

Metsien monikäytöstä luontomatkailuun

Johanna Tolonen

Johtaja
Villi Pohjola

Suomessa on maailman vahvin monipuoliseen puunjalostamisen osaamiseen perustuva klusteri asiakastoimialoineen. Suomessa on myös erittäin vahva matkailualan osaamiseen ja Suomen kauniiseen luontoon perustuva matkailuklusteri.

Metsien käyttömuotojen merkitys muuttuu

Suurten ikäluokkien ja sitä vanhempien harrastama kalastus pohjautui hyvin pitkälti verkkokalastukseen, jonka merkitys on huomattavasti vähentynyt viime vuosina. Kalastuksessa trendi painottuu virkistäytymiseen, jossa saaliin määrä ei ole pääasia. Aivan vastaava kehitys on tapahtunut metsissä. Metsien virkistys- ja matkailukäytön motiivit liittyvät perinteisen hyötykäytön (marjastus, sienestys) sijaan yhä enemmän terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseen. Metsien merkitys virkistykseen lähteenä on kasvanut kaupungistumisen, tulotason nousun, vapaa-ajan määrän ja ikärakenteen muutoksen myötä. Muun muassa Metlan tutkimuksissa on 2000-luvulla saatu merkittäviä tuloksia luontoympäristön vaikutuksesta ihmisten hyvinvointiin. Pienehkö puisto voi olla miellyttävä silmälle, mutta vain aidossa luontoympäristössä kaupungistuneet suomalaiset palautuvat stressistä. Näin metsien hyvinvointivaikutukset voivat tuottaa myös merkittäviä taloudellisia hyötyjä työkyvyn parantumisen ja terveydenhuollon kustannusten säästöjen kautta – matkailusta puhumattakaan (kts. Tyrväinen, Korpela jne)

Kansainvälinen luontomatkailu Suomessa

– Ei ruusuilla tanssimista

Matkailu on maailman nopeimmin kasvavia palvelualoja. Tulotason kasvaessa hyödykkeiden merkitys vähenee, ja yhä enemmän laitetaan rahaa aineettomiin elämyksiin ja virkistäytymiseen. WTO on arvioinut että luontomatkailu kasvaa kuusi kertaa nopeammin kuin turismi ylipäätään. Tästä kakusta myös Suomi on onnistunut kasvattamaan omaa osuuttaan. Suomalaiset luontomatkailuyritykset ovat kooltaan kuitenkin pieniä, ja hajallaan ympäri maata. Isoimmatkin ohjelmopalveluyritykset Lapissa ovat yleensä keskittyneet muutamalle paikkakunnalle. Alalle tulon kynnyks on matala, isoja investointeja ei tarvita. Tästä seuraa usein epätervettä hintakilpailua, ja panostukset ovat vähäisiä tuotekehitykseen ja investointeihin.

Matkailun edistämiskeskus on vuoden 2008 alussa lakkauttanut ulkomaanverkostonsa, ja siirtää sen Finpron alle. Muutos tarkoittanee ainakin muutaman vuoden ajan jonkinasteista matkailun kansainvälistymispalveluiden heikkenemistä, kunnes Finpro on saanut oman osaamisensa hankittua matkailupuolelle.

Mitä kansainväliset asiakkaat tekevät Suomen luonnossa?

Suomeen talvella tulevat kansainväliset asiakkaat saapuvat tänne pääasiallisesti ryhmissä, ja heille tarjotaan erittäin hyvin tuotteistut ohjelmat. Osa matkailijoista saapuu reittilennoilla, mutta pelkästään joulukuussa pohjoiseen tulee noin 500 tilauslentoa eri puolilta Eurooppaa. Chartermatkailuun yhdistetyt aktiviteetit kuten moottorikelkkailu, porotilavierailut, huskykelkkasafarit ja lumikylät ovat lyöneet läpi Euroopan kilpailuilla matkailumarkkinoilla. Suurimmat volyymit saapuvat joului- ja tammikuussa, jolloin venäläiset, brittiläiset, espanjalaiset ja kreikkalaiset perheet tulevat ”pohjoisnavalle” maailman ääreen tapaamaan joulupukkia ja kokemaan talven riemua. Suomi on onnistunut tuotteistamaan luonnosta sen, mitä kukaan ei vielä 90-luvun alussa uskonut: lumen, jään, kylmyyden ja pimeyden.

