

# Kalastusmatkailun kehittämiprojekti Pirkanmaalla (**Kuhamaa**) 9.11.1998-31.5.2000

## Loppuraportti



Pirkanmaan kalatalouskeskus 2000

## **”KUHAMAA”**

### **Kalastusmatkailun kehittämisprojekti Pirkanmaalla**

Pirkanmaan maaseutukeskus ry:n Pirkanmaan kalatalouskeskus

Näsilinnankatu 48 D

PL 97, 33101 TAMPERE

31.5.2000

Puh. 03-2503 329, 050-5929 259

Fax. 03-2503 500

email: ismo.kolari@kalatalo.sci.fi

www.kalatalo.sci.fi

Hankkeen/päätöksen nro 4637/8343

Dnro 1915/515-97

# **LOPPURAPORTTI**

## **1. TAUSTA**

Kalastusmatkailun mahdollisuudet ovat lisääntyneet huomattavasti viime vuosina kalastusalue toiminnan kehittymisen, parantuneiden kalastuslupajärjestelmien ja säännöllisen istutustoiminnan ansiosta. Myös yleinen mielenkiinto matkailun edistämiseen kalastusteeman alla on saanut runsaasti huomiota osakseen niin kalatalous- kuin matkailualalla. Kalastusmatkailun kehitystyössä tärkeimpinä painopistealueina on todettu olevan koulutus, tuotekehitys, laatutyöskentely, saalisvarmuudesta huolehtiminen ja markkinointi. Lähtökohtana on kehittää alaa ja alalla toimivien yritysten palveluja siten, että niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin kalastusmatkailijoiden odotukset voidaan täyttää.

Pirkanmaalla toteutettiin lyhytkestoisia pioneerihankkeita kalastusmatkailun kehittämiseksi 1990-luvun alkupuolella Pirkanmaan kalatalouskeskuksen, Pirkanmaan Matkailu ry:n ja Hämeen 4H-piirin toimesta. Näissä projekteissa kalastuspalveluiden tuottajille annettiin kalastusopas- ja tuotekehityskoulutusta. Alan pioneeriprojekteina nämä hankkeet olivat kuitenkin hyvin lyhytkestoisia. Vuosina 1995-1998 ei maakunnallisia kehittämishankkeita toteutettu Pirkanmaalla ja tänä aikana huomattiin, että hyvistä luonnonedellytyksistä huolimatta kalastusmatkailu ei maakunnan alueella vielä kykene kehittymään itsestään, vaan vaatii panostusta paitsi koulutukseen, tuotekehitykseen, myyntiin ja markkinointiin, niin etenkin eri toimijoiden välisen yhteistyön aikaansaamiseksi. Pirkanmaa myös näytti jääneen pahasti jälkeen kilpailussa kalastavista asiakkaista, koska muualla Suomessa alan kehitystyöhön on panostettu merkittävästi enemmän viimeksi kuluneina vuosina.

## 2. TAVOITTEET

Kalastusmatkailun kehittämisprojektille asetettiin alun perin 5 päätavoitealuetta:

### 1. Sisäinen markkinointi

Kehittää maakunnan sisäistä markkinointia niin, että potentiaalinen asiakas saa mistä tahansa matkailukohteesta tietoa Pirkanmaan kalastuspalveluista. Yleisen tietoisuuden lisääntymisen myötä kalataloudesta saadaan merkittävä matkailun vetovoimatekijä samalla kun se parantaa edellytyksiä eri intresenttiryhmien väliselle yhteistyölle ja koordinaatiolle.

### 2. Tuotekehitys

Kehittää uusia, mielenkiintoisia ja helposti myytäviä kalastustuotteita ja -palveluja eri asiakasryhmien tarpeet huomioonottaen. Tuotekehitys on kilpailukyvyyn tärkein elementti ja edellytys menestykselliselle sisäiselle ja ulkoiselle markkinoinnille. Tuotekehitykseen kuuluu olennaisena osana yrittäjäkoulutus, markkinatutkimus ja tuotetestaus.

### 3. Jakelukanavat

Selvittää ja motivoida jakelukanavat sekä myynnin tekniset järjestelyt Pirkanmaalla ja Suomessa sekä kansainvälisesti yhteistyössä Kala-Suomi -projektin kanssa. Konkretisoituakseen myynti vaatii jakelukanavajärjestelyjä, jolloin selvitettäväksi tulee mm. suoran ja epäsuoran jakelun problematiikka sekä ”keskusvaraamointi”.

