastusta Näsijärvellä Tampereesta tehtäviin ohjelmiin.

(MEK Pietari, Tampereen kaupungin matkailutoimisto, Pirkanmaan luonto- ja kalastuslomat)

3. 18. ja 20.8.2006. Belgialainen HDTV-yhtiö Euro1080 kuvasi Pälkäneellä ja Lempäälässä suomalaisia erikoisuuksia: ravustusta, mökkejä, saunomista, sorsanmetsästystä, verkkokalastusta ja kalan savustusta.  
(Tampereen kaupungin matkailutoimisto, Uotilan Lomamökit, Myllyvainion Kuhat).
4. 23.-24.10.2006. Pietarilainen Intermedius TV-yhtiö kuvasi Ellivuoren kalastusworkshopissa materiaalia videolle ja Pietarin TV:n 7-Sport-kanavan ohjelmasarjaan. Workshopin yhteydessä annettiin haastattelu Sportivnoe Rybolovstvo-lehdelle. (MEK Pietari).
5. 28.5.-30.5.2007. Latvialaiset toimittajat Valdis Aleksandrovs Maja-aikakauslehdestä ja Alvis Birkovs metsästys/kalastus/luonto-lehti MMD:stä Ruovedellä ja Vilppulassa. Tuloksena 6 artikkelia ja 15 sivua materiaalia; 2 juttua Majaan, 3 MMD:hen ja Birkovsin haastattelu venäjänkielisessä sanomalehdessä.  
(MEK Tallinna, Haapasaaren Lomakylä, Retu-Retket, Peltolan luomutila, Koivulahden Rapukartano).
6. 9.-13.6.2007. Englantilainen toimittaja James Holgate Pike & Predators-lehdestä ja irlantilaiset Derek Evans Irish Timesista (levikki 117 797) ja David Gray Irish Daily Starista (levikki 62 233). Kohteina Ruovesi, Vilppula, Ikaalinen, Vammala ja Tampere (koko ryhmä) sekä Virrat ja Lempäälä (Holgate). Tuloksena mainiot artikkelit Pike & Predatorsissa (6 sivua) ja Irish Timesissa. Tulossa juttu Irish Anglers Digestiin.  
(MEK Lontoo, Haapasaaren Lomakylä, Uurasen-Mantilon ok/Kotalan Kosket, Koivulahden Rapukartano, Kalastusohjelmalvelut Happonen, Ikaalisten Kylpyläkaupunki, Frangin Mökit/BananaBoys, Vaparetket, Hotelli Ellivuori, Pirkanmaan luonto- ja kalastuslomat, Tampereen kaupungin matkailutoimisto, Kalastusmatkat Honkanen, Pirkanmaan kv. matkailumarkkinointihanke).



PR-manageri Mark Dobrusin johti Rybolov Eliten lehdistöryhmää, joka tutustui mm. Juha Happonen tarjontaan kesäkuussa 2006.



Samaran TV:n toimittaja Victoria Garmashova ja kuvaaja Aleksandr Chuvpilov uistelivat kuhaa Näsijärvellä heinäkuussa 2006.



Latvialaiset lehtimiehet Alvis ja Valdis rantautuivat kahvituolle Vilppureitillä Retu-Retkien kanssa toukokuussa 2007.



Englantilainen ja irlantilaiset lehtimiehet kalastivat Kyrösjärvellä BananaBoysien opastuksella kesäkuussa 2007.

Lisäksi toimitettiin kuva- ja tekstimateriaalia kv. lehdistölle. Se tuotti mm. seuraavanlaista näkyvyyttä:

- Euroopan suurin kalastuslehti saksalainen Blinker (levikki n. 80 000, lukijoita 460 000) julkaisi nrossa 6/2006 näyttävän 6-sivuisen (nettoaineisto 5 sivua) jutun Pirkanmaan ja Hämeen kalastuskohteista.
- Münchenin messujen yhteydessä Euroopan suurimman sanomalehden Bildin Münchenin aluelehti julkaisi Zanderlandin lehdistötiedotteen näkyvästi kuvan kanssa Jagen und Fischen messuliitteessä. Lisäksi lehdessä oli Zanderlandin ilmoitus.
- Irlantilaisen Sunday Independentin Travel Magazine -liitteen (levikki > 200 000, lukijoita 1,133 milj.) Tampere-sivulla kalastus oli näyttävästi esillä.