Katteellisimmat tuotteet löytyvät kuitenkin yritysten kannustematkamarkkinoilta. Suomeen suuntautuvista kannustematkoista 90 % suuntautuu Lappiin, ja kohde kilpailee usein etelän rantalomakohteitten kuten Dubain kanssa yrityksen tehdessä lopullista päätöstään. Vastaavalla tasolla olevat tuotteet löytyvät Kanadasta. Ruotsi ja Norja eivät yrityksistään huolimatta ole onnistuneet houkuttelemaan kansainvälisiä matkailijoita omiin kohteisiinsa Jukkasjärveä lukuunottamatta.

Ilmaston lämpenemisen myötä lumivarmuus Alpeilla on heikentynyt, ja yhä useampi eurooppalainen matkanjärjestäjä on valinnut suomalaisen laskettelukeskuksen ohjelmiinsa. Levillä, Ylläksellä ja Rukalla on käynnissä satojen miljoonien eurojen investoinnit, ja myös pienemmillä hiihtokeskuksilla on kovat laajenemissuunnitelmat, jotka pohjautuvat nimenomaan hiihto- ja laskettelumatkailun kasvuun ulkomailta. Myös muut luontoon pohjautuvat teemalomat kuten japanilaiset revontulimatkat ovat suosittuja.

Suomessa vallitsevat jokamiehen oikeudet ovat taanneet sen että virkistäytyminen luonnossa on helpommin saavutettavissa verrattuna moneen muuhun Euroopan valtioon. Vaikuttaa siltä että suomalaiset ovat onnistuneet säilyttämään suhteellisen läheisen suhteen luontoon, ja ainakin vielä jossain määrin heillä on taitoa liikkua itsenäisesti luonnossa. Suomalaiset luontomatkatelijat etsivät rauhaa ja hiljaisuutta. Esimerkiksi Villin Pohjolan kotimaiset kämppälomailijat edustavat hyvin tätä joukkoa; naapurimökkiä ei saa näkyä ja loma halutaan viettää omassa rauhassa.

Moni suomalainen säikähtää astuessaan Helsinki-Vantaan kentällä Rovaniemen reittilennoille. Normaalikokoinen Airbus on muuttunut laivaston suurimmaksi Boeing-koneeksi ja pikasilmäyksellä matkustajien kasvot näyttävät siltä, että oltaisiin matkalla Pekingiin eikä suomalaiseen pikkukaupunkiin. Tuhansien turistien tungokset lentokentillä eivät vastaa suomalaisen käsitystä luontomatkailusta. Eurooppalainen tai aasialainen matkailija ei kuitenkaan osaa liikkua luonnossa yksin. He kaipaavat selkeää aikataulua, ohjattuja turvallisia tuotteita oppaan opastuksella, ja he nauttivat

liikkumisesta ryhmässä. Suomalaisille on itsestään selvää mitä saunassa tehdään, ja pieni hiljaisuus metsän siimeksessä tai avannon ääressä ei ole pahitteeksi. Ulkomaalaisille hiljaisuus on kauhistus. Oppaat saavat vastata jatkuvasti erilaisiin kysymyksiin, ja useimmiten kuultu kysymys on ”What’s next?”.

Hulppeat investoinnit esimerkiksi hotelli kiinteistöihin saavat alan yritykset toivomaan matkailijoita myös kesäaikaan. Tällä hetkellä kansainväliset asiakkaat kesällä suuntautuvat kiertomatkoille, erityyppisten kalastus- ja vaellusmatkailijoiden määrä on vielä hyvin pieni. Erityisesti saksalaiset saapuvat mökkilomille, ja myös venäläiset ovat löytämässä suomalaisen luonnon kauneuden. Ongelmana kesämatkailussa on kuitenkin rahankäyttö, joka on huomattavasti vähäisempää kuin talvimatkailijalla. Erilaisia sauvakävelypuistoja, melontaretkiä, pyöräilymaastoja on myös Keski-Euroopassa, joten vielä ei Suomella ole tarjottavana kesälle sellaista menestystuotetta kuin talveen liittyvät luontoaktiviteetit ovat.

