

Lintumatkailu Suomessa, Jari Peltomäki, Finnature Oy

www.finnature.fi

www.finnature.com

Finnature Oy on perustettu vuonna 1993. Yritys on Suomen lintumatkailun pioneeri. Liikevaihto 500 000-600 000€/vuosi ja asiakasmäärä noin 500/vuosi. Yrityksen perustamisen taustalla on omistajan oma lintuharrastus ja asiantuntemus. Ilman lintuihin ja luontoon liittyvää osaamista ei lintumatkailuun liittyvää bisnestä voi tehdä. Varsinkin yrityksen alkuvaiheessa korostui yhteistyö eri tahojen kanssa, mm Finnair ja WWF. Muita yhteistyökumppaneita ovat esimerkiksi Limingan kunta, maanomistajat, Oulun yliopisto, matkanjärjestäjät, BirdLife Suomi jne. Jari oli perustamassa myös Liminganlahden Ystävät ry:tä, josta toiminta on lähtenyt liikkeelle. „Aina takana on joku.”

Suomalaisia lintuerikoisuuksia lintumatkailun näkökulmasta katsottuna ovat:

- pöllöt
- kanalinnut
- tikat
- kahlaajat
- itäiset varpuslinnut

Lapinpöllöä voisi nimittää „Suomen seksikkäimmäksi” lintulajiksi. Muita mielenkiintoisia: suokukko ja kanalinnut

Lisätietoja suomalaisista erikoisuuksista:

<http://finnature.com/articles/finnish-specialites/>

Euroopassa monien lintulajien kannat ovat pienenemässä, myös Suomessa. Lintuja ammutaan nykyäänkin liikaa. Esimerkiksi kanalinnut ovat matkailullisesti kiinnostavia.

Tyypillinen lintumatka Suomeen on 5-14 päivän kiertomatka, jonka ryhmäkooko on 5-14 asiakasta. Suosituin matka suuntautuu Ouluun, Kuusamoon, Lappiin ja Pohjois-Norjaan. Lisäksi Liminganlahdella toteutetaan lintu- ja kuvauskurseja, opastuspalveluja, valokuvaesittelyjä sekä bongauskilpailuja. Alueella on myynnissä kiikareita ja kaukoputkia.

Lintumatkailussa on kyse tuotteistamisesta. Erityisesti 2000-luvulla lintu- ja luontokuvauksen suosio on kasvanut digitaalisen kuvaksen yleistyttyä. Lintu- ja luontokuvaajia on tällä hetkellä 100-kertainen määrä verrattuna 2000-luvun alkuun. Kuvasmatkojen kysyntä on kasvanut voimakkaasti. Linnut ovat vientituote. Syksyyn mahtuisi vielä uusia lintumatkailutuotteita. Esimerkkejä lintumatkailutuotteista löytyy osoitteesta: www.finnature.com

Kiinalaisilla on kasvava kiinnostus luonto- ja lintuasioihin. Finnature Oy on tehnyt markkinointia juuri Kiinaan. Englannissa on kolmisenkymmentä matkanjärjestäjää, jotka järjestävät lintumatkoja.

Mitä Outokaira voi tarjota lintumatkailijalle?, Jorma V. A. Halonen

Jorma Halosella on 40 vuoden lintuharrastustausta. Lintuharrastajat ovat seuranneet rengastetun laulujoutsenen matkaa Tanskasta Kolariin usean vuoden ajan. Muuttolinnut hyödyntävät muuttaessaan vesistöjä ja muita maamerkkejä, esimerkiksi vaaroja ja vuoristoja. Suuri osa muutosta tapahtuu öisin, jolloin maastolla ei ole merkitystä. Pellon seudun alkukevään muutosta on saatavilla kattavia tilastoja Jorma Haloselta vuosilta 1973-2005.

Lintuharrastuksen yksi muoto on valokuvausbongaus eli halutaan kuvata eri lintuja ja kerätään sillä tavalla „pinnoja”.

