

HAAGA-HELIA AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailun koulutusohjelma

Tiina Nurmiainen

MATKAPAKETTIEN TUOTTEISTAMINEN:

Kiertomatkoja Lounais-Saksaan

Opinnäytetyö

2007

Koulutusohjelma – Utbildningsprogram – Degree Program – Studienrichtung: Matkailun koulutusohjelma		Koulutusohjelman osa-alue – Enhet – Program Division – Studienrichtung:
Tekijä/Tekijät – Författare – Author – Verfasser/–in: Tiina Nurmiainen		
Opinnäytetyön nimi – Arbetets titel – Title – Titel der Diplomarbeit: Matkapakettien tuotteistaminen: kiertomatkoja Lounais-Saksaan		
Valmistumisvuosi – År – Year – Abschlussjahr: 2007	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages – Seitenzahl: 56	Liitteitä – Bilagor – Appendices – Anlagen: 2
<p>Tiivistelmä – Sammandrag – Abstract – Zusammenfassung: Tämän työn tavoitteena oli kehittää uusia pakettimatkoja Pohjolan Matka Oy:lle, joka oli työni toimeksiantaja. Työssäni tuotteistin kolme uutta matkapakettia Lounais-Saksaan Rheinland-Pfalzin osavaltioon ja sen ympäristöön. Matkapakettien aiheet ovat ”Kulttuurimatka”, ”Wellness-matka” ja ”Urheilumatka”.</p> <p>Työn toiminnallinen osuus koostui kohdealueen matkailuvetovoiimatekijöiden kartoituksesta henkilökohtaisilla käynneillä, jota seurasi kohteiden ja oheispalvelujen valinta. Kun ohjelmarungot olivat valmiit, tein matkatuotteiden kuvaukset, valitsin yhteistyökumppanit ja lähetin tarjouspyynnöt. Lopuksi tein vielä alustavan hinnoittelun Pohjolan Matka Oy:lle saamieni tarjousten perusteella.</p> <p>Raportissa esitellään Rheinland-Pfalzin osavaltiota ja sen matkailuvetovoiimatekijöitä matkapakettien teemojen (kulttuuri, wellness ja urheilu) mukaisesti. Teoriaosuus koostuu matkailuyrityksen tuotekehitysprosessista.</p> <p>Työn tuloksena syntyi kolme uutta matkapakettiehdotusta Pohjolan Matka Oy:n tuotetarjontaan. Suunnittelemani matkapaketit ovat valmiit testattavaksi markkinoilla sellaisinaan, tai halutessaan Pohjolan Matka voi tehdä niihin pieniä muutoksia. Sekä työntekijä että työnantaja ovat tyytyväisiä työn tuloksiin. Tarkoituksena olisikin saada uudet matkapaketit syksyn 2007 tuotantoon.</p>		
Avainsanat – Nyckelord – Keywords – Schlüsselwörter: matkailuyrityksen tuotekehitysprosessi, tuotteistaminen, pakettimatkan suunnittelu		
Säilytyspaikka – Förvaringsställe – Filing location – Pflichtexemplar: Helian kirjasto – Helias bibliotek – Helia Library – Bibliothek von Helia		

Koulutusohjelma – Utbildningsprogram – Degree Program – Studienrichtung: Degree Program in Tourism		Koulutusohjelman osa-alue – Enhet – Program Division – Studienrichtung:
Tekijä/Tekijät – Författare – Author – Verfasser/–in: Tiina Nurmiainen		
Opinnäytetyön nimi – Arbetets titel – Title – Titel der Diplomarbeit: Planning Tour Packages to Southwestern Germany		
Valmistumisvuosi – År – Year – Abschlussjahr: 2007	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages – Seitenzahl: 56	Liitteitä – Bilagor – Appendices – Anlagen: 2
<p>Tiivistelmä – Sammandrag – Abstract – Zusammenfassung: This thesis was commissioned by the Finnish travel agency Pohjolan Matka Oy and the objective of the study was to develop three new package tours for southwestern Germany including the state of Rhineland-Palatine and its surroundings regions. The themes for the new package tours involved "Cultural Tour", "Wellness Tour" and "Sports Tour".</p> <p>The functional part of my thesis introduces a survey of the tourist attractions in the destination. The survey was conducted by personal visits to a variety of locations and attractions, followed by the process of selecting the destinations together with additional services. After having completed the framework for each tour, I drafted the descriptions of the packages, choosing the partners and sending requests for quotations to the prospective partners. Finally, I presented a costing plan to Pohjolan Matka Oy based on the quotations I had obtained.</p> <p>The state of Rhineland-Palatine and its tourist attractions (especially cultural, wellness and sports attractions) are presented in the report. The theoretical part discusses the product development process in a travel agency.</p> <p>In conclusion, the survey resulted in three new package tour proposals being added to the product supply of Pohjolan Matka Oy. The packages as such are ready for trial on the market, however, Pohjolan Matka Oy might wish to make a few additional changes. Finally, the results of the thesis were of great satisfaction to both me and the company having commissioned the study. Accordingly, new package tours are intended to be available in autumn 2007.</p>		
Avainsanat – Nyckelord – Keywords – Schlüsselwörter: planning a package tour, product development process, product development		
Säilytyspaikka – Förvaringsställe – Filing location – Pflichtexemplar: Helian kirjasto – Helias bibliotek – Helia Library – Bibliothek von Helia		

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	1
2 POHJOLAN MATKA OY	3
3 RHEINLAND-PFALZ	5
3.1 Historia	6
3.2 Ilmasto, luonto ja viini	7
3.3 Matkailuelinkeinon ominaispiirteitä	8
3.4 Matkailun vetovoimatekijöitä	9
3.4.1 Kulttuuriin perustuvat vetovoimatekijät	10
3.4.2 Wellness–matkailuun perustuvat vetovoimatekijät	14
3.4.3 Urheilumatkailuun perustuvat vetovoimatekijät	17
3.4.4 Yhteenveto matkailun vetovoimatekijöistä Rheinland-Pfalzissa	18
4 MATKAILUYRITYKSEN TUOTEKEHITYS	20
4.1 Matkailutuote	20
4.2 Tuotekehitysprosessi	22
4.2.1 Tuotekehitysprosessin perustan rakentaminen	26
4.2.2 Markkinatutkimus	26
4.2.3 Kohteiden valinta ja ohjelmien suunnittelu	28
4.2.4 Yhteistyökumppaneiden valinta	29
4.2.5 Palveluprosessin kehittäminen	30
4.2.6 Hinnoittelu	32
4.2.7 Markkinatestaus ja kaupallistaminen	33
5 TYÖN TULOKSET	34
5.1 Kulttuurimatka	34
5.2 Wellness-matka	42
5.3 Urheilumatka	45
6 YHTEENVETO	51
LÄHTEET	52

LIITTEET

Liite 1: Alustava hinnoittelu

Liite 2: Yhteistyökumppanit

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1 Matkatoimistojen liikevaihdot vuonna 2005

Kuvio 2 Kartta Rheinland-Pfalzista

Kuvio 3 Ulkomaalaisten yöpymiset maittain Rheinland-Pfalzissa 2005

Kuvio 4 Terveysmatkailun nimikkeet

Kuvio 5 Matkanjärjestäjän ja matkatoimiston suhde matkailun järjestelmässä

Kuvio 6 Matkailutuotteen tuotekehitysprosessi

Kuvio 7 Pakettimatkan suunnittelu

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1 Matkailun vetovoimatekijöitä Rheinland-Pfalzissa

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on projektiluonteinen työ matkailupakettien tuotteistamisesta. Työni tarkoituksena oli tuotteistaa kolme eri teemojen mukaista pakettimatkaa Lounais-Saksaan Rheinland-Pfalzin osavaltioon ja sen ympäristöön Pohjolan Matka Oy:lle, joka oli työni toimeksiantaja.