Katse hyvinvointiin

Kiinnostavin kysymys tällä hetkellä liittyy hyvinvointimatkailun kasvuun. Väestön ikääntyminen ja tulotason kasvaminen todettiin jo aiemmin. Samanaikaisesti kaupungistuminen ja autolla liikkuminen eri paikkoihin aiheuttaa negatiivisia terveysvaikutuksia kuten liikunnan puutetta, ylipainoa ja erilaiset mielenterveyteen liittyviä ongelmia kuten stressiä ja unettomuutta. Matkailun edistämiskeskus on todennut omissa selvityksissään että Suomi ei ole erityisen kilpailukykyinen perinteisessä wellness-matkailussa, johon liittyvät erilaiset luksushoidot kylpylöissä. Itävalta, Etelä-Saksa ja Unkari ovat tarjonneet tämäntyyppisiä matkailukohteita jo 1600-luvulta lähtien. Sen sijaan Suomen mahdollisuudet liittyvät puhtaaseen luontoon. Parhaillaan Villillä Pohjolalla on käynnissä yhteistyössä MEKin kanssa tuotekehityshanke, jossa pyritään kehittämään kansainvälisille matkailijoille luontoon liittyviä hyvinvointituotteita. Matkailijoille kootaan paketteja, joihin yhdistetään terveellistä paikallista ruokaa, pehmeitä liikunta-aktiviteetteja ja Suomen luontoon liittyviä hoitoja.

Muutos on tulossa

Suuret ikäluokat ovat siirtymässä eläkkeelle, ja 60-luvulla syntyneet sinnittelevät välimaastossa. Kansainvälisessä kannustematkajärjestön kokouksessa SITEN ESNEPissä käsiteltiin juuri nyt valtaan astumassa olevaa sukupolvea, ns. Generation Y, joka on syntynyt vuosina 1977–1995. Heidän elämänarvonsa ovat kansainvälisesti katsottuna keskenään samankaltaisempia kuin arvot omien vanhempiensa kanssa. He ovat syntyneet tekniikan maailmaan, ja luontomatalla kaivetaan ensimmäiseksi GPS esiin. Matka varataan internetistä, ja kokemukset halutaan jakaa Facebookissa ja erilaisilla keskustelusivustoilla samanhenkisten kanssa. He ovat syntyneet maailmankansalaisiksi, kahteenkymmeneen ikävuoteen mennessä moni lapsi on jo käynyt kaikilla maailman mantereilla. Heitä on vaikea yllättää, ja luontoon liittyvällä kannustematkalla hän kokee elitismin vastenmieliseksi. Kestävä ja reilu matkailu on yhä tärkeämpää, samoin kuin matkailun vaikutukset paikallisväestöön. Kärsivällisyys ja pitkäjänteisyys on vierasta, tyydytys ja palkinto halutaan saada heti.

Tämä muutos tulee aiheuttamaan haastetta myös suomalaisille luontomatkailuoperaattoreille. Meillä on kuitenkin paremmat lähtökohdat puhtaan luonnon ja tasa-arvoisten ohjelmien ansiosta kuin monella muulla Euroopan maalla. Oleellinen kysymys kuitenkin on syttykö tuli märkiin puihin 30 vuoden kuluttua? Ihmiset eivät muuta kulutustottumuksiaan, Stingiä nuoruudessaan ihailnut ei siirry Olavi Virran kuuntelijaksi 60-kymppisenä. Jos nykyisiä pieniä lapsia ei viedä luontoretkeille, saattaa olla että myös luontomatkailun kysyntä vähenee.