Münchenin ja Pietarin messuilla käytiin neuvotteluja Saksan, Tsekin ja Venäjän kalastuslehtien päätoimittajien kanssa mahdollisista tulevista toimittajavierailuista.

## 6.2.2. Messut

Zanderland osallistui osastolla seuraaville ulkomaisille yleisömessuille:

1. Pietarin Охота и Рыболовство-2007 eli metsästys- ja kalastusmessut 22.-25.3.2007, yhteisosasto MEKin ja GEO-toimiston kanssa. Mukana Haapasaaren Lomakylä ja Kalastusohjelmapalvelut Happonen.
2. Münchenin Jagen und Fischen eli metsästys- ja kalastusmessut 28.3.-1.4.2007, oma osasto. Mukana Haapasaaren Lomakylä, Hotelli Ellivuori, Retu-Retket, Vaparetket, Pirkanmaan luonto- ja kalastuslomat ja Vammalan seudun kalastusalue.

Molemmat tapahtumat olivat onnistuneita. Pietarin kalastusmessut oli paras tapahtuma kaikki viime vuosien koti- ja ulkomaiset messuesiintymiset huomioituna. Myös Münchenissa tarjontamme herätti runsaasti mielenkiintoa. Messujen yhteydessä luotiin kontakteja kuluttajien ohella matkanjärjestäjiin, kv. lehdistöön, muiden valtioiden matkailun toimijoihin ja alan järjestöihin. Messumatkoista on tarkemmat kuvaukset erillisissä matkakertomuksissa.

Helsingin Matkamessuilla 18.-19.1.2007 käytiin neuvotteluja MEKin ulkomaan toimistojen ja muiden sidosryhmien kanssa



Pirkanmaan tiimi Pietarin kalastusmessuilla Lenexpossa.



Zanderland-osasto kiinnosti baijerilaisia Jagen und Fischenissä.



Kalastusoppaita ja majoitusyrittäjiä oli mukana messuilla esittelemässä maakunnan tarjontaa ja omia palvelujaan ja lisäämässä tietämystään kansainvälisistä asiakkaista ja kilpailijamaista.

### 6.2.3. Esitejaku ja esilläolo kv. matkailuesitteissä

Omien messuesiintymisten lisäksi kalastusmatkailun esitemateriaali oli jakelussa yhteistyökumppaneiden kautta ulkomaisissa tapahtumissa, kuten Hampurin Reisen messuilla 8.-11.2.2007 (84 000 kävijää), Balttourissa Riikassa 9.-11.2.2007 (19 144 kävijää) ja Bremenin ReiseLust-messuilla 9.-11.11.2007.

MEKin Pietarin info-piste ja konsulaatti jakoivat runsaasti Krai Sudaka-esitteitä venäläisille matkailijoille. Kalastusesitteet olivat esillä myös Moskovan workshopissa 2006 ja Dublinin matkailumessuilla 2007.

Kalastusesitteiden kaikki kieliversiot olivat jakelussa Linnatuulen esitejakelupisteessä ja Tampereen kaupungin matkailutoimistossa projektin ajan. Esitteitä toimitettiin myös muihin matkailun infopisteisiin, Tampereen hotelleihin, matkanjärjestäjille ja asiakkaille. Yrittäjät jakoivat runsaasti esitteitä kv. asiakkailleen.

Englanninkielinen Fishing Pass-esite oli jakelussa Nordmailin kautta 2006-2007 ja se postitettiin MEKin Call Centeriin soittaneille maamme kalastuksesta kiinnostuneille eurooppalaisille matkailijoille.