### 4. Kommunikaatio

Saattaa markkinaviestit potentiaalisten asiakasryhmien tietoon ulkoisen markkinoinnin keinoin, osin yhteistyössä Kala-Suomi -projektin kanssa. Kalastustuotteita ja -palveluita koskevan markkinakommunikaation puute on suurin este kalastusmatkailun kehittymiselle Pirkanmaalla.

### 5. Yhteistoiminta

Toimia yhteistyötahona valtakunnallisessa Kala-Suomi -projektissa ja muissa kalastusmatkailun kehittämishankkeissa niin maakunnallisesti kuin valtakunnallisestikin. Verkostoituminen matkailualan ja kalatalousalan välillä.

## 3. PROJEKTIN HENKILÖSTÖ JA HALLINNOINTI

Projektipäällikkönä hanketta veti iktyonomi Ismo Kolari Pirkanmaan kalatalouskeskuksesta. Pirkanmaan maaseutukeskus huolehti hankkeen kirjanpidosta ja hallinnoinnista.

Projektille kutsuttiin ohjausryhmä, joka kokoontui 4 kertaa. Ryhmän kokonpano muodostui seuraavanlaiseksi:

### Edustustaho

Hämeen T&E-keskus, kalatalousyksikkö  
Pirkanmaan kalatalouskeskus  
Pirkanmaan Matkailu  
Pirkanmaan maaseutukeskus  
Pirkanmaan T&E-keskus  
Tärppi Matkat Oy  
Virtain kalastusalue

### Jäsenen toimi ja nimi

kalastusbiologi Eija Kirjavainen  
hallituksen jäsen Lauri Helin  
toimitusjohtaja Nina Eriksson  
johtaja Jouko Konsala (varalla Pekka Vuorinen)  
suunnittelija Kaarina Rikala (varalla Petri Murtomäki)  
toimitusjohtaja Ari Pajukoski  
isännöitsijä Kalevi Virtanen

## **4. RAHOITUS JA TAVOITTEIDEN TARKISTUS**

Hankesuunnitelman alkuperäinen budjetti oli 900 000 mk. Hankkeelle myönnettiin avustusta 247 000 mk:n tavoite 5b-varoista. Kun omarahoitus-osuudeksi jäi 83 000 mk, tuli koko hankkeen budjetiksi 330 000 mk eli runsas kolmannes tavoitteesta (liite 1).

Koska hankkeen budjetti supistui merkittävästi, jouduttiin projektin tavoitteet ja toiminta arvioimaan täysin uudelta pohjalta. Hankkeella todettiin olevan käytettävissä hyvin vähän rahaa palkka-, matka- ja hallintokulujen lisäksi. Näin ollen projektille asetut alkuperäiset määrälliset ja laadulliset tavoitteet eivät tulisi toteutumaan täydessä laajuudessaan.

Varsinaiseen markkinointiin sekä mm. tavoitteissa olleisiin markkinatutkimukseen ja kalapaikkaoppaaseen ja muihin kustannuksia aiheuttaviin toimiin ei tulisi olemaan edellytyksiä. Markkinoinnin edellyttämiä voimavaroja ja lisärahoitusta voitaisiin kuitenkin koettaa hankkia muualta ja toteuttaa kalastuksen myyntiä tavallaan eri osiona irrallaan varsinaisen hankkeen rahaliikenteestä. Maakunnassa on käynnissä muita matkailuhankkeita, joiden kanssa kalastusmatkailun myyminen edistämistä olisi mahdollista koettaa hoitaa yhteistoimin.

## **5. TOIMINTA**

Projekti alkoi 9.11.1998 ja päättyi 31.5.2000.

### **5.1. Käynnistäminen. Kontaktit yrityksiin ja yhteistyökumppaneihin**

Varsinaisesti yhtäjaksoinen toiminta päästiin käynnistämään 8. helmikuuta 1999 alkaen, jolloin projektipäällikkö alkoi työskennellä hankkeen parissa täyspäiväisesti.