Kiinnostuin matkailupakettien räätälöinnistä ollessani työharjoittelussa Matkatoimisto LenArt Tours Ltd:ssä Pietarissa talvella 2006. Niin ikään ollessani työharjoittelussa kesällä 2006 Eteläisen Viinitien (Südliche Weinstrasse e.V.) matkailutoimistossa Etelä-Pfalzissa, kiinnostuin kyseisestä alueesta ja sen matkailutarjonnasta. Saksalla on ollut maailmansotien jälkeen jokseenkin epäselvä matkailuimago ja ulkomaan matkailumarkkinointi on ollut jo pitkään myös valtakunnallisella tasolla kehittymätöntä ja niukkaa. Esimerkiksi Eteläisen Viinitien matkailutoimiston kotisivut ovat olleet ainoastaan saksan kielellä kesään 2006 asti. Tämän vuoksi ulkomaalaisia matkailijoita näkyi alueella vain harvoin. Toisaalta lähialueilta tulevia matkailijoita, kuten alankomaalaisia, belgialaisia ja ranskalaisia matkailijoita käy alueella jonkin verran. Etelä-Pfalzissa, ja koko Rheinland-Pfalzin osavaltiossa, on kuitenkin paljon ainutlaatuista nähtävää ja koettavaa matkailijoille, joten näin siinä markkinaraon suomalaisille matkanjärjestäjille. Koska lentoyhtiöt ja osa matkanjärjestäjistä ovat poistaneet niiltä lentolippujen myynnistä maksettavat komissiot, on perinteisten matkatoimistojen, kuten Pohjolan Matkan, lisättävä omaa tuotantoaan. Uudet tuotepakettini tarjoavat vaihtoehtoja ja vaihtelua suomalaisten matkanjärjestäjien matkatarjoantaa. Kysyntää tuotteistamilleni paketeille tulee varmasti olemaan, sillä esimerkiksi wellness- ja urheilumatkojen suosio on kasvamassa ja niitä tehdään kasvavissa määrin myös omatoimimatkoja.

Rajasin työni käsittämään kolmen matkailupaketin tuotteistamisen. Matkailupakettien aiheiksi valitsin ”Kulttuurimatkan”, ”Wellness-matkan” ja ”Urheilumatkan”, sillä nämä sopivat hyvin Pohjolan Matka Oy:n nykyisille asiakkaille. Keskityin matkailupakettien suunnittelussa Saksan Viinitiehen, joka sijaitsee Etelä-Pfalzissa. Kulttuurimatkassa valitsin kohteet kuitenkin osavaltion historiallisesti merkittävimmistä ja kulttuurillisesti mielenkiintoisimmista alueista ja kaupungeista. Tarkoitukseni oli kehittää kolme uutta tuotepakettia hinnoitteluun asti.

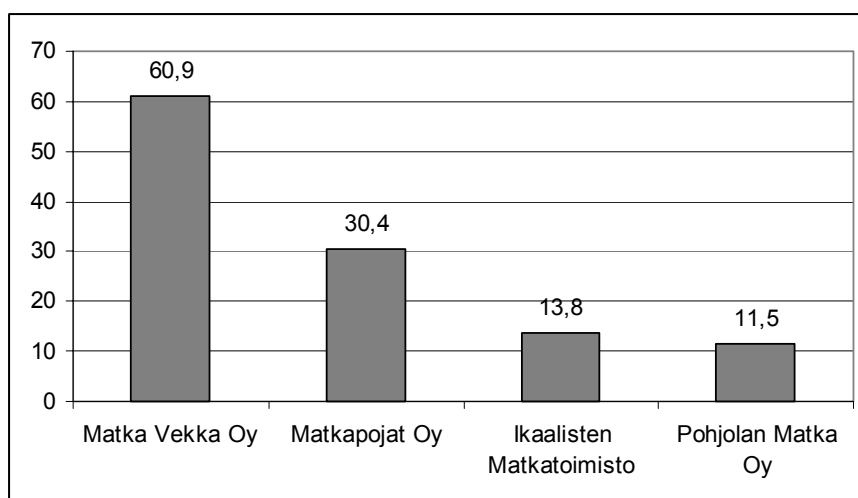
Opinnäytetyöni tarkoituksena oli tuotteistaa uusia käyttökelpoisia ja kilpailukykyisiä pakettimatkoja Pohjolan Matka Oy:n tuotetarjontaan. Toivottavaa olisi, että Pohjolan Matka pystyisi näiden tuotteiden avulla erottumaan kilpailijoistansa. Pohjolan Matkalla on ennestään paljon asiakkaita, joille valitsemamme teemat sopivat, joten tarkoitus oli tuotteistaa uusia matkoja Pohjolan Matka Oy:n nykyisille asiakkaille. Kulttuurimatka sopii hyvin Pohjolan Matka Oy:n pääkohderyhmille, eli keski-ikäisille, eläkeläis- ja eri järjestöjen ryhmille. Wellness-matka on hyvä vaihtoehto Viron kylpylämatkoille, jotka kuuluu Pohjolan Matka Oy:n päätuotteisiin. Urheilumatka puolestaan sopii hyvin incentive-matkaksi työryhmille tai vaikkapa leirikoululaisille. Valitsin wellness- ja urheiluteemat myös sen takia, että ne ovat nousevia trendejä matkailualalla.

Projektityön ja toimeksiannon kuvailun jälkeen toisessa luvussa kerron työni toimeksiantajasta Pohjolan Matka Oy:stä. Kolmannessa luvussa kuvailen projektityöni kohdealuetta, eli Rheinland-Pfalzin osavaltiota sekä sen matkailuvetovoimaa jaoteltuna niihin kolmeen matkailun muotoon, jotka ovat aiheina matkailupaketeissani (kulttuurimatkailu, wellness-matkailu ja urheilumatkailu). Neljännessä luvussa kerron matkailuyrityksen tuotesuunnittelusta ja vertaan omaa työtäni siihen. Viidennessä luvussa esitän tämän työn tulokset, eli valmiit matkapakettiehdotukset.

2 POHJOLAN MATKA OY

Tämän työn toimeksiantaja on matkatoimisto Pohjolan Matka Oy. Pohjolan Turistiauto – yhtiöt (Pohjolan Turistiauto Oy, Pohjolan Matkatoimisto Oy, Veljekset Tuppurainen Oy, Liikenne Norppa Oy, Koillismaan Turistiauto Oy, Antti Kangas Oy sekä Aurinkobussit Oy) ottivat käyttöön yhteisen markkinointinimen Pohjolan Matka 1.10.2006. Yhtiö omistaa yhteensä 450 bussia, 17 varikkoa ja 15 matkatoimistoa ympäri Suomen. Yhtiössä työskentelee lähes 600 työntekijää. Vuotuinen yhteenlaskettu bruttomyynti on noin 60 miljoonaa euroa. Esko Lappalainen perusti Pohjolan turistiauto Oy:n 1960-luvulla, jonka jälkeen yhtiö on laajentunut nykyisiin mittoihinsa. Yhtiön toimitusjohtaja on Johanna Lehtonen. (Pohjolan Matka Oy 2006.)

Vuonna 2005 Pohjolan Matka Oy:n liikevaihto oli 11,5 miljoonaa euroa. Pohjolan Matka Oy ei kuulu Suomen suurimpiin matkatoimistoihin. Suurten suomalaisten matkatoimistojen SMT:n, Areen ja Kaleva Travelin ohella esim. Matka-Vekka ja Matkapojat ovat merkittäviä toimijoita. Matkatoimisto Oy Matka Vekan liikevaihto oli 60,9 miljoonaa euroa vuonna 2005. Pohjolan Matkan suurimpia kilpailijoita ovat Matkatoimisto Oy Matka-Vekka, Matkapojat ja Ikaalisten Matkatoimisto. Näistä matkatoimistoista suurin liikevaihto vuonna 2005 oli Matka Vekalla (60,9 miljoonaa euroa) ja pienin liikevaihto (11,5 miljoonaa euroa) oli Pohjolan Matka Oy:llä. Kuviossa 1 olen vertaillut Pohjolan Matkan liikevaihtoa sen pahimpien kilpailijoiden liikevaihtoihin.



Kuvio 1. Matkatoimistojen liikevaihdot vuonna 2005 (Hannukainen, S-L 2006, henkilökohtainen tiedoksianto; Matka Vekka Oy 2006; Leppänen, A. 2007, henkilökohtainen tiedoksianto; Matkapojat Oy 2006.)

Matkatoimisto Oy Matka-Vekalla on laaja toimistoketju, sekä samanlaista tuotantoa kuin Pohjolan Matkalla. Matka-Vekan kilpailuetuna Pohjolan Matkaan verrattuna on S-ryhmän etukortilla saatavat bonukset. Myös Matkatoimisto Matkapojat Oy:llä on samanlaisia tuotteita kuin Pohjolan Matka Oy:llä. Sen lisäksi Matkapojat Oy toimii samoilla alueilla kuin Pohjolan Matka. Myös Ikaalisten Matkatoimisto toimii osittain samoilla alueilla. Ikaalisten Matkatoimiston kilpailuetuna Pohjolan Matkaan verrattuna on alhaisemmat hinnat muihin matkatoimistoihin nähden. Ikaalisten Matkatoimisto ei myöskään peri palvelumaksua, jonka Pohjolan Matka asiakkailtaan perii. (Hannukainen, S-L 2006, henkilökohtainen tiedoksianto.)