Hanke toimitti kuva- ja tekstimateriaalia merkittävimpiin ulkomaalaisille suunnattuihin matkailu- ja kalastusmatkailuesitteisiin. Maakunnan kalastustarjonta ja -palvelut olivat näin ollen esillä MEKin venäjänkielisessä Fishing Finland -esitteessä vuosina 2006-2007, venäläisen matkanjärjestäjän Rostravelin kalastusmatkailukatalogissa, Tampere-esitteen kieliversioissa, Mökkiavaimen englanninkielisessä Cottage Holidays-esitteessä, Look At Finland 2007 -esitteessä ja Balttouria varten tehdyssä Pirkanmaan matkailutarjontaa esittelevässä latviankielisessä lehtisessä.

Venäjänkielisestä Krai Sudaka-esitteestä otettiin 10 000 kappaletta lisäpainos keväällä 2006.

#### **6.2.4. Internet**

Kalastusmatkailun internet-sivustoon [www.zanderland.fi](http://www.zanderland.fi) avattiin espanjan-, puolan-, italian ja ranskankieliset osiot vuoden 2007 alussa. Lisäksi laajennettiin zanderland.fi-domainin englannin-, venäjän ja saksankielistä sivustoa lisäämällä uusia majoitus- ja ohjelmalveluyrittäjien esittelyjä ja eräitä uusia osioita. Samalla suoritettiin hakusanaoptimointia.

[www.zanderland.fi](http://www.zanderland.fi) -sivujen kävijämäärä on kasvanut räjähdysmäisesti. Kun vuonna 2006 vierailuja kertyi 20 000 kappaletta, niin vuonna 2007 kävijämäärä oli jo yli 70 000. Sivuihimme tutustuu kalastuksesta ja kalastusmatkailusta kiinnostuneita ihmisiä kymmenistä maista. Esimerkiksi heinäkuussa 2007 kävijät jakaantuivat seurantajärjestelmän mukaan 70 lähtömaan kesken.

Uusien kielten lisääminen sivustoon on ollut onnistunut toimenpide, sillä tällä hetkellä selvästi eniten vierailuja rekisteröityy Puolasta ja Italiasta. Myös ranskalaiset, saksalaiset, venäläiset sekä useat muut kansallisuudet ovat löytäneet sivut ja kävijöiden määrä kasvaa koko ajan. Suosituimpia aiheita zanderland-domainin alla ovat videot ja kalalajien ja niiden kalastuksen esittelyt.

MEK linkitti zanderland.fi -sivut Suomen kansainvälisen matkailuportaalin [www.visitfinland.com](http://www.visitfinland.com) maakohtaisille sivuille kalastusteeman kohdalle (englanti, venäjä, saksa ja espanja).

Lisäksi kotimaiset matkailualan yritykset ja toimijat sekä kansainväliset kalastusaiheiset tai muun teeman ympärille rakennetut sivustot, webinfot ja keskustelupalstat linkittivät [www.zanderland.fi](http://www.zanderland.fi) -osoitteen tai jonkin sen alisivuista. Sivuille löytyvät linkit mm. Tampereen kv. matkailusivuilta, saksalaisilta kalastusvideoita esitteleviltä sivustoilta ja monilta muilta eurooppalaisilta internet-sivuilta.

Varsinkin italialaiset ovat linkittäneet innolla sivujamme, mikä lienee osasy s siihen, että italialaisten kävijöiden määrä sivuilla on toiseksi suurin.

Monipuolisen aineiston, suurten kävijämäärien ja linkitysten ansiosta zanderland.fi-sivut löytyvät hyvin hakukoneiden avulla. Huomattava osa ulkomaalaista netinkäyttäjistä löytääkin tiensä esittelysivuillamme Googlen ja muiden hakukoneiden kautta.