Projektin työnimeksi valittiin Kuhamaa viestittämään ja nostamaan esille erästä Pirkanmaan kalastuksellisista vetovoimatekijöistä.

Kuntiin ja kuntien matkailuprojekteihin otettiin yhteyttä puhelimitse ja kerrottiin hankkeesta sekä pyydettiin samalla maaseutumatkailuyritysten osoitetietoja. Saatuihin yritysosoitteisiin sekä kuntien matkailuvastaaville lähetettiin kirje, jossa yrityksiä pyydettiin hankkeen jäseniksi.

Projektiin liittyneiden 7 kalastusalueen ja kuntien kanssa pidettiin neuvottelutilaisuudet 9.3.-15.4.1999. Näissä tilaisuuksissa oli mukana myös kuntien, matkailuorganisaatioiden, yritysten ja virkistyskalastajien edustajia. Tilaisuuksissa käytiin läpi alueittain tärkeimmät kohteet ja yritykset, joiden kalastustarjonnan ja palveluiden kehittämisessä hanke voisi avustaa sekä kartoitettiin alueellisia erityispiirteitä ja tarpeita kalastusmatkailun suhteen. Lisäksi suunniteltiin kalastusalueiden kala- ja rapuistutusten suuntaamisesta hanketta tukevaksi. Ruovedellä tehtiin alustavaa ideointia Ruoveden Matkailun Pesca-matkailukalastusprojektista, joka käynnistyi myöhemmin syksyllä 1999.

Hanketta esiteltiin sen aikana myös muissa tilaisuuksissa.

## **5.2. Jäsenet**

Projektin aikana siihen liittyi kaikkiaan 47 jäsentä, joista kalastusalueita oli 7, yrityksiä ja elinkeinonharjoittajia 30 sekä yhdistyksiä, kuntia ja muita sekalaisia tahoja 10 (liite 2). Kalastusalueiden merkitys oli ratkaiseva projektin omarahoituksen kannalta.

## **5.3. Koulutus**

### **5.3.1. Henkilökohtainen neuvonta**

Projekti antoi jäsenilleen yritys- ja henkilökohtaista neuvontaa paikanpäällä, puhelimitse ja kirjeitse. Yrityskäyntien yhteydessä kartoitettiin kunkin kohteen edellytyksiä ja mahdollisuuksia kalastusmatkailupalvelujen kehittämiseksi. Samalla käytiin läpi perusasioita kalastusmääräyksistä, kalastuksesta ja kalalajeista ja opastettiin yrityksiä mahdollisten yhteistyökumppaneiden suhteen. Joissakin tilaisuuksissa oli mukana samanaikaisesti useita yhteistyötahoja.

Myös matkailuorganisaatioiden edustajille selvitettiin maakunnan kalastustarjontaa, kalastuksellisia erityispiirteitä ja kalastuslupajärjestelmää mm. henkilökohtaisten tapaamisten aikana. Projektin jäsenille ja yhteistyökumppaneille lähetettiin 3 jäsenkirjettä, joissa tiedotettiin mm. kalastuspalveluihin ja -tuotteisiin, avustuksiin, tapahtumiin ja kalastuslupajärjestelmään liittyvistä asioista. Lisäksi harjoitettiin yrityskohtaista kirjeenvaihtoa aina tarpeen mukaan.

### **5.3.2. Tilaisuudet ja tapahtumat**

Tampereen Yliopistolla järjestettiin 14. huhtikuuta 1999 seminaari ”Kalastus matkailun vetonaulaksi”. Tilaisuuteen osallistui Kuhamaan jäsenyrityksiä, kuntien matkailuvastaavia ja muita tahoja yhteensä 56 henkilöä. Luennoitsijoina mm. projektipäällikkö Mervi Hyvönen Matkailun Edistämiskeskuksesta, ylitarkastaja Lea Häyhä Kauppa- ja teollisuusministeriöstä, kalastusbiologi Eija Kirjavainen Hämeen TE-keskuksesta ja kalastusopas Juha Happonen. Liitteenä tilaisuuteen osallistuneen Veli-Pekka Reskolan laatima yhteenveto seminaariesitelmistä (liite 3).