Esimerkkejä muuttolintujen hyödyntämisestä matkailussa Outokairan alueella:

Ruokintapaikan perustaminen

Helppo toimenpide, josta voi saada paljon iloa matkailijoille. Ikkunan takana hyörivät linnut herättävät mielenkiintoa. Ruokintapaikalle voi eksyä mm pikkuvarpunen, viherpeippo sekä hömö- ja talitiaiset. Ruokintapaikalla on hyvä olla useita ruokintasäiliöitä sekä rasvapalloja ym puiden oksilla.

Linnunpöntöt

Nyt enteillään hyvää pöllövuotta. Pöntöillä voidaan varmistaa lintujen, mm pöllöjen, asettuminen tietyille alueelle pesimään. Erilaisilla pöntöillä varmistetaan erilaisten lintujen viihtyminen alueella. Pesimisen onnistuttua tulee mahdollisuus poikasten ihasteluun. Lintuharrastajan opastuksella voi käydä katsomassa pesiä ja poikasia sekä myös mahdollisesti rengastamassa lintuja. Lintujen rengastaminen on luonnonsuojelun perustyötä. "Lintuja voi koskea ja pöllöjä saa silittää."

Outokairan alueella nähtäviä lintuja

- Taviokuurna
voi näyttäytyä jo jopa tammi-helmikuussa.
- Pulmunen
- Laulujoutsen
Laulujotusenten määrä on tasaisesti lisääntyntä Pellon alueella. 1970-luvun alussa nähtiin 2 joutsenta ja nyt yhdellä kertaa voi olla tuhat joutsenta näkyvissä.
- Västäräkki
- Kurki
- Piekana
- Kuovi

olennainen osa Tornionlaakson kevättä. Perämeren pohjukka on hyvää seutua kuoville.

- Kahlaajat
- Kapustarinta
- Suokukko
- Kuikka
- Punavarpunen
- Pikkusirkku
- Idän tunturikyyhky
- Sinitäinen

Kiinnostus lintuharrastukseen kasvanut. Joskus harvinaisuudet saavat bongareita liikkeelle kaukaakin. Tällainen oli mm arokiuru.

Jorma on lintumatkailuun liittyvien asioiden osalta käytettävissä korvausta vastaan.

Matkailualueiden brändäys, Juha Tahvonen, Seven-1

Tavallisessa ruokakaupassa on noin 30 000 – 50 000 erilaista tuotetta. Tuotteen brändi helpottaa tekemään valinnan. Kun matkustetaan, paikan brändi helpottaa valitsemaan matkakohdetta.

Brändi muodostuu

- nimestä
- maineesta
- tunnusmerkeistä

Esimerkiksi Pariisi – yhdistetään hyvin usein Eiffel Torniiin. Googlen kuvahaussa hakusanalla Pariisi, tuloksena iso joukko kuvia, joissa näkyy Eiffel Torini. Lappi yhdistyy Googlen kuvahaussa taas lumeen, lumisiin maisemiin, joulupukkiin, revontuliin. Lappi on jo olemassa oleva vahva brändi. Liminganlahti tunnetaan linnuista ja on brändäytynt lintualueeksi. Liminganlahden ystävät ry hoitaa brändiä ja oleellinen tuki tulee Mestähallitukselta.

Miten ihmiset ostavat?

Tuotteen hankkimiseen liittyy psyykinen ja fyysinen saatavuus eli tuleeko tuote helposti vai vaikeasti mieleen ja onko tuote helppo vai vaikea ostaa. Brändi voi helpottaa ostamista. Yhteen brändiin voi liittää myös muita asioita.

Psyykkisen saatavuuden idea on brändi.

- Kuinka ihminen muistaa?
- Kuinka ihminen tunnistaa?

Sellaisia asioita joita muistetaan pidetään parempina.

Paikkabrändi

- Mikä se on?
- Missä se on?

Paikan pitää löytyä kartalta. Esimerkiksi Aavasaksa, Tornionlaakso

Miten löytyvät kartalta Tosilappi tai Merilappi? Missä ne ovat? Missä asuvat merilappilaiset? Paikan sijainnilla ei ole merkitystä mutta sillä, että se on kartalla on merkitystä. Alueesta on puhuttava nimellä.