Useat kansainväliset matkanjärjestäjät rakensivat omille internet-sivuilleen Pirkanmaan kalastuskohteiden ja –palveluiden esittelyn ja/tai linkittivät [www.zanderland.fi](http://www.zanderland.fi) -domainin omille sivuilleen. Erityisesti merkittävimpien kalastusmatkoja myyvien venäläisten toimistojen (mm. GEO, Rostravel, Prostor, Helios Trans Voyage) sivuilla tarjontamme on hyvin esillä. Lisäksi kohteitamme esitellään mm. puolalaisten ja sveitsiläisten matkanjärjestäjien sivuilla.

MEKin nettipohjaiseen Promis-järjestelmään lisättiin ja päivitettiin kalastustuotteita.

### **6.3. Matkanjärjestäjäkontaktien luominen ja myynnin aktivoiminen**

#### **6.3.1. Workshopit ja myyntiyhteistyön kehittäminen**

Zanderland osallistui seuraaviin workshop-tapahtumiin Suomessa ja ulkomailla:

1. MEKin Road Show Tampereella 28.9.2006, paikalla MEKin ulkomaan toimistot ja markkina-aluevastaavat.
2. Kalastusworkshop Ellivuoressa 23.-24.10.2006. Venäjän MEKin organisoima ensimmäistä kertaa järjestetty kalastusmatkailun työpaja. Paikalla 34 kotimaista kalastusmatkailun tarjoajaa (10 Pirkanmaalta) ja ostajina 25 venäläistä ja 3 latvialaista matkanjärjestäjää.
3. Finland Day –workshop Pietarin Suomen konsulaatissa ja matkanjärjestäjätapaamisia 3.-4.4.2007.
4. MEKin tuotekehitysakatemia Pirkkahallissa 12.-13.5.2007, paikalla MEKin ulkomaan toimistot, markkina-aluevastaavia ja matkanjärjestäjiä Venäjältä, Saksasta ja Englannista.

Workshopeissa esiteltiin maakunnan kalastusmatkailutarjontaa matkanjärjestäjille ja MEKin edustajille, saatiin tietoa eri markkina-alueiden kuulumisista ja erityispiirteistä tuotekehityksen pohjaksi, suunniteltiin tulevia markkinointitoimia ja pohdittiin mahdollisia keinoja myynnin lisäämiseksi.

Matkanjärjestäjien ja myyntiyhtiöiden kanssa neuvoteltiin ja suunniteltiin toiminnan kehittämistä myös messujen ja muiden tilaisuuksien yhteydessä, henkilökohtaisten tapaamisten aikana sekä puhelimitse ja sähköpostin kautta. Hanke toimitti näille yhteistyökumppaneille tarvittavaa infoa, tuote- ja esittelymateriaalia sekä kuvia.

Osoitus yhteistyön syvenemisestä oli GEO-toimistolta ja Rybolov Elite-kalastuslehdeltä tullut kutsu kalastusmatkalle Volgalle, joka toteutettiin hankkeen ulkopuolisena toimenpiteenä elokuussa 2007.



Ellivuoren kalastusworkshop lokakuussa 2006 kiinnosti sekä venäläisiä matkanjärjestäjiä että kotimaisia median edustajia.

### 6.3.2. Matkanjärjestäjien tutustumismatkat

Järjestettiin seuraavat kansainvälisten matkanjärjestäjien kiertueet ja kalastusohjelmat, suluissa yhteistyötahot:

1. Neuvottelut ja tutustumiskohteiden ohjelman järjestäminen pietarilaiselle matkanjärjestäjälle Prostorille 2.-6.5.2006. (Tampereen kaupungin matkailutoimisto, Prostor saapui omatoimisesti Pirkanmaalle).
2. Kalastusohjelma Rautavedellä venäläiselle ja ukrainalaiselle matkanjärjestäjryhmälle (Pietari/Kiova) 29.5.2006. (MEK Moskova, Pirkanmaan kansainvälinen matkailumarkkinointihanke, Vaparetket).
3. Fishing Educ Tour 15.-17.6.2006. Matkanjärjestäjät Rostravel Moskovasta ja GEO Pietarista tutustuivat Pirkanmaan kalastusmatkailutarjontaan Vilppulassa, Ruovedellä, Virroilla ja Vammalassa. (MEK Pietari, Peltolan luomutila, Kalastusohjelmalvelut Happonen, Haapasaaren Lomakylä, Kotalan Kosket, Hotelli Ellivuori, Vaparetket, Tampereen kaupungin matkailutoimisto).
- 4.-5. Ellivuoren Kalastusworkshopin posttourit: 1) 3 latvialaista toimistoa tutustuivat Ikaalisten, Ruoveden, Virtain ja Vilppulan tarjontaan 24.-25.10.2006. 2) 8 venäläiselle toimistolle esiteltiin majoitus- ja ohjelmatarjontaa Ikaalisissa, Vammalassa, Vilppulassa ja Ruovedellä 24.-26.10.2006. (MEK Moskova, Hotelli Ellivuori, Pirkanmaan kv. matkailumarkkinointihanke, Lakarin leirintäalue, Lomahuvilat, Peltolan luomutila, Ikaalisten Kylpyläkaupunki, Frangin Mökit/BananaBoys, Vaparetket, Sarkosen Matkailutila, Koivulahden Rapukartano, Haapasaaren Lomakylä, Retu-Retket).

6. Pietarilainen matkanjärjestäjä GEO (3 hlöä) Ruovedellä, Virroilla ja Vilppulassa 17.-20.5.2007 (Haapasaaren Lomakylä, Jämingin tila, Kotalan Kosket, Retu-Retket).
7. Keskieurooppalaiset matkanjärjestäjät (Saksa, Sveitsi, Itävalta, 3 hlöä + MEKin edustaja) Ruovedellä, Vilppulassa, Viljakkalassa, Ikaalisissa, Vammalassa ja Tampereella 7.-10.6.2007.  
(MEK Frankfurt, Haapasaaren Lomakylä, Kalastusohjelmalvelut Happonen, Peltolan Luomutila, Lomahuvilat, Kultahaverin Vapaa-aika, BananaBoys, Vaparetket, Hotelli Ellivuori, Tampereen kaupungin matkailutoimisto, Pirkanmaan kv. matkailumarkkinointihanke).



Kalastusohjelmalvelut Happonen järjestämä Rybolov Eliten, GEOn ja Rostravelin kuhareissu Vilppureitillä meni täydellisesti nappiin kesäkuussa 2006.



”Team Svetlana” eli matkanjärjestäjät Ukrainasta keväällä 2006 ja Fishing Workshopin venäläiset matkanjärjestäjät saman vuoden syksyllä totesivat Vaparetkien palvelun pelaavan ja Rautaveden olevan varma haukipaikka.



GEOn kalastusosaston vastaava Aleksei Bozhuk perhosteli Kituskoskilla ammattilaisen ottein toukokuussa 2007.



Keskieurooppalaiset matkanjärjestäjät viihtyivät BananaBoysien seurassa Kyrösjärven maisemissa kesäkuussa 2007.

#### 6.4. Kotimainen kuluttaja- ja yritysmarkkinointi

Kalapassi-esite oli jakelussa matkailun infopisteissä, kuten Linnatuudessa ja Tampereen matkailutalolla sekä kalastusmatkailuyrityksissä ja kalastusvälineliikkeissä. Esitteitä jaettiin myös Kotimaan matkailumessuilla Pirkkahallissa 2006, Tampereen Kalamarkkinoilla 2006-2007 ja eräissä muissa matkailutapahtumissa.

Alihankintamessuilla Pirkkahallissa 14.9.2006 luotiin kontakteja ja annettiin infoa kalastuspalveluista messujen kotimaisille näyttöilleasettajayrityksille (mm. metalli- ja muoviteollisuuden yrityksiä). Messuja varten tehtiin infolehtinen kalastusohjelmalveluista.

Kalastus- ja ravustusmatkailusta tiedotettiin medialle ja toimitettiin materiaalia juttujen tueksi. Maakunnallinen ja valtakunnallinen media tekivät useita hankkeen toimiin ja kalastusmatkailuun liittyviä juttuja. Lisäksi laadittiin lehtiin omia artikkeleita.