Projekti ja Pirkanmaan kalatalouskeskus järjestivät opintomatkan Pohjanmaalle 4.-5. kesäkuuta 1999. Matkalla tutustuttiin mm. kalastusmatkailu- ja kalastuskohteisiin, Vaasan kalamarkkinoihin ja alueen kalatalouteen. Mukana projektin jäsenkalastusalueiden ja kalastuskuntien edustajia.

Vilppulan Kuhakurssi 3.- 4. heinäkuuta 1999 oli ERÄ-lehden lukijakurssi, ja se piti sisällään seminaarin kuhasta ja sen kalastuksesta sekä käytännön kalastusta. Tilaisuuteen osallistui projektin ohjelmavalveluyrittäjiä ja virkistyskalastajia.

### **5.3.3. Oma koulutus ja perehtyminen matkailukenttään**

Projektipäällikkö osallistui Kala-Suomi hankkeen järjestämiin koulutus- ja neuvottelutilaisuuksiin ja ohjausryhmän kokouksiin, Suomen maaseutumatkailuyrittäjien vuosikokoukseen, valtakunnallisille Maaseutumatkailupäiville sekä Maailman matkailupäivään. Muista koulutustilaisuuksista voidaan mainita Kalastusaluepäivät ja Kalantutkimuspäivät.

## **5.4. Tuotekehitys ja -testaus**

Kalastustuotteita suunniteltiin yhdessä majoitusyrittäjien ja ohjelmapalvelujen tuottajien kanssa. Lähtökohtana oli asiakasryhmittäin kehitettävät toimivat tuotteet. Projektin kuluessa saatiin työstettyä valmiiksi 7 kalastustuotetta, jotka koottiin yhteen ns. tuotekansioksi (liite 4). Lisäksi muutamia tuotteita jäi yrityksiin valmistelun alle. Syntyneistä tuotteista 2 on ohjelmapalvelupaketteja, 4 ohjelmapalvelun ja majoituksen sisältäviä paketteja ja yksi omatoimituote. Osa ohjelmapalvelu- ja yhdistelmätuotteista soveltuu hintansa puolesta lähinnä yrityksille ja maksukykyisille ulkomaalaisille, osa myös perheille sekä työ- ja kaveriporukoille.

Tuotteet ovat uusia ja pääosin testaamattomia. Jämingin tilan kalastustuotteelle järjestettiin testaus kesäkuussa 1999. Juha Happonen uistelutuotteelle järjestettiin Vilppulassa heinäkuussa 1999 testaus-/esittelytilaisuus, jossa oli mukana Tampereen kaupungin matkailutoimiston ja Pirkanmaan Matkailun väkeä.

## **5.5. Tiedotus ja markkinointi**

### **5.5.1. Tiedotteet, artikkelit ja yleisötilaisuudet**

Projekti lähetti tiedotteita tiedotusvälineille projektin käynnistyessä, tapahtumien yhteydessä, kalamökkikartoituksesta sekä kalapaikkaoppaan ja internet-sivujen valmistuessa. Lehdet ja radioasemat sekä paikallis-TV tekijät lukuisia juttuja projektin toiminnasta ja kalastusmatkailuaiheista. Projektipäällikkö kirjoitti artikkeleita mm. Maaseutusanomiin, Suomen Kalastuslehteen ja Vetouistelu-lehteen. Aiheina muun muassa kalastajia palvelevien vuokramökkien kartoitus ja Pirkanmaan kuhavedet ja kalastusopastointia.

Projektipäällikkö piti esitelmiä Pirkanmaan kalastukseen, kaloihin ja kalastusmatkailuun liittyen mm. Kalamiehet ry:n teemapäivillä ja Ikaalisten eräopas-kurssilaisten koulutustilaisuudessa Tampereella keväällä 1999 sekä syksyllä 1999 Vesijärvi-tilaisuudessa Kangasalla ja Lohi 2000-seminaarissa Lempäälässä.