Pohjolan Matka Oy:llä on laaja matkatarjonta. Se järjestää mm. bussimatkoja Venäjälle ja Baltiaan, kylpylämatkoja Viroon sekä liikematkoja ja kaupunkilomia Euroopan suurkaupunkeihin. Pohjolan Matka välittää myös suurien matkatoimistojen seuramatkoja. Tämän lisäksi Pohjolan Matka tarjoaa risteilymatkoja Tallinnaan, Tukholmaan ja Berliiniin sekä koululaisten ja opiskelijoiden luokka- ja leirikoulumatkoja ympäri maailman. Pohjolan Matka Oy räätälöi matkoja myös asiakkaiden toiveiden mukaan. Pohjolan Matkan kilpailuetuna on myös laaja asiakaskunta. (Pohjolan Matka Oy 2006.)

Pohjolan Matkan pääkohderyhmiä ovat keski-ikäiset, eläkeläis- ja muiden eri järjestöjen ryhmät. Näille ryhmille kohteina ovat Baltian kierrokset, Viron kylpylät ja hotelli- sekä risteilymatkat. Päätuotteita tällä hetkellä ovat risteilyt ja hotellimatkat Viroon, Viron kylpylämatkat sekä Tukholman risteilyt. (S-L Hannukainen, henkilökohtainen tiedonanto 22.09.2006.)

3 RHEINLAND-PFALZ

Rheinland-Pfalzin osavaltio sijaitsee Lounais-Saksassa (kuvio 2). Sen pääkaupunki on Mainz, jossa on noin 190 000 asukasta. Rheinland-Pfalzin raja-osavaltioita ovat Nordrhein-Westfalen pohjoisessa, Hessen idässä, Baden-Württemberg kaakossa ja Saarland lännessä. Rheinland-Pfalzin osavaltioilla on myös rajaa Belgian kanssa luoteessa, Luxemburgin kanssa lännessä ja Ranskan kanssa etelässä. Osavaltion pinta-ala on noin 20 000 km² ja sen asukasluku on noin 4 miljoonaa. (Wikipedia 2006.)



Kuvio 2. Kartta Rheinland-Pfalzista (FeWo-direkt 2006)

Suomesta Rheinland-Pfalziin pääsee helpoiten lentäen viereisessä Hessenin osavaltiossa sijaitsevan Frankfurtin kansainväliselle lentokentälle. Helsinki-Vantaan ja Frankfurt am Mainin välillä liikennöivät Finnair ja Lufthansa. Suoria lentoja Suomesta Rheinland-

Pfalziin tehdään Ryan Air -halpalentoyhtiöllä Tampereelta Frankfurt Hahnin pienelle lentokentälle. (Helsinki-Vantaan lentokenttä 2006; Ryan Air 2006.)

Rheinland-Pfalzin osavaltiossa on kaksi merkittävää jokea: Rein ja Mosel. Näiden jokien laaksot muodostavat kauniita maisemia ja niin Reinin kuin Moselinkin varrella on monia Saksan historiallisesti merkittävimpiä paikkoja. Alueen suurin järvi on Lacher See, joka sijaitsee osavaltion pohjoisosassa. Alueella on myös muutamia vuorijonoja: luoteessa Eifelvuorten eteläisin osa ja etelämpänä Hunsrückin vuoriketju. Alueen korkein vuori on Erbeskopf (818m). Etelän ylänköä kutsutaan Pfälzerlandiksi, ja se on Saksan suurin yhtenäinen metsäalue sekä Unescon suojelema biosfäärialue. (Wikipedia 2006; Südliche Weinstrasse e.V. 2006).

3.1 Historia

Rheinland-Pfalzin osavaltio perustettiin vasta maailmansotien jälkeen vuonna 1947. Vaikka itse osavaltio on hyvin nuori, on sen alueella on pitkä ja värikäs historia. Alueen historian merkittävimmät vaiheet Wikipedian (2006) mukaan ovat:

- 450-100 eKr. Germaaniset joukot valloittavat alueen Kelteiltä
- 58 eKr. Roomalaiset voittavat sodan germaaneja vastaan Julius Caesarin johdolla
- 85 jKr. Pfalzin alueesta tulee roomalaisten provinssi ”Germania Superior”, Roomalaiset aloittavat viininviljelyn
- 843 Länsi-Rooman Valtakunta luhistuu ja Frankit tulevat valtaan
- 1440 Mainzilainen Johannes Gutenberg keksii kirjapainon
- 1521 Martin Luther kyseenalaistaa katolisen kirkon oppeja Wormsin valtiopäivillä, jonka vuoksi hänet tuomitaan valtionkiroukseen ja kerettiläiseksi
- 1832 Neustadtissa Hambachin linnassa tapahtuu työläisten mielenosoitus, jonka sanotaan olevan saksan demokratian synty
- 4.6.1947 Rheinland-Pfalzin osavaltio perustetaan

3.2 Ilmasto, luonto ja viini

Saksassa ilmasto vaihtelee alueittain huomattavasti. Suurimmassa osassa Rheinland-Pfalzia on leuto, viininviljelyyn sopiva ilmasto. Saksa onkin ilmastollisesti Euroopan pohjoisimpia viininviljelyyn sopivia maita. Viinirypäleet tarvitsevat pitkän kypsyiskauden, sopivassa suhteessa auringonpaistetta ja sadetta. Aurinkotunteja viinille sopivassa ilmastossa on noin 1 300 vuodessa. Keskilämpötilan tulee olla kukinnan aikana 15 astetta ja kasvukaudella vähintään 18 astetta. Esimerkiksi Saksan Viinitielle Etelä-Pfalzissa, joka on alueen lämpimimpiä alueita, aurinko paistaa noin 2 100 tuntia vuodessa ja vuoden keskilämpötila on jopa noin 10 astetta. (Saksan Viiniakatemia 2006; Pfalz.Touristik e.V. 2006.)

Kevät ja alkusyksy ovat parhaimpia matkustusajankohtia Rheinland-Pfalziin. Keväällä maaliskuun lopusta alkaen voi ihastella puiden kukkaloistoa, esimerkiksi manteli- ja omenapuiden väriloistoa. Keväällä on lämmintä, mutta keskikesällä aurinko porottaa kuumasti: lämpötila voi olla pitkiäkin aikoja paikoittain 40 asteen tuntumassa päivisin. Alkusyksyllä päivät ovat leutoja ja viinisadon kypsyessä rypäleet kaunistavat viinitarhoja. Talvet ovat leutoja ja vain harvoin maa peittyy pitkiksi ajoiksi lumen alle. (Atteln 1997, 219.)

Leudon ja kuivan, paikoitellen jopa Välimeren ilmastonsa ansiosta viinirypäleet viihtyvät kumpuilevassa Rheinland-Pfalzin maastossa. Saksan Viinitielle (Deutsche Weinstraße) Etelä-Pfalzissa, jossa vuoden keskilämpötila on 10 astetta ja jossa vuoristoinen metsäalue Pfälzer Wald suojaa tuulilta, kasvaa viinin lisäksi muitakin eksoottisia herkkuja, kuten viikunoita, sitruunoita, manteleita, kiivi-hedelmiä, appelsiineja, tupakan lehtiä ja parsaa. Mantelipuut kukkivat maaliskuussa, makeita tuoreita viikunoita maistellaan elokuussa ja kastanjat kypsyvät lokakuussa. (Pfalz.Touristik e.V. 2006, 30-31.)

Rheinland-Pfalzin osavaltiossa on sekä jokilaaksojen tasankoja että metsäistä vuoristoaluetta. Rein ja Mosel-joet virtaavat Rheinland-Pfalzin pohjoisosassa kukkuloiden välissä. Näiden kukkuloiden rinteet soveltuvat hyvin viinin viljelyyn. Myös muualla kumpuilevassa maastossa (esim. Pfalzissa Saksan Viinitielle) on erinomaisia

rinteitä viininviljelyyn. Myös haikarat viihtyvät Pfalzissa, sillä niiden kesänviettopaikka on vuosittain Eteläisellä Viinitielle. (Pfalz.Touristik e.V. 2006, 28-29.)