Suomen matkailustrategia perustuu keskusjohtoisuuteen eli matkailukeskuksiin.

Mitkä ovat paikan tunnusmerkit?

Hallitsemattomat/luonnolliset

- Tornionjoki
- vaaramaisemat
- Aavasaksa
- meänkieli
- historialliset tutkimusmatkat
- lippoaminen
- linnut
- hiihtäminen
- Ruotsin ja Suomen raja
- Napapiiri

Hallitut/strategiset (brändikukka)

Paikan maine syntyy maineteoista. Maineteo syntyy kun tekee jotain mikä hämmästyttää, suututtaa tai toistuu pitkän ajan.

Tornionlaakso – matkailullisesti tulisi hyödyntää valtakunnan rajaa enemmän. Esimerkiksi leikkimielinen sota rajalle. Joskus Vojakkalassa ollut köydenvetokilpailu joen yli – tulisi elvyttää.

Hiihtäminen ja siihen liittyvät tapahtumat – tulisi nostaa enemmän esille.

Paikkabrändin tekijöitä ovat ihmiset. Miten?

- Tarvitaan intohimoiset ihmiset, selkeä päämäärää, vapaat resurssit kehittämistyöhön sekä oikeat kilpapakentät.
- Tekemisessä oltava rytmi: lepo-ravinto-harjoittelu eli joskus tehdään t&k ja joskus vain levätään.
- Tarvitaan analyysiä: Mitä muut tekevät? Ketkä ovat kilpailijoita?
- Kilpailu vie asioita eteen päin.

Kenelle pitäisi mainostaa?

Esimerkiksi Coca Cola. Se on aina esillä ja aina ostettavissa. Mainontaa voidaan verrata lentokoneen moottoriin, se tekee nousuista ja laskuista loivia. Mainonnalla voi voittaa muut tarjoajat.

Miten markkinointia tulisi tehdä?

Markkinoi massoille. Markkinointia tulisi tapahtua koko markkinalle koko ajan. Uusien asiakkaiden hankkiminen on halvempaa kuin kasvattaa nykyisten asiakkaiden ostotiheyttä. On oltava esillä koko ajan ja ostettavissa. Varmista oston helppous. Herätä huomiota.

Brändin markkinointistrategia

- Missä mennään?
Tarvitaan markkinoiden, oman toiminnan, kilpailijoiden, tavoitteiden ja asenteen analyysiä.
- Ohjaavat periaatteet
Fyysinen ja psyykinen saatavuus sekä tunnistettavuus ja kopiointi vaikuttavat
- Johdonmukainen toiminta
On asetettava toiminnalliset tavoitteet ja suunniteltava konkreettisina toimina

Keskustelu, Jari Peltomäki, Jorma V. A. Halonen, Juha Tahvonen

Outokairan vetovoimatekijöitä

- Hiihtäminen ja kevättalven hankikelit yhdistettynä valon määrään ovat mielenkiintoinen matkailullinen elementti.
- Yötön yö, pimeys, hiljaisuus, jää – voisi hyödyntää matkailullisesti.
- Luonnon lumella hiihtäminen, lumikenkäily
- Hienot suot, hyvät metsät, linnut ja niistä erityisesti tikat
- Lumi, Lohi, Linnut, Luonto

Alueen nimi

- Tornionlaakso – Tornedalen
ei vielä välttämättä mainetta
- Tornionjokilaakso
- Tornionjoki

- Tornioista Pelloon
- Ylitornion Tornionlaakso

Lappi nimi tulisi olla alueen nimessä mukana. Lappi on jo ennestään tunnettu brändi. Alueen brändin rakentamisessa tulee hyödyntää luontoa.

Puheenvuorojen pitäjät ovat käytettävissä mm konsultointitehtäviin tarvittaessa.

Muistion kirjasivat Päivi Kuvaja ja Markku Norrena