### **5.5.2. Tapahtumat**

Kuhamaa-hanke esitteli Pirkanmaan kalavesiä ja kalastusmatkailukohteita Tampereen kalamarkkinoilla keväällä ja syksyllä 1999. Pirkanmaata kalastuskohteena esiteltiin myös yhteistyössä kalatalouskeskuksen kanssa Pirkanmaan liiton osaksi rahoittamalla omalla osastolla Pirkanmaa Senaatintorilla –tapahtumassa kesäkuussa 1999. Osastoilla oli esillä informaatiotauluja kalastuskohteista ja kaloista, kalapaikkaoppaita ja esitteitä mm. Kuhamaan jäsenyrityksistä, kalatropheet kuhasta, hauesta ja toutaimesta sekä täplärapuja ja toutaimenpoikasia akvaariossa. Edellä mainitut kala- ja rapulajit nostettiin esille Pirkanmaan vahvuuksina. Kuhamaa järjesti Senaatintorin tapahtuman yhteydessä asiakaskyselyn, jolla pyrittiin selvittämään pääkaupunkiseudun asukkaiden mielikuvia Pirkanmaan kalastustarjonnasta ja vesistöistä (liite 5). Iso joukko kyselyyn vastanneista näytti olevan kohtalaisen hyvin perillä (ilmeisesti osittain osastolla esillä olevan materiaalin ansiosta) Pirkanmaan kalavesistä vaikkakin suurin syy siihen, että pääkaupunkiseudulta ei lähdetä Pirkanmaalle kalaan, näyttäisi olevan tiedon puute. Ohjatut ravustusmatkat ja rapujuhlat kiinnostivat vastaajia.

Kolme pirkanmaalaista matkailuyritystä osallistui projektin kautta Kala-Suomi-hankkeen yhteisosastolla kalastustuotteiden ja –matkailupalvelujen markkinointiin Sihteerimessuilla Helsingissä syksyllä 1999.

### **5.5.3. Kalapassi 2000**

Pirkanmaan kalapaikkaopas eli Kalapassi (liite 6) uudistettiin perusteellisesti vuodelle 2000. Esite tehtiin nelivärisenä ja sitä painatettiin suomenkielisenä 12 500 kpl ja englanninkielisenä 3 000 kpl. Projektipäällikkö vastasi kalapaikkaoppaan työstämisestä. Opas rahoitettiin projektin ulkopuolelta. Tavoitteena uudistetulla julkaisulla on markkinoida Pirkanmaan kalastusmahdollisuuksia ja –palveluja sekä maakunnan sisällä, muualla Suomessa että ulkomailla. Oppaan avulla kalastuksesta kiinnostuneet matkailijat voivat suunnitella lomareissunsa ja tehdä reittisuunnitelman ja tarvittavat majoitusvaraukset. Opas toimi myös infopakettina maakunnan matkailuihmisille ja helpottaa heitä käytännön myynti- ja neuvontatyössä.

Kalapassi oli yleisöjatelussa Helsingin Matkamessuilla 2000 Pirkanmaan kuntien osastoilla. Opasta toimitettiin kalastusvälineelikeisiin ja muihin Kalapassin luvanmyyntipisteisiin, Pirkanmaan kuntien matkailupisteisiin ja majoituskohteisiin. Kalapaikkaopas oli myös esillä kevään 2000 Tampereen Kalamarkkinoilla ja sitä tullaan jakamaan Riihimäen Erämessuilla (kesäkuussa 2000). Englanninkielistä versiota lähetettiin lisäksi Matkailun Edistämiskeskuksen Euroopan toimistoihin ja Helsingin Esplanadin palvelupisteeseen. Englanninkielisen Fishing Passin (liite 7) tärkeimpänä kohderyhmänä ovat vuonna 2000 Suomeen ja Pirkanmaalle saapuvat kalastuksesta kiinnostuneet matkailijat, joten jakelu tapahtuu pääosin Suomessa

### **5.5.4. Internet-sivut**

Pääasiassa Kalapassi-aineiston pohjalta valmistuivat toukokuussa 2000 kalastusmatkailun internet-sivut osoitteessa [www.kalatalo.sci.fi](http://www.kalatalo.sci.fi). Sivulla esitellään Pirkanmaan kalasto ja kalavedet järvi- ja koskikalastuskohteineen sekä majoitus- ja kalastusohjelmalvelut. Sivulla on myös saalispäiväkirja, jonne kalastajat voivat ilmoittaa suuret saaliskalansa. Sivuihin tehtiin hieman suomenkielistä osuutta pelkistetympi englanninkielinen versio ulkomaalaisten matkailijoiden tarpeisiin. Sivulla vieraili yli kaksi sataa kävijää ensimmäisen viikon aikana niiden valmistumisesta.