Roomalaiset toivat viinin mukanaan Saksaan valloittaessaan maailmaa noin 2000 vuotta sitten. Viiniköynnöksiä istutettiin pääasiassa jokilaaksoihin. Koska viininviljelyn juuret ovat Saksassa syvällä historiassa, voivat monet viinitilat olla jopa yli 1000 vuotta vanhoja. Länsi-Saksa on kuuluisa viineistään: Saksassa on 13 laatuviinialuetta, joista kuuluisimmat (Rheingau, Pfalz, Rheinhessen ja Mosel-Saar-Ruwen) ovat lännessä Reinin ja Moselin laaksoissa sekä Pfalzin alueella. Valkoviiniä viljellään laajemmin kuin punaviiniä: valkoviinirypäleitä tuotetaan noin 70 % kaikesta viinin tuotannosta. Valkoviineistä maineikkain on Riesling ja punaviineistä suosituin on Spätburgunder. Myös rosé viinejä tuotetaan Länsi-Saksassa, erityisesti Pfalzin alueella. Saksan viinitarhat ovat Euroopan suurista viinitarhoista kaikista pohjoisimpana. Saksassa viininviljely on pääosin nimekkäiden viinitilojen laatuviinien valmistusta. Pöytäviiniä tuotetaan vain vähän, sillä olut on Saksassa eniten nautittu alkoholijuoma. (Egert-Romanowska 2003, 318-319; Saksan Viiniakatemia 2006.)

3.3 Matkailuelinkeinon ominaispiirteitä

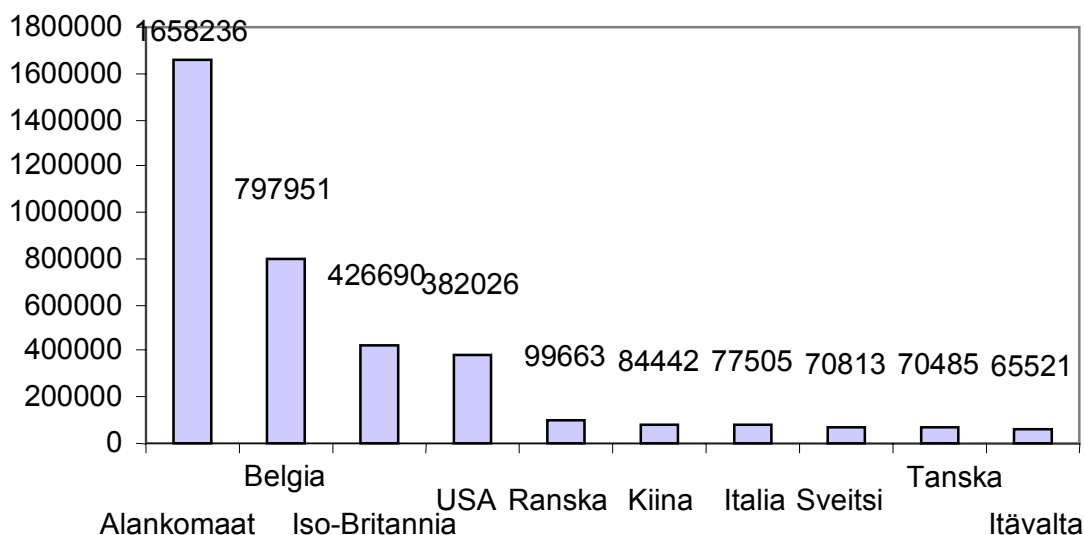
Saksassa matkailutoimialan kehittäminen ja koordinointi on pääosin osavaltioiden vastuulla. Valtio tukee vain vähän matkailuelinkeinoa. Saksan Matkailutoimisto DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) on pääasiallinen Saksan matkailullinen markkinoija. (Boniface & Cooper 2005, 188.)

Rheinland-Pfalzin matkailutoimisto Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH kehittää ja koordinoi osavaltion matkailua. Sen lisäksi osavaltion kunnilla ja ns. seutukunnilla (Kreis) on omat matkailutoimistonsa, joiden päätehtävä on markkinoida ja edistää alueensa matkailua. Esimerkiksi Pfalzin alueella toimii Pfalz Touristik -matkailutoimisto. (Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH 2006; Pfalz.Touristik e.V. 2006.)

Alueella on niin paljon nähtävyyksiä ja koettavaa, ettei suosituimpia kohteita oikein kannata listata. Sen sijaan puhutaan suosituimmista teemoista, joihin kuuluvat viiniin,

vaellukseen, pyöräilyyn ja kulttuuriin liittyvät teemat. (A. Wendling 2006, henkilökohtainen tiedonanto 20.12.2006.)

Ulkomaalaisista matkailijoista huomattava osa on päiväkävijöitä naapurivaltioista, kuten esimerkiksi Alankomaista ja Belgiasta. Tätä määrää on kuitenkin vaikea arvioida. Suurin osa rekisteröidyistä ulkomaalaisista yöpyjistä on Alankomaalaisia. Alankomaalaisia yöpymisvuorokausia rekisteröitiin vuonna 2005 noin 1,7 miljoonaa. Seuraavaksi eniten ulkomaalaisia kävijöitä tulee yöpymisvuorokausien mukaan Belgiasta, Isosta-Britanniasta ja USA:sta (kuvio 3). Suomalaisia ei tilastossa oltu mainittu lainkaan. (A. Wendling 2006, henkilökohtainen tiedonanto 20.12.2006.)



Kuvio 3. Ulkomaalaisten yöpymiset maittain Rheinland-Pfalzissa 2005 (Stat. Landesamt 2005/2006)

3.4 Matkailun vetovoimatekijöitä

Rheinland-Pfalzin sanotaan olevan Saksan romanttisin alue. Se houkuttelee matkailijoita vaikuttavilla linnoillaan, viinitarhoillaan, vehreillä kukkuloillaan sekä jokilaaksoillaan. Roomalaisajan vaikutukset näkyvät yhä monissa kaupungeissa, kuten Saksan

vanhimmassa kaupungissa Trierissä. (Egert-Romanowska 2003, 323-324; Tourist-Information Trier Stadt und Land e.V. 2006.)

Jaottelen tässä luvussa alueen matkailulliset vetovoimatekijät matkapakettiehdotusten mukaan, eli kulttuuriin, wellness-matkailuun ja urheiluun perustuviin vetovoimatekijöihin. Olen koonnut matkailun vetovoimatekijöistä yhteenvedon taulukon muodossa (taulukko 1), joka löytyy luvun lopusta.

3.4.1 Kulttuuriin perustuvat vetovoimatekijät

Kulttuurimatkailu on perinteinen matkailun muoto. Kulttuurikohteiden valikoima on laaja ja monipuolinen. Sen tarjonta sisältää passiivisia ja aktiivisia kohteita, nähtävyyksiä ja elämyksiä. Kulttuuritarjonta voidaan ryhmitellä attraktiotyyppien mukaan paikallisiin kulttuuriympäristöihin (esimerkiksi vanhat kaupungit, linnat ja tiet, esihistorialliset nähtävyydet sekä huvipuistot), yksittäisiin vetovoimakohteisiin (esimerkiksi museot, kirkot, kartanot, sotahistorialliset kohteet, henkilöhistorialliset kohteet ja kylpylät) ja tapahtumiin (esimerkiksi perinne-, urheilu- ja musiikkitapahtumat sekä messut, näyttelyt ja kongressit). Kulttuuriympäristö luo matkailua, joka on johtanut siihen, että kulttuuriympäristöjä suojellaan ja entisöidään. Suojelukohteista on tullut kulttuurimatkailun vankka perusta. Esimerkiksi Unescon nimeämät maailman kulttuuriperintökohteet ovat erittäin suosittuja matkailunähtävyyksiä. (Vuoristo 2003, 95-99.) Kulttuurimatkailukohteita on useita Rheinland-Pfalzin alueella. Niistä merkittävimpiä ovat historialliset linnat, kuten Hambach, Trifels sekä Reinin ja Moselin jokilaaksoissa sijaitsevat lukuisat linnat. Myös viinillä on merkittävä osa Rheinland-Pfalzin kulttuurimatkailussa. Se näkyy esimerkiksi viininmaistajaisina, viinifestivaaleina ja viinitupien paljoutena.

Unescon maailmanperintökohdelistalla on tällä hetkellä 830 kohdetta 139 maassa. Saksassa on yhteensä 32 Unescon tunnustamaa maailmanperintökohdetta, joista kolme on kokonaisuudessaan Rheinland-Pfalzin osavaltiossa: Reinin laakson ylempi keskiosa Koblenzin ja Bingenin välillä, Speyerin roomanistyylinen tuomiokirkko St Maria und Stephan sekä roomaniset monumentit, tuomiokirkko ja Liebfrauen-kirkko Trierissä. Rheinland-Pfalzin läpi menee myös 550 kilometriä pitkä entinen Rooman valtakunnan

rajalinja. Tämän maailmanperintökohteen Saksa jakaa Iso-Britannian kanssa. (Unesco 2006.)