Maaseudun Tulevaisuus poikkesi Rautavedellä Kalastusworkshopin yhteydessä syksyllä 2006 ja julkaisi näyttävän jutun kalastusmatkailusta.

Kalastusteemaa pidettiin esillä toimittamalla aineistoa ja ilmoituksia maakunnan tärkeimpiin matkailujulkaisuihin, kuten Tampere ja Pirkanmaa-esitteisiin, GoTampere-lehteen ja Mökkilomalle-esitteeseen. Kalastusmatkailupalveluja tuotiin näkyville myös Tampereen Kalamarkkinoiden yhteydessä julkaistussa Aamulehden Kalatalo.fi-liitteessä.

Kalastusmatkailun suomenkielisiä internet-sivuja päivitettiin osoitteessa [www.kuhamaa.fi](http://www.kuhamaa.fi) tuomalla esille uusia kalastusmatkailuyrityksiä ja heidän tarjontaansa sekä lisäämällä uutta teksti- ja kuvamateriaalia.

Myös suomenkielisten nettisivujen kävijämäärät ovat jatkuvasti kasvaneet ja sivut ovat saavuttaneet suuren suosion kalastustarjonnasta kiinnostuneiden asiakkaiden keskuudessa. Vuonna 2006 kuhamaa.fi-sivuille tehtiin yli 60 000 vierailua ja sivulatauksia kertyi yli 200 000. Vuonna 2007 vierailuja rekisteröityi vajaa 80 000 kpl. Kuhamaa.fi:n suosituimpia sivuja ovat olleet kuhaa ja sen kalastusta esittelevät sivut, kuvagalleria, lupainfo, järvi- ja koskikohteiden sivut sekä majoituskohteiden esittelyt.

## 7. TAVOITTEET JA TULOKSET

Tärkeimmät Zanderland -hankkeelle asetetut tavoitteet olivat:

1. Kalastusmatkailupalveluja tarjoavien yritysten valmius kansainvälisten asiakkaiden, etenkin lähialueelta tulevien venäläisten ja balttien palvelussa saadaan entistä paremmalle tasolle.

Osa maakunnan kalastusoppaista läpäisee kalastusoppaan ammattitutkinnon.

2. Kalastusmatkailijavirta Itämeren lähimarkkina-alueilta lisääntyy. Myös muista maista saapuvat matkailijat käyttävät kalastuspalveluja enenevässä määrin.

Pirkanmaan kohteet ja palvelut ovat myynnissä useilla venäläisillä matkanjärjestäjillä Pietarissa ja Moskovassa ja eräiden muiden lähialueen maiden toimistoilla. Omatoimiset kalastusmatkailijat hyödyntävät halpalentoyhteyksiä Latviasta, Saksasta ja Iso-Britanniasta.

3. Pirkanmaan kalastuksellinen vetovoima vahvistuu ja olemassa olevien palvelujen tunnettavuus kasvaa. Yritysasiakkaiden ja kongressivieraiden ostamat kalastuspalvelut lisääntyvät.

Lisäksi hankesuunnitelmassa arvioitiin hankkeen aikaansaamia tuloksia seuraavasti:

*Hankkeen tuloksena Pirkanmaan kalastusmatkailuyritysten liikevaihto nousee ja nykyiset työpaikat säilyvät. Alalle syntyy uusia osa-aikaisia työpaikkoja ja toiminnan laatu paranee. Lisääntyvä matkailijavirta hyödyttää myös monia muita yrityksiä, joiden palveluja kalastusmatkailijat käyttävät.*

### **Arvio tavoitteiden ja tuloksien saavuttamisesta**

Zanderland-hanke saavutti hyvin sille asetetut tavoitteet ja tulokset. Hankkeen toimenpiteiden ansiosta Pirkanmaan näkyvyys ja vetovoima kasvoi erityisesti Itämeren lähimarkkina-alueella ja asiakasmäärät lisääntyivät Venäjältä, Baltian maista ja Puolasta. Näkyvyyttä ja kontakteja saatiin aikaiseksi myös muualle Eurooppaan ja maakunnan kalastuksellinen tarjonta ja vetovoima vahvistuivat.