### **5.5.5. Muu Pirkanmaan kalastuspaikkojen tunnetuksi tekeminen**

Projekti järjesti Suomen johtavimman kalastusalan julkaisun ERÄ-lehden kalastustoimittajalle Jari Tuiskuselle tutustumiskierroksen Pirkanmaan isoille järville ja pariin virtakohteeseen. ERÄN levikki on yli 50 000 kpl ja lukijakunta satoja tuhansia aktiivikalastajia. Matkoilla oli oppaina paikallisia aktiivikalastajia. Samalla esiteltiin Kuhamaan jäsenyritysten tarjoamia majoitusvaihtoehtoja ja ohjelmalveluja. Juttuja valmistui n. 10 kappaletta ja ne ilmestyvät vuosien 1999-2001 ERÄN numeroissa.

### **5.5.6. Ulkomaan markkinointi**

Edellä mainittujen Fishing Pass 2000 –esitteen ja englanninkielisten internet-sivujen lisäksi projekti suoritti muutamia muita toimenpiteitä kansainvälisten asiakkaiden houkuttelemiseksi maakuntaan.

Ennen projektin käynnistymistä valmistuneen Vihreä Sydän/Green Heart -kalastusesitteen englanninkielisen version ulkomaanjakelu hoidettiin Matkailun Edistämiskeskuksen kautta. MEK jakeli esitettä Ranskassa Mondial du Tourisme-messuille 18.3.-21.3.1999 ja Salon de la Randonnee et des Sports-messuilla 9.4-11.4.1999, Englannissa Chatsworth Angling Fair -messuilla 8.-9.5.1999 ja Game Fair-messuilla 31.7-1.8.1999 sekä Espanjassa Sitc-messuilla 29.4.-2.5.1999. Italiassa MEK hoiti esitteen jakelun ns. kuluttajapostituspalvelun kautta. Lisäksi Pariisiin SAPEL-näyttelyyn (kalastuksen erikoismessut) esitteitä saatiin jakoon Top6 Fishing Finland-projektin kautta.

Projektipäällikkö osallistui Tampereen MEK Marketiin 20. huhtikuuta. Luentojen jälkeen oli tapaaminen MEKin Lontoon, Pariisin ja Barcelonan edustajien kanssa, jossa sovittiin em. Vihreä Sydän esitteen jakelusta sekä käytiin läpi mm. Pirkanmaan kalastusmatkailun tarjontaa.

Projekti laati esityksen ja kuvaukset parhaista Pirkanmaalaisista särkikalojen ongintakohteista Kala-Suomi-projektin pyynnöstä Englannin MEKin toimistoa ja erästä englantilaista kalastusmatkojen järjestäjää varten. Vuosittain englantilaisia särkikalojen onkijoita käy kalastusmatkoilla tuhansittain mm. Ruotsissa. Tämä englantilainen matkanjärjestäjä on juuri ilmoittanut saapuvansa erään lehtimiehen ja Finnairin edustajan kanssa tutustumiskäynnille Pirkanmaalle kesällä 2000.

## **5.6. Muu toiminta**

### **5.6.1. Kalamökkikartoitus**

Kalastajille soveltuvia vuokramökkejä kartoitettiin Kala-Suomi-projektin organisoiman Kalamökki-kartoituksen puitteissa ja valtakunnallisen verkoston tarpeisiin. Tavoitteena oli etsiä vuokrattavia lomamökkejä sekä maatilamatkailutiloja, joissa on todella panostettu kalastavien asiakkaiden palveluun. Samalla lisättiin mökkivuokraajien tietämystä kalastusasioissa ja kalastajille suunnattujen palvelujen järjestämisessä. Yhtenä tavoitteena oli lisätä kalastuspalveluiden tarjonnalla lomamökkien vuotuista käyttöastetta nykyisestä, erityisesti keväällä ja syksyllä. Mökeiltä vaadittiin tietyt minimistandardit.

Pirkanmaalta saatiin mukaan 6 mökkiä neljältä eri omistajalta. Kaikki kartoitetut kohteet pääsivät mukaan valtakunnalliseen Kalamökit 2000 -yhteisesitteeseen (liite 8), joka on ollut jakelussa mm. Helsingin Matka- ja Venemessuilla. Esitteestä valmistui 15 000 kappaleen painos.

### **5.6.2. Yhteistyö**

Projekti piti yhteyttä ja harjoitti kokemusten vaihtoa Kala-Suomi-projektin sekä maakunnallisten ja pirkanmaalaisten alueellisten matkailukalastushankkeiden kanssa. Kala-Suomen kanssa toteutettiin useita jo edellä kuvattuja hyvin onnistuneita toimenpiteitä ja luotiin suhteita eri tahoihin.

Pirkanmaalaisten matkailualan toimijoiden kanssa projekti pyrki olemaan tekemisissä alusta pitäen ja jakamaan samalla alan kaipaamaa kalastusinformaatiota. Onnistuneimpana yhteistyön tuloksena voidaan mainita Pirkanmaan kuntien matkailuosastojen Matkamessuilla hoitama Kalapassin jakelu.



## 6. TULOKSET

Alkuperäisessä hankesuunnitelmassa projektin toiminnasta esitettiin syntyvän tiettyjä tuloksia. Koska käytettävissä olleet resurssit ja projektin toiminta-aika jäivät selvästi vähäisemmiksi kuin hanketta suunniteltaessa kaavailtiin, on selvää, että toiminnan tasosta jouduttiin tinkimään. Kaiken kaikkiaan projektille asetetut tavoitteet ja tulokset saavutettiin hyvin. Seuraavassa on hieman tarkemmin arvioitu sitä, miten projekti näihin tuloksiin (kursivoituna) ylsi.

*Kalatalous- ja matkailualan yhteistyö lisääntyy ja kalatalouden mahdollisuudet tulevat parempaan hyötykäyttöön. Tiedonsaanti Pirkanmaan kalastusmahdollisuuksista lisääntyy.*

Yhteistyö ja kanssakäyminen alojen kesken lisääntyi ja kalastuksen mahdollisuuksista matkailukäytössä saatiin luotua selkeitä näkemyksiä alan yrityksille ja toimijoille. Kalastus on kuitenkin matkailualalla ja myös muussa luontomatkailussa edelleenkin kohtalaisen vieras ja outo aihepiiri. Kalastusmatkailu on ns. ”special interest”, koska se vaatii erikoisosaamista. Projektin tiedottaminen Pirkanmaan kalastusmahdollisuuksista ja vahvuuksista onnistui erinomaisesti.

*Kalastuksesta tulee merkittävä luontoaktiviteettilomien kohde ja vetovoimatekijä maaseutumatkailuyritysten ja vuokrattavien mökkien markkinoinnille.*

Tulos saavutettiin melko hyvin. Kalamökkikartoituksen ja Kalapassin majoituskohteet ottivat kalastusteeman innokkaasti vastaan ja kauppaa on jo päästy tekemään tällä kaudella. Myös kyselyjä mökkikartoitusten laajentamisesta uusiin yrityksiin on tullut.

*Pirkanmaan matkailutarjonta monipuolistuu ja sen vetovoima lisääntyy.*

Tulos saavutettiin hyvin. Kalavedet nähdään pikku hiljaa potentiaalisena maakunnan vetovoimatekijänä myös alueen sisällä.

*Koti- ja ulkomaisten kalastusmatkailijoiden määrä alueella lisääntyy ja matkailutulo kasvaa.*

Pirkanmaalaiset kalastuskohteet ja –palvelut ovat tulleet entistä tunnetuimmiksi hankkeen aikana. Arvioita kalastusmatkailijamäärien muutoksista ei ole kuitenkaan vielä tässä vaiheessa mahdollista luotettavasti esittää. Reilun vuoden pituisen projektin tulokset näkyvät tässä suhteessa parin lähivuoden sisällä.

*Tähän mennessä tehtyjen kalastus (matkailu) investointien tuottavuus paranee.*

Lisääntyneet asiakasmäärät parantavat luonnollisesti investointien tuottavuutta.

*Koulutus, tuotekehitys, markkinointi ja investoinnit voidaan kohdentaa oikein ja välttää vääriä panostuksia.*

Projekti neuvoi yrittäjiä kannattavien ja asiakaslähtöisten palvelujen kehittämisessä ja pyrki ehkäisemään hukkainvestointien tekemistä. Tärkeää oli erityisesti aloittelevien yrittäjien ohjaaminen oikeille jäljille heti alkuvaiheessa. Hankkeen piirissä tehdyt koulutus- ja markkinointitoimet vietiin resurssit huomioituna läpi varsin kattavasti. Tuotekehitys on vaativaa ja pitkäjänteistä työtä, joka vaatii melkoista aktiivisuutta yrittäjiltä itseltään. Kalastuksen tuotekehityksessä avainsanoina ovat segmentointi ja omien resurssien huomiointi.

*Kalastuskohteiden kävijämäärät sekä lupa- ja oheispalvelujen myynti kasvavat.*

*Kalastuspalveluista kehittyy merkittävä oheispalvelu etenkin pienille matkailuyrityksille.*

Projektin suorittaman tiedotuksen ja markkinoinnin ansiosta Pirkanmaalaiset kalastuskohteet tulevat olemaan jatkossa tunnettuja niin maakunnan sisällä kuin valtakunnallisesti, ehkäpä vähitellen myös kansainvälisesti. Kalastuskohteiden kävijämäärät nousevat ja niitä hyödyntävien matkailuyritysten kysyntä ja tulot kasvavat.

## 7. KEHITTÄMIS- JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

Päättynyt projekti loi uskoa kalastusmatkailun mahdollisuuksiin Pirkanmaalla. Koko joukko yrittäjiä, kalastus- ja matkailualan toimijoita ja muita tahoja osoitti aitoa kiinnostusta kalastuksen ja matkailun yhteensovittamistyön suhteen. Pirkanmaa on potentiaalinen alue kalastavien matkailijoiden houkuttelemiseksi mm. hienojen ja kalaisten vesistöjen, hyvien yhteyksien ja runsaan oheispalvelutarjonnan ansiosta.

Kalastusmatkailun kehittämistyötä on jatkettava suunnaten toimenpiteitä entistä enemmän myynnin edistämisen suuntaan. Perustyötä kalastusmatkailupalvelujen eteen on nyt tehty ja itse varsinainen kalastustuotekin alkaa olla monissa tapauksissa kohtalaisessa kunnossa. Myös kalastuksellisen tiedon määrä on useilla yrittäjillä sillä tasolla, että kalastusta pystytään tarjoamaan ja siitä osataan kertoa riittävä perusinfo ainakin tavalliselle matkailevalle asiakkaalle. Tietotaitoa voidaan ja on tuki syytäkin vielä selvästi lisätä ja syventää.

Myyntikanavien parantaminen ja aktiivisen kalastuksen myynnin aloittaminen on kova haaste, jossa kaivataan entistä aktiivisempaa otetta niin matkailuorganisaatioilta kuin alalta itseltään. Ongelmana on edelleenkin sopivien, toimialasta tosissaan innostuneiden henkilöiden löytäminen hoitamaan keskitettyä kalastusmatkailupalvelujen käytännön myyntiä ja markkinointia sekä maakunnallisesti että valtakunnallisesti ja erityisesti ulkomaalaisten matkanjärjestäjien ja asiakkaiden suuntaan.

Kalastustuotteiden ja –palvelujen aikaansaaminen ja yrittäjien sitoutuminen ja kiinnostus ovat nyt Pirkanmaalla suhteellisen hyvällä mallilla. Oleellista on saada jatkossa tälle tarjonnalle kysyntää eli palveluille ostajia, jotta tehty työ ei jää kesken ja turhaksi. Yritykset ovat kaikkein innokkaimpia lähtemään mukaan sellaisiin toimenpiteisiin, joista he kokevat saavansa selvää vastinetta ja todennäköisiä lisätuloja uusien asiakkaiden muodossa. Mietittyihin ja suunnitelmallisiin markkinointitoimenpiteisiin ollaan siis yleensä valmiita panostamaan.

Kuhamaa-projektin aikana kävi selväksi, että kalastusmatkailun edistäminen ei tule jatkossakaan hoitumaan itsestään tai yhtenä pienenä palasena muuta ja varsin laajaa, ns. yleismatkailun kehittämistä ja markkinointia. Näin ollen alaa on vietävä pääosin eteenpäin omana kokonaisuutenaan, unohtamatta kuitenkin entistä tiiviimpää yhteistyötä matkailun ammattilaisten kanssa.

Ismo Kolari  
Projektipäällikkö