Villi Pohjola on Suomen luontomatkailun pioneeri, joka on käynnistänyt alan verkostoitumisen pienten yrittäjien kanssa ja onnistunut luomaan myös kansainvälisiä asiakkaita kiinnostavia matkailupaketteja. Villin Pohjolan tarjonnassa on yksityisasiakkaille noin 300 kohdetta Suomen kauneimmilla luontopaikoilla, sekä myös yrityksille ja kansainvälisille ryhmille avaimet käteen- ohjelmia, joissa hyvin suunniteltu elämys alkaa asiakkaan saapuessa matkakohteeseen. Villit Yritysmatkat tuoteperheessä on henkilökunnan virkistäytymiseen, räätälöityihin asiakastilaisuuksiin ja tuotteistettuihin erämatkoihin valmiita ehdotuksia Nuuksiosta Nuorgamiin.

Metsähallituksen luontopalvelut huolehtii Lapissa useista matkailulle tärkeistä kansallispuistoista. Kansallispuistojen ja asiakaspalvelupisteiden käyntimäärät ovat kasvaneet n. 5 % vuosittain. Vuonna 2007 kansallispuistojen käyntimäärä oli yhteensä miltei 1,6 miljoonaa käyntiä. Kansallispuistojen käyntimäärien odotetaan edelleen kasvavan lähinnä kansainvälisen kysynnän johdosta, sillä kotimainen kysyntä on rajallista. Matkailun yleinen kehitys heijastuu myös kansallispuistojen käyttöön, sillä erityisesti suosituimpien kansallispuistojen ja matkailukeskusten asiakkaat ovat suurelta osin samoja.

Matkailun huonot uutiset:

- mahdollinen laskusuuntaus Euroopan markkinoilla iskee ensimmäiseksi matkailuun
- alalle tulon kynnys pieni; hintakilpailu kovaa
- yritykset hajallaan ja pieniä: uusiutuminen ja tuotekehitys
- Matkailun edistämiskeskus supistanut toimintaansa

Hyvät uutiset:

- matkailu on maailman nopeimmin kasvava palveluala
- luontomatkailu kasvaa kuusi kertaa nopeammin kuin muu matkailu
- Suomi on talveen liittyvien kannustematkojen Euroopan huippua
- myös kansainvälinen lomamatkailu kasvaa nopeaa vauhtia Suomeen ja erityisesti Lappiin

Mitä on kansainvälinen luontomatkailu Suomessa?

- metsässä, vesistöillä, tuntureilla: kauniilla luontopaikoilla;
- virkistäytyminen joko passiivista (maiseman katselua) tai aktiivista (hiihtoa, kelkkailua, pyöräilyä, vaellusta),
- yksin tai ryhmissä
- brittituristit ja joulumatkailu
- kelkkasafari ja ranskalaiset
- hollantilaiset kannustematalla

Miten onnistuttu?

- kv-asiakkaat tarvitsevat miltei aina tuotteistetun ohjelman, ja usein vielä oppaan
- Suomen Lappi onnistunut tuotteistamaan kylmän, pimeän ja lumen
- kesän luontomatkailu kaipaa samanlaista menestystuotetta: nyt kiertomatkailua, mökkilomailua, kalastusmatkoja, retkeilyä, marjanpimintää jne
- rahankäyttö vähäisempää kuin talvimatkailijalla

Matkailun trendit:

- väestö ikääntyy, parempikuntoisempaa
- stressaava elämäntyyli: luontoon liittyvät terveys- ja hyvinvointivaikutukset
- tulotaso kasvanut: halutaan elämyksiä hyödykkeiden sijaan
- uusavuttomuus: syttykö tuli märkään puuhun 30 vuoden kuluttua?
- generation Y: 1977-1995; independent and special , global all life: hard to impress
- kestävä ja reilu matkailu, ei elitismää
- tekniikan hyödyntäminen koko prosessin ajan
- ilmastonmuutos; voittoja ja tappioita tiedossa

Villin Pohjolan yritysperheet ja kämpät
Kestävä ja reilu matkailu
Luontoon liittyvät hyvinvointituotteet