Sen lisäksi, että kansainvälisten matkanjärjestäjien ja median edustajien vierailut ja messuesiintymiset olivat merkittäviä näkyvyyden, myynnin ja verkostoitumisen kannalta, niiden yhteydessä saatiin paljon tärkeää tietoa kv. markkinoista ja ulkomaisten asiakkaiden toiveista ja eri kansallisuuksien erityispiirteistä. Toimenpiteillä oli näin ollen merkittävä yrittäjien tietämystä ja ammattitaitoa lisäävä vaikutus, jota hankkeen antama kieli- ja kulttuurikoulutus tuki.

Sekä kalastusmatkailuyrittäjien välinen yhteistyö että yrittäjien kanssakäyminen myyntiyhtiöiden ja matkanjärjestäjien sekä muiden sidosryhmien kanssa tiivistyi ja tuotti hyvää tulosta.

Maakunnan kohteet saatiin useiden matkanjärjestäjien valikoimaan. Monet venäläiset ja muutamat keskieuropalaiset sekä myös eräät Baltian maiden ja Puolan matkanjärjestäjät toivat kalastavia asiakkaita maakunnan kohteisiin. Kalastavia asiakkaita saapui yhä enemmän myös omatoimisesti, yleisimmin joko omalla autolla tai halpalentoyhteyksiä hyväksi käyttäen.

Asiakasmäärien kehityksestä ei voida esittää tarkkoja arvioita, koska tämänlaatuinen seuranta ei kuulunut hankkeen ohjelmaan ja viralliset tilastot ovat edelleen hyvin puutteellisia kalastusmatkailun osalta. Yrittäjien haastattelujen perusteella asiakasmäärien nousu on ollut kuitenkin paikka paikoin huomattavaa. Aktiivisimpien yrittäjien kv. asiakkaiden määrä on merkittävästi noussut hankkeen aikana, eräillä jopa 100 %.

Pirkanmaalle syntyi hankkeen aikana kaksi uutta kalastusohjelmapalveluyritystä.

Näyttävät jutut kansainvälisissä aikakaus- ja sanomalehdissä ja medioissa, internetin kautta lisääntynyt näkyvyys sekä muu esilläolo ovat sekä kalastusmatkailuyrittäjien että koko maakunnan imagon kannalta tärkeitä tuloksia.

Saavutetun näkyvyyden arvoa on melko mahdoton mitata asiakasmäärinä tai rahassa. Mittakaavasta voi kuitenkin saada jonkinlaisen suuntaa antavan käsityksen, jos verrataan vaikkapa ilmestyneitä lehtiartikkeleita vastaavansuuruisen mainostilan hintaan. Esimerkiksi saksalaisessa Blinker-lehdessä, jossa oli näyttävä viiden sivun juttu Pirkanmaan ja Hämeen kalastusmatkailutarjonnasta, yhden mainossivun hinta on lehden nettisivujen mukaan 6 972 €. Näin laskien Blinkerin jutun arvoksi tulee 34 860 €. Viiden sivun mainoksesta olisi varmaankin saatavissa hieman paljousalennusta, mutta joka tapauksessa näkyvyyden arvo on suuri. Toimituksellinen aineisto on lukijalle myös usein paljon uskottavampaa ja kiinnostavampaa kuin kaupalliset mainokset. Zanderland-hankkeen aikaansaama palstatila kv. lehdistössä oli yhteensä kymmenien sivujen laajuinen.

Hankkeen tekemä työ on hyödyttänyt, ei ainoastaan toimenpiteisiin osallistuneita yrittäjiä, vaan myös muita maakunnan matkailuyrityksiä ja elinkeinoja. Tunnettu tosiasiahan on, että varsinaisten matkailuyritysten ohella vähittäiskauppa ja ravintola- ja liikenneyritykset ovat suurimpia hyötyjiä matkailijoista.