Rheinland-Pfalzin osavaltiota on rikas kulttuurihistoria, joka näkyy esimerkiksi sen vanhoissa kaupungeissa. Mainz, Trier, Worms ja Speyer kuuluvat vanhimpien saksalaisten kaupunkien joukkoon, sillä nämä neljä kaupunkia on perustettu Rooman valtakunnan aikana yli 2000 vuotta sitten. Rheinland-Pfalzissa näkyykin edelleen roomalaisten vaikutus alueella. Romaanisen arkkitehtuurin mestariteoksia voi ihastella monessa paikassa. Näistä merkittävimpiä ovat tuomiokirkot Trierissä, Speyerissä, Mainzissa ja Wormsissa sekä Maria Laachin luostari Laacher See -järven rannalla. (Egert-Romanowska 2003, 320-345.)

Mainz, Rheinland-Pfalzin osavaltion pääkaupunki kasvoi paikkaan, johon roomalainen armeija perustettiin vuonna 39 eKr. Mainzin päänähtävyys on sen mahtava tuomiokirkko Kaiserdom, joka on Speyerin ja Wormsin tuomiokirkkojen lisäksi ainoa roomaanistyylinen kirkko, joka on säilynyt lähes vahingoittumattomana tähän päivään asti. (Egert-Romanowska 2003, 320-345.)

Saksan vanhin kaupunki Trier rakennettiin Moselin yli virtaavan puisen sillan ympärille Ceasar Augustuksen aikana 18 eKr. 300-luvulla Trier oli yksi Läntisen Rooman valtakunnan kolmesta pääkaupungista Yorkin ja Milanon rinnalla. Tuona aikana rakennetut vanha kaupunginportti Porta Nigra, keisarillinen kylpylä, roomalainen silta ja amfiteatteri ovat nykyään Trierin päänähtävyyksiä ja Unescon maailmanperintölistalla. Muita suosittuja matkailukohteita Trierissä ovat esimerkiksi vanha kauppatori Hauptmarkt sekä Unescon maailmanperintölistalla olevat tuomiokirkko St Peter ja goottilaistyylinen kirkko Liebfrauenkirche. (Tourist-Information Trier Stadt und Land 2006.)

Koblenzin kaupunki sijaitsee merkittävällä paikalla: Moselin ja Reinin yhtymäkohdassa. Koblenzillä on rikas kulttuurihistoria ja se onkin alueensa merkittävin kulttuurikaupunki. Kaupungissa on mielenkiintoisia esimerkkejä roomanisesta ja renessanssityylisestä arkkitehtuurista. Päänähtävyyksiin kuuluvat mm. Deutsches Eck, joka on Moselin ja

Reinin yhtymäkohdassa oleva mahtava patsas hallitsija Wilhelm I:stä, ja Basilika St Castor -kirkko. (Egert-Romanowska 2003, 320-345.)

Saksaa koristavat monissa osavaltioissa lukuisat keskiaikaiset linnat, joista osa on raunioina ja osa edelleen niiden perheiden asuintiloina, joiden suvulle linnat aikoinaan rakennettiin. Vaikuttavimmat linnojen ryppäät sijaitsevat Rheinland-Pfalzin alueella, Rein- ja Mosel-jokien varrella. (Egert-Romanowska 2003, 28.)

Reininlaakson ylempi keskiosa on noin 65 kilometriä pitkä ja se virtaa Bingenin ja Koblenzin välissä. Tällä Reininlaakson kohdalla jokea reunustavat useat kukkulat ja viiniterassit. Luonnollisen kauneutensa lisäksi Keski-Reinin alueella on paljon nähtävyyksiä, kuten vanhoja linnoja, linnojen raunioita sekä muita keskiaikaisia rakennuksia. Missään muualla maailmassa ei ole niin paljon linnoja niin pienellä alueella kuin Keski-Reinin laaksossa, jossa on 40 linnaa 65 kilometrin pituisella alueella. Linnoista ainoastaan kaksi on säilynyt täysin ehjänä: Pfalzgrafenstein sekä Marksburg. Pfalzgrafensteinin linna sijaitsee kauniilla paikalla: pienellä saarella keskellä Reiniä. Muita nähtävyyksiä ovat mm. arkkitehti Karl Friedrich Schinkelin suunnittelema Stolzenfelsin linna 1800-luvulta ja monien tarujen ja runojen satumainen Lorelein jylhä kallio. Keski-Reinin laakson alueella on monia vanhoja ja hyvin säilyneitä kaupunkeja ja kyliä, joista osa on perustettu jo Rooman valtakunnan aikana yli 2000 vuotta sitten. Viiniä on viljelty alueella 500-luvulta lähtien jyrkillä rinteillä, jotka soveltuvat Riesling- ja Spätburgunder-viinien viljelyyn erinomaisesti. Rein-virta on ollut tärkeä liikenneväylä kautta aikojen Alppien ja Pohjanmeren välissä. Kauppiaiden sijasta tänä päivänä turistit ovat suurin ryhmä, joka liikennöi Keski-Reinin laaksossa jokiristeilyillä. Matkailun lisäksi viininviljely ja laivaliikenne ovat tärkeitä työllistäjiä alueella tänä päivänä. Myös Trierin ja Koblenzin välinen Moselin laakso on Saksan kauneimpia kohtia. Joen kummallakin puolella on romanttisia linnoja, joista kuuluisin on Burg Eltz, ja viinitarhoja silmänkantamattomiin. (Unesco 2006; Forum Mittelrheintal e.V. 2006; Egert-Romanowska 2003, 331.)

Deutsche Weinstrasse, Saksan viinitie, on Saksan vanhimpia matkailuteitä. Tämä 85 kilometriä pitkä reitti alkaa Bockenheimista ja päättyy Ranskan rajalle Schweigeniin. Saksan Viinitien ympärillä on viinitarhoja 24 000 hehtaaria, ja se onkin Saksan toiseksi

suurin viiniviljelyalue. Sen varrella on lukuisien pienien viinitilojen lisäksi historiallisia rakennuksia sekä idyllisiä kaupunkeja ja kyliä, kuten St. Martinin kylä 1500–1700-luvuilla rakennettuine keskustassa sijaitsevine rakennuksineen. Saksan Viinitielleä on rikas eurooppalainen historia ja sitä ympäröivät lukuisat viinitarhat. Saksan Viinitielleä sijaitsee kaksi merkittävää kaupunkia: yliopistokaupunki Landau, joka houkuttelee matkailijoita eläintarhallaan ja jugend-tyylisillä rakennuksillaan, sekä Neustadt an der Weinstrasse, jonka päänähtävyys on historiallinen Hambachin linna. Tämän linnan sanotaan olevan Saksan demokratian kehto. Kummassakin kaupungissa on romanttisia ja pieniä kujia vanhoine taloineen sekä viinitupineen. (Egert-Romanowska 2003, 324 ja 333; Pfalz.Touristik e.V. 2006.)

Kulttuurielämyksiä tarjoavat myös teatterit, museot ja tapahtumat. Rheinland-Pfalzin osavaltiossa on viisi suurempaa teatteria, jotka sijaitsevat Mainzissa, Trierissä, Koblenzissa, Ludwigshafenissa ja Kaiserslauternissa. Kansallismuseot sijaitsevat Trierissä ja Koblenzissa sekä Mainzissa, jonka museo on Saksan vanhimpia. (Pfalz.Touristik e.V. 2006.)

Rheinland-Pfalzin alueella järjestetään erilaisia tapahtumia ympäri vuoden. ”Kultursommer Rheinland-Pfalz” (Kulttuurikesä Rheinland-Pfalz) tarjoaa mittavan kulttuuritarjonnan toukokuusta lokakuuhun. Viini on Pfalzissa kultaa ja siten usein keskipisteessä myös tapahtumissa. Pfalzin 133 viinintuottajakuntaa pitävät huolen siitä, että viinijuhlia riittää maaliskuusta marraskuun alkuun joka viikonlopulle. Saksan Viinitielleä on yhteensä noin 200 viinifestivaalia tai -messua vuodessa. Jo vuodesta 1931 Neustadtin viinijuhlien yhteydessä on kruunattu vuosittain uusi Saksan viinikuningatar. Bad Dürkheimissa järjestetään vuosittain ”Maailman suurin viinijuhla” (Das größte Weinfest der Welt), joka kestää 11 päivää. Tällä festivaalilla, kuten alueen monella muullakin tapahtumalla, on pitkät ja vahvat perinteet. (Wikipedia 2006, Pfalz.Touristik e.V. 2006, 7.)

Otin kulttuurimatkapakettiin mukaan Rheinland-Pfalzin lähialueita niiden kulttuurihistoriallisen vetovoimansa sekä maantieteellisen läheisyytensä vuoksi. Mukaan myös otetut lähialueet ovat Heidelbergin kaupunki Baden-Württembergin osavaltiossa ja Luxemburg sekä Alsacen alue Ranskassa.

Heidelbergin kaupunki sijaitsee Baden Württembergin osavaltiossa lähellä Pfalzin rajaa. Kaupungin läpi virtaa Neckar, joka on Saksan merkittävimpiä jokia. Heidelbergin kaupunki on puolestaan Saksan kauneimpia kaupunkeja. Heidelberg on kuuluisa mm. yliopistostaan, joka on Saksan vanhin. Heidelbergin päänähtävyyksiin kuuluvat Heidelbergin linna, vanha silta, Heiliggeistkirche -kirkko, vanha yliopisto, Filosofien polku ja vanha kauppatori. Näistä suosituin – ja näkyvin – on goottilaiseen tyyliin rakennettu Heidelbergin linna. Nykyään linna on raunioina, sillä se tuhoutui 30-vuotisessa sodassa vuonna 1689. (Egert-Romanowska 2003, 282-285.)

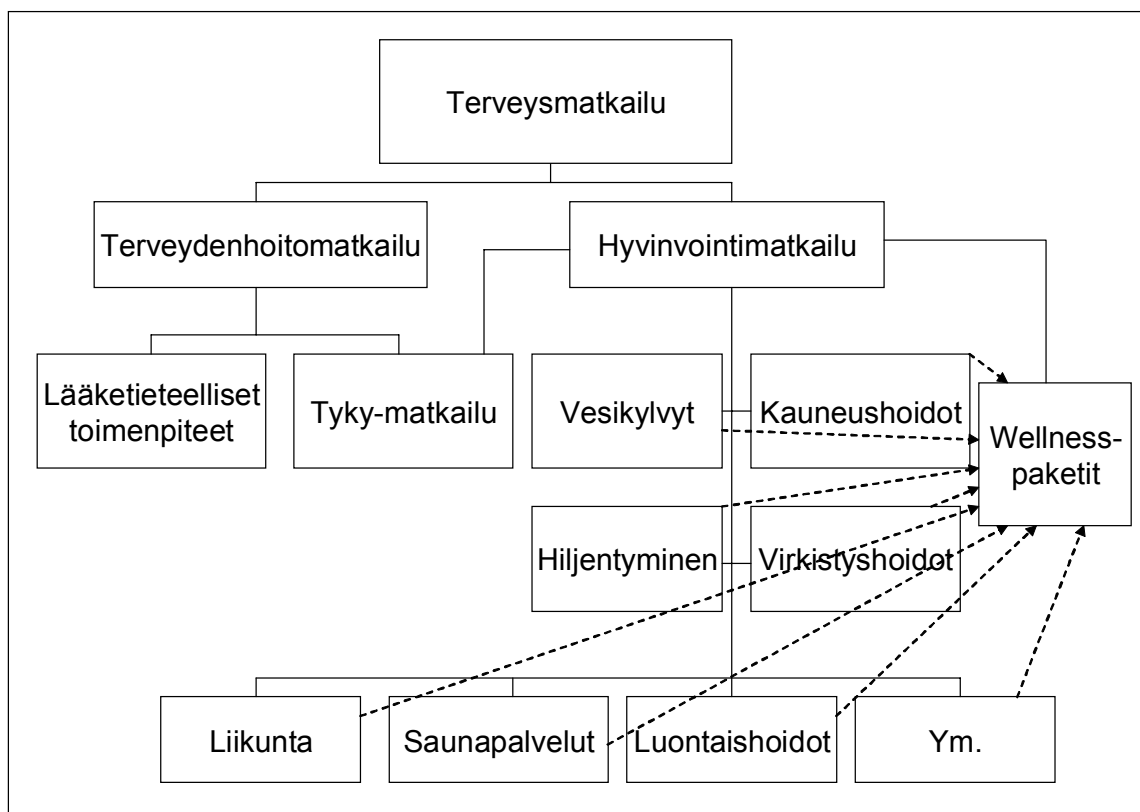
Luxemburgin suuriruhtinaskunta, Euroopan pikkujättiläinen, on vihreä keidas keskellä Eurooppaa. Sen pääkaupunki Luxemburg, joka sijaitsee aivan Trierin kaupungin tuntumassa, on yli 1000 vuotta vanha. Luxemburgin ensimmäisiä valloittajia olivat roomalaiset. Luxemburg on saanut vaikutteita melkein kaikkialta Euroopasta ja eri aikakausilta, joka näkyy myös sen keskustan kaupunkikuvassa. Keskustan eri aikakausien linnoitukset, sillat, kasematit ja muurit kuuluvat Unescon maailmanperintökohteiden listalle. Luxemburgissa vanha ja uusi elävät sulassa sovussa, sillä aina kun uutta rakennetaan, vanha säilytetään. (Office National du Tourisme 2006; MTV3 2006.)

Pfalzilla on yhteistä rajaa etelässä Ranskan Alsace-alueen kanssa. Alsacen alue muistuttaa läheisesti Etelä-Pfalzia, sillä se on kuuluisa viini-alueestaan, maalauksellisista kylistään, vanhasta ja värikkästä historiastaan sekä romanttisista linnanraunioistaan. Matkailullisesti suosituimpia kaupunkikohteita ovat Strasbourg ja Colmar. Alsacen pohjoisosassa on kuvankauniita kyliä ja kaupunkeja, kuten Wissembourgin idyllinen kaupunki, joka sijaitsee aivan Saksan rajalla. (Griffiths 1999, 27, 57, 75 ja 141.)

3.4.2 Wellness–matkailuun perustuvat vetovoimatekijät

Terveysmatkailu on matkailun segmentti, johon kuuluvat kaikki terveyteen ja hyvinvointiin liittyvät matkailun muodot (kuvio 4). Wellness-matkailua pidetään usein yhtenä terveysmatkailun alaluokkana, vaikkakin terveysmatkailu- ja wellness-matkailukäsitteitä käytetään joskus myös päällekkäin. Terveysmatkailu koostuu

terveydenhoitomatkailusta ja wellness-matkailusta. Terveystenhoitomatkailussa tuotetaan palveluja sairaille ihmisille, joiden matkalle lähdön pääasiallinen motiivi on sairauden parantaminen, kun taas wellness-matkailu on matkailua, jossa terveiden ihmisten terveyttä ylläpidetään ja edistetään, jotta he pysyisivät hyvässä kunnossa sekä fyysisesti että psyykkisesti. (Suontausta & Tyni 2005, 40-42.)



Kuvio 4. Terveysmatkailun nimikkeet (Suontausta & Tyni 2005, 41.)

Wellness-sana tulee sanoista hyvinvointi (**wellbeing**) ja kuntoilu (**fitness**). Wellness kuvataan usein elämäntapana, jonka jokainen itse luo saavuttaakseen korkeimman mahdollisen hyvinvoinnin. Wellnessissä keskitytään vähintään kolmeen elementtiin: fyysiseen, henkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin. Wellnessin tavoitteena on terve keho, mieli ja sielu sekä kokonaisvaltainen tasapaino ja harmonia. Tavoitteen voi saavuttaa tutustumalla omiin fyysisiin ja tunneperäisiin perustarpeisiin ja siihen, miten nämä tarpeet tyydytetään. Wellnessin osa-alueita voivat olla esimerkiksi meditaatio ja sielu, rentoutuminen ja stressin hallinta, henkinen aktiivisuus ja oppiminen, kauneus ja kehosta huolehtiminen, tasapainoinen ravinto ja ruokavalio sekä fyysinen kunto ja kuntoilu

(fitness). Wellness on siis aktiivista hyvinvointia, jossa korostuvat terveys, urheilu, kunto ja ruokavalio. (Suontausta & Tyni, 2005, 42-47.)

Saksa on terveysmatkailun suuri maa, sillä siellä on paljon terveyspalveluja ja vanhoja terveysmatkailuperinteitä. Jo roomalaiset toivat kylpylätoiminnan Saksaan ajanlaskumme alussa. Rheinland-Pfalzin alueella roomalaiset perustivat kylpylöitä mm. Trieriin, josta ne levisivät koko osavaltion alueelle. Tuolloin terveysmatkailu perustui luonnonolosuhteiden hyväksikäyttöön; esimerkiksi mineraalilähteiden ja meriveden uskottiin edistävän terveyttä. Myöhemmin kylpylöistä tuli myös muodin ja sosiaalisen kanssakäymisen näyttämöitä. Esimerkiksi Baden Badenista tuli 1700-luvun lopulla suosittu kylpyläkohde eurooppalaisen ja amerikkalaisen yläluokan keskuudessa. Euroopassa kylpylät menettivät suosiotaan ja kuihtuivat 1800-luvulle tultaessa, mutta Saksassa ammattiliitot ja sosiaaliset matkailuorganisaatiot suosivat edelleen kylpylöitä. 1900-luvulla wellness-matkailu syntyi uudelleen muuallakin Euroopassa ja 2000-luvulla siitä on tullut maailmanlaajuinen ilmiö. Wellness-tarjonta kasvaa koko ajan ja sen suosio kasvaa niin Manner-Euroopassa kuin Kaukoidässäkin. (Suontausta & Tyni 2005, 8-12 ja 200-204.)

Arviolta Saksassa on noin 600 kylpylää, jotka tarjoavat laajan valikoiman korkeatasoisia terveys- ja wellness-palveluja ympäri vuoden. Saksalaiset kylpylät jakautuvat nykyaikaisiin terveyskylpylöihin, mineraali- ja mutakylpylöihin, vuoristorveyskylpylöihin sekä Kneipp-kylpylöihin. Kneipp on eräänlainen vesiterapiakeskus, joka perustuu kuuluisan saksalaisen lääkäri Kneippin vesiterapiamenetelmiin. Wellness-matkailu on suosittua Saksassa: wellness-tarjonta vuonna 2004 oli noin 16 % matkailun kokonaistarjonnasta. Suomalaisten suosimassa wellness-matkakohteessa Virossa wellness-matkailu on kasvanut paljon. Siellä kylpylämatkailu muodostaa tällä hetkellä jopa noin 32 % ulkomaalaisesta matkailukysynnästä. (Suontausta & Tyni 2005, 200-201 ja 207.)

Suomalaisille tehdään vain vähän valmismatkoja wellness-kohteisiin Keski-Eurooppaan. Wellness-matkat ovat kasvava trendi ja niitä tehdään kasvavissa määrin myös omatoimimatkoja. Suurin osa suomalaisten wellness-matkoista kohdistuu Itämeren risteilyihin ja Viron kylpyläkohteisiin. Vuonna 2004 suomalaisia matkusti Viroon

840 000, joista 19 %, eli 160 000 suuntautui kylpylöihin tai vastaaviin. (Suontausta & Tyni 2005, 205-207.)

Virkistyslomakohteita ja mahdollisuuksia on Rheinland-Pfalzissa paljon. Esimerkiksi Etelä-Pfalzissa Saksan Viinitielle on perinteikkäitä kylpylöitä (mm. Bad Bergzabernissä ja Bad Dürkheimissa) sekä kaunis ja harmoninen luonto, joka edistää henkistä hyvinvointia.

3.4.3 Urheilumatkailuun perustuvat vetovoimatekijät

Urheilumatkailu tarkoittaa kaikkea aktiivista ja passiivista osallistumista urheiluaktiviteetteihin, joko järjestetysti tai vapaamuotoisesti, (liike)taloudellisista tai eitaloudellisista syistä, joka edellyttää matkustamista pois kotoa tai työympäristöstä. Urheilumatkalle voidaan lähteä liikematkan tai lomamatkan puitteissa. Urheilumatkat voivat olla muodoltaan joko passiivisia tai aktiivisia. Aktiivinen urheilumatkailu on matkailua, jossa matkailija harrastaa liikuntaa aktiivisesti. Passiivisen urheilumatkailun muotoja voivat olla esimerkiksi matkat urheilutapahtumiin katsomon puolelle (F1-kisat, olympialaiset, British Open jne.) ja tutustuminen urheiluun liittyviin käyntikohteisiin, kuten urheilumuseoihin, stadioneihin, messuihin jne. (Standeven & De Knop 1999, 12-13.)

Urheilumatkailu on kasvattanut suosiotaan viime vuosina, ja siitä onkin tullut uusi muoti-ilmiö. Urheilumatkailun ongelma on kausiluontoisuus. Talviurheilua ei yleensä voi kesäisin harrastaa ja kesäurheilua on vaikea talvisissa oloissa toteuttaa. Urheilumatkailun trendejä ovat viime aikoina olleet kestävän kehityksen huomioiva urheilumatkailu (esimerkiksi kaikki ympäristöä kuormittamattomat liikuntamuodot kuten pyöräilyn suosiminen moottoriurheilun sijaan) ja nostalginen urheilumatkailu (esimerkiksi sellaisilla paikoilla vieraileminen, joihin liittyy tunteikkaita muistoja). Taloudelliset, poliittiset, yhteiskunnalliset ja demografiset sekä teknologiset tekijät vaikuttavat suuresti urheilumatkailuun. (Hinch & Higham 2004, 165 ja 199.)

Rheinland-Pfalzin alueella on erinomaiset urheilumahdollisuudet, vaihteleva maasto sekä hyvä urheilumuotojen tarjonta. Esimerkiksi pyöräilyverkosto on erinomaisesti rakennettu, viitoitettuja vaellusreittejä on useita ja metsäalueiden kalliot soveltuvat hyvin kiipeilyyn. Pfälzer Wald, Pfalzin metsäalue ja kansallispuisto, on ihanteellinen paikka urheilusta kiinnostuneille. Pfalzin metsäalueella on jopa 8000 km merkittyjä vaellusreittejä ja 300 km pyöräreittejä sekä kalliokiipeilyyn sopivia jyrkäniteitä. Sauvakävely on Pfalzissa suosittua ja sauvakävelijöille on erikseen viitoitettuja reittejä. Urheilumahdollisuuksien lisäksi Pfalzin metsissä voi nähdä linnakkeita, joita alueella on noin 50. Alueella on myös 100 vaellusmökkiä, joista voi itselleen ostaa pientä purtavaa ja juotavaa. (Pfalz.Touristik e.V. 2006.)

Pohjolan Matkalle suunnittelemani matkaohjelma on aktiivista urheilumatkailua. Valitsin urheilumuodoksi pyöräilyn ja vaelluksen, sillä nämä urheilumuodot soveltuvat kaikenikäisille, -kokoisille ja -kuntoisille. Sen lisäksi Pfalzin alueella, minne matka suuntautuu, on erinomaiset edellytykset tämänytyyliselle urheilulle. Tuotteistamani matka sopii hyvin esimerkiksi työporukan incentive-lomaksi tai leirikoululaisille.

3.4.4 Yhteenveto matkailun vetovoimatekijöistä Rheinland-Pfalzissa

Edellisistä kappaleista käy ilmi, että Rheinland-Pfalzin alueella on paljon kulttuurillisesti vetovoimaisia kohteita, joista merkittävimpiä ovat Unescon maailmanperintökohteet, lukuisat vanhat linnat ja kirkot, romaanistyylinen arkkitehtuuri, vanhojen kaupunkien ja lähialueiden kulttuurihistoria sekä viinin ympärille lukeutuvat kohteet ja tapahtumat.

Wellness-matkailulla on vahva sija Rheinland-Pfalzin matkailuelinkeinossa. Vahvat kylpyläperinteet elävät edelleen alueella uudenaikaisissa kylpylöissä, joissa on monipuolinen tarjonta. Myös kaunis maisema edesauttaa wellness-matkailun suosiota osavaltiossa.

Rheinland-Pfalzissa on myös hyvät edellytykset urheilumatkailuun, josta alueen luonnonvetovoima, vaihteleva maasto ja hyvät pyörätie-, vaellus- ja sauvakävelyreititöt pitävät huolen.

Taulukossa 1 on esitetty yhteenveto matkailun vetovoimatekijöistä Rheinland-Pfalzin osavaltiossa.

Taulukko 1. Matkailun vetovoimatekijöitä Rheinland-Pfalzissa

<u>Kulttuuriin perustuvat vetovoimatekijät</u>	<u>Wellness-matkailuun perustuvat vetovoimatekijät</u>	<u>Urheiluun perustuvat vetovoimatekijät</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Unescon maailmanperintökohteet (Speyerin tuomiokirkko, Reininlaakson ylempi keskiosa sekä roomalaiset monumentit, tuomiokirkko ja Liebfrauen – kirkko Trierissä) • Roomaanistyylinen arkkitehtuuri (esim. Maria Laachin luostari) • Linnat (Jokilaaksojen linnojen ryppäät, esimerkiksi Burg Eltz ja Marksburg) • Kirkot (Trierin, Speyerin, Wormsin jne tuomiokirkot) • Vanhojen kaupunkien kulttuurihistoria (Trier, Worms, Mainz, Speyer jne.) • Viini (tapahtumat ja kulttuuri) • Lähialueiden kulttuurihistoria 	<ul style="list-style-type: none"> • Vanha kylpyläperinne • Perinteisiä kylpyläkaupunkeja, kuten Bad Dürkheim ja Bad Bergzabern • Mieltä rauhoittava maisema, joka edistää henkistä hyvinvointia • Kylpylöiden monipuolinen tarjonta (Kneipp, vuoristoterveyskylpylät, muta- ja mineraalikylpylät) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hyviä kallioita ja kielekkeitä kiipeilyyn ja ilmailu-urheiluun • Hyvä pyörätieverkosto • Lukuisia vaellusreittejä • Viitoitettuja sauvakävelyreittejä • Vaihteleva maasto • Kauniita maisemia • Hyvä saavutettavuus • Hyvä urheiluvälineiden vuokrausmahdollisuus • Laaja valikoima vuokrattavia urheiluvälineitä

4 MATKAILUYRITYKSEN TUOTEKEHITYS

Matkanjärjestäjän tuotekehityksen perustana ovat asiakaskeskeisyys ja matkailutuotteen palveluprosessin tunteminen ja hallitseminen sekä kehitettävän tuotteen osien tunteminen. (Suontausta & Tyni 2005, 130.)

4.1 Matkailutuote

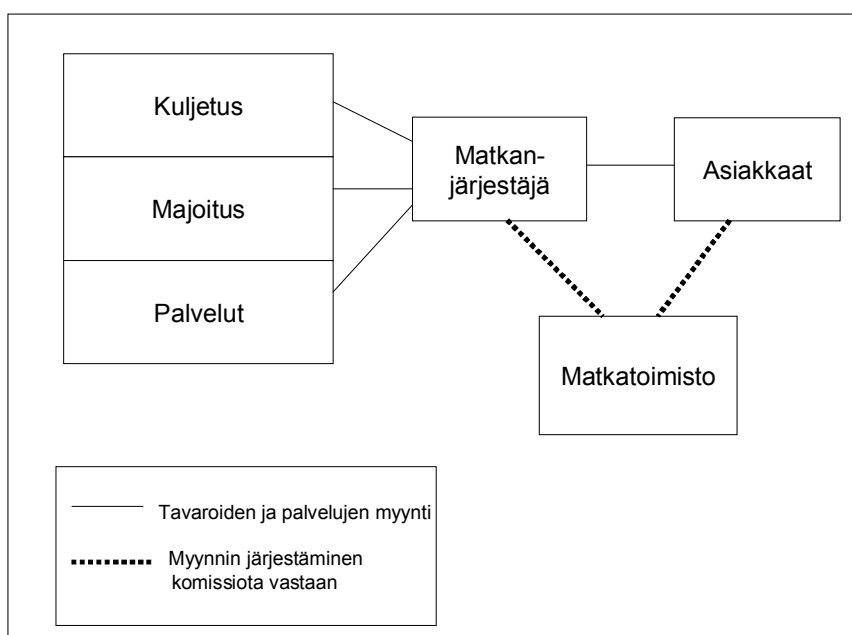
Matkatoimistossa myytävä tuote ei ole fyysisesti käsin kosketeltava tuote, vaan monista elementeistä koostuva palvelu. Matkapaketin tärkeimpiä elementtejä on asiakkaalle luotu mielikuva, joka koostuu ennakko-odotuksista, matkan teknisistä ominaisuuksista, palvelun laadusta matkalla ja siitä, miten matka vastaa asiakkaan odotuksia. Matkailutuote syntyy siis prosessissa, jossa asiakas käyttää tuotteen palveluja ja osallistuu näin itse palvelun tuotantoprosessiin. Matkapaketti on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on hinta ja jonka voi ostaa jostakin. (Verhelä 2000, 93; Boxberg & Komppula 2002, 92.)

Valmismatkojen tuottaminen, myynti- ja välitystoiminta on tarkoin säädeltyä toimintaa, sillä kuluttajan aseman turvaaminen on katsottu tarpeelliseksi näissä prosesseissa. Valmismatkalain (1079) määritelmän mukaan valmismatka on paketti, joka koostuu kuljetuksesta ja majoituksesta tai ainakin toisesta sekä jostain oheispalvelusta. Matkan katsotaan olevan valmismatka, jos matkakokonaisuus on etukäteen suunniteltu ja myyty yhdistettyyn hintaan. Valmismatkalaki ja -asetus säätelevät valmismatkojen myyntiä ja markkinointia. Lainsäädännössä määritellään mm. ostajan oikeudet suhteessa myyjään. Asiakkaan on siten tutustuttava valmismatkojen myyntiin sovellettaviin sopimusehtoihin. Matkanjärjestäjän onkin saatava ehdot asiakkaan luettavaksi ennen sopimuksen solmimista esimerkiksi esitteen tai internetin kautta. Asiakkaan on tiedettävä, mitä palveluja tuotteen hintaan kuuluu ja mistä palveluista on maksettava lisää. Tuotteen sijasta matkanjärjestäjät myyvät usein myös mahdollisuuksia, esimerkiksi omatoimisesti tehtäviä aktiviteetteja, joista pitää erikseen maksaa. Suomen kuluttajalainsäädäntö määrääkin, että matkanjärjestäjän tulee tehdä tarkka selvitys kohteesta ja sen

ominaispiirteistä. Tämän vuoksi henkilökohtaiset tutustumiskäynnit, joita tein kohdealueella, eivät olleet pelkästään hyödyllisiä matkapakettien suunnittelussa, vaan myös tärkeitä kuluttajasuojalainsäädännön takia. (Laatikainen-Mattsson 2005, 14, 17, 19, 21, 23; Finlex 2006; Boxberg & Komppula 2002, 92-93.)

Matkanjärjestäjät tuottavat pakettimatkoja, joita he mainostavat esimerkiksi lomaesitteissään, lehdissä ja internetissä. Matkanjärjestäjät voivat antaa matkatoimistoille pakettimatkojaan myytäväksi pientä komissiota vastaan (kuvio 5). Matkatoimistot antavat matkailuneuvontaa kohteista, kuljetuksista, majoituksesta, viisumeista, vakuutuksista jne. sekä tekevät varauksia yksityisille matkailijoille, yrityksille ja pakettimatkoja haluaville lomailijoille. (Horner 1996, 159 ja 224.)

Perinteiset matkatoimistot ovat olleet murrosvaiheessa 2000-luvulla, koska lentoyhtiöt ovat poistaneet niiltä lentolippujen myynnistä maksettavat komissiot. Myös osa matkanjärjestäjistä, kuten esimerkiksi Oy Finnmatkat Ab ja Tjäreborg, ovat luopuneet kokonaan jälleenmyyjistään. Komissioiden poistuttua perinteiset matkatoimistot ovat myös itse alkaneet järjestää matkoja. Pohjolan Matka Oy on tämänkaltainen perinteinen matkatoimisto, joka tuottaa nykyisin myös omia pakettimatkoja. (Suomela 2005, Matkaviikko 2006.)



Kuvio 5. Matkanjärjestäjän ja matkatoimiston suhde matkailun järjestelmässä (Holloway 2002, 220.)

4.2 Tuotekehitysprosessi

Tuotteistaminen on kohteiden, kuljetuksen ja/tai majoituksen tarjoamien mahdollisuuksien muokkaamista elämyksellisiksi tuotteiksi joilla on hinta. Tuotteistaminen on siis uusien tuotteiden kehittämistä, jolla pyritään luomaan maksullisia mahdollisuuksia kokea elämyksiä, jotka yleensä perustuvat kohteessa oleviin resursseihin, paikkaan tai kulttuuriin liittyviin vetovoimatekijöihin. Uuden matkapaketin suunnitteluun voi kulua huomattavan paljon aikaa, jopa yhdestä kahteen vuotta. (Boxberg & Komppula 2002, 93; Holloway 2002, 240.)

Tuotekehitystä käytetään monessa tarkoituksessa: kokonaan uusien tuoteideoiden kehittämiseen, pelkästään uusien palveluiden tuottamiseen, uusien tuotteiden kehittämiseen nykyisille asiakkaille, tuotelinjan laajentamiseen tyylinmuutokseen, jossa tehdään vain vähäisiä muutoksia varsinaisessa palvelutuotteessa jne. (Boxberg & Komppula 2002, 93).

Matkanjärjestäjät tekevät tuotesuunnittelun joko asiakkaan toimeksiannosta, jolloin noudatetaan tarkasti asiakkaan ohjeita ja toiveita, tai omasta aloitteestaan. Matkanjärjestäjän omasta aloitteesta suunnitellaan oma valmismatkatuotanto, jota markkinoidaan asiakkaille. (Verhelä 2000, 94.) Opinnäytetyöni tarkoituksena oli kehittää Pohjolan Matkan omaa valmismatkatuotantoa.