## 8. KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

Kalastusmatkailualan kehittäminen on nyt hyvässä käynnissä Pirkanmaalla. Zanderland-hankkeen aikana on tullut esille useita kehittämistarpeita, joihin tulevaisuudessa tulisi paneutua ja löytää ratkaisuja. Seuraavassa niistä oleellisimpia:

1. Kalastusmatkailijoita varten tarvitaan lisää mökkimajoitusta reittivesien varrelle. Pääsesongin aikaan mökeistä on selvää puutetta. Suurin kysyntä on 4-5 tähden mökeistä, joissa on omat makuuhuoneet ja riittävästi wc- ja suihkutiloja. Monille asiakkaille haluttuja ovat sellaiset mökit, joissa on oma rauha eli ne sijaitsevat erillään naapurimökeistä. Palvelujen rakentamisen ja myynnin ja markkinoinnin kannalta samalla yrittäjällä olisi hyvä olla useita mökkejä vuokrattavana.
2. Majoituskohteiden kalastusvarustusta on kehitettävä. Moottoriveneinvestointeja tarvitaan, jotta alueemme kiinnostusta saadaan lisättyä. Suurilla järvillä moottoriveneet ovat kalastusmatkailutoiminnan perusedellytys.
3. Majoitusyrittäjiä, jotka ymmärtävät kalastuksen mahdollisuudet käyttöasteen nostajana pääsesongin ulkopuolella ja tosissaan haluavat kehittää toimintaa, tarvitaan lisää. Majoitusyrittäjien tietämystä kalastuksesta tulee edelleen nostaa.
4. Kalastusmatkailun näkyvyyttä osana yleistä matkailun markkinointia tulisi lisätä. Kalastuksen mahdollisuudet ovat tällä hetkellä vajaasti hyödynnettyjä, koska tarjonta ei näy riittävästi ulospäin. Monista matkailuneuvonnoista asiakas saa kalastuspalveluista tiedon vain jos osaa erikseen kysyä. Matkailun markkinoijien ja myyjien tietämys alasta on melko heikkoa. Näiltä osin kaivataankin lisää aktiivisuutta ja myös todellista halua kalastusteeman esille tuomiseksi.
5. Kansainvälisistä markkinoista ja asiakassegmenteistä tarvitaan rutkasti lisää tietoa tuotekehityksen ja markkinoinnin tueksi.
6. Kalastusohjelmopalveluyrittäjien tulisi edelleen kehittää taitojaan monella tasolla. Parannettavaa löytyy mm. kielitaidossa, asiakaspalvelussa ja sidosryhmäyhteistyössä sekä paikoitellen myös kalastuksellisissa taidoissa. Toimintaa tulisi harjoittaa yhä ammattimaisemmin.
7. Kasvuhakuisuutta, aktiivisuutta, yhteistyökykyä ja valmiuksia panostaa kansainväliseen markkinointiin olisi lisättävä kaikilla sektoreilla.
8. Talvikalastusmatkailua tulee kehittää.
9. Eri kalalajit ja niiden sesongit sekä erilaiset kalastusmuodot ja kehittyvät täplärapukannat tulee huomioida jatkossa entistä paremmin tuotekehityksessä ja markkinoinnissa.
10. Kansainvälistä näkyvyyttä pitäisi huomattavasti lisätä monella tasolla. Venäjän ja Keski-Euroopan toimenpiteitä kannattaisi laajentaa. Markkinointia tulisi käynnistellä ja yhteyksiä luoda uusille potentiaalisille markkina-alueille, kuten Puolaan, Ranskaan ja Italiaan.



Irlantilaiset lehtimiehet David Gray ja Derek Evans pääsivät nauttimaan elämänsä vauhdikkaimmasta veneilyistä BananaBoysien Tero Seljaksen huostassa Ikaalisten Kyrösjärvellä kesäkuussa 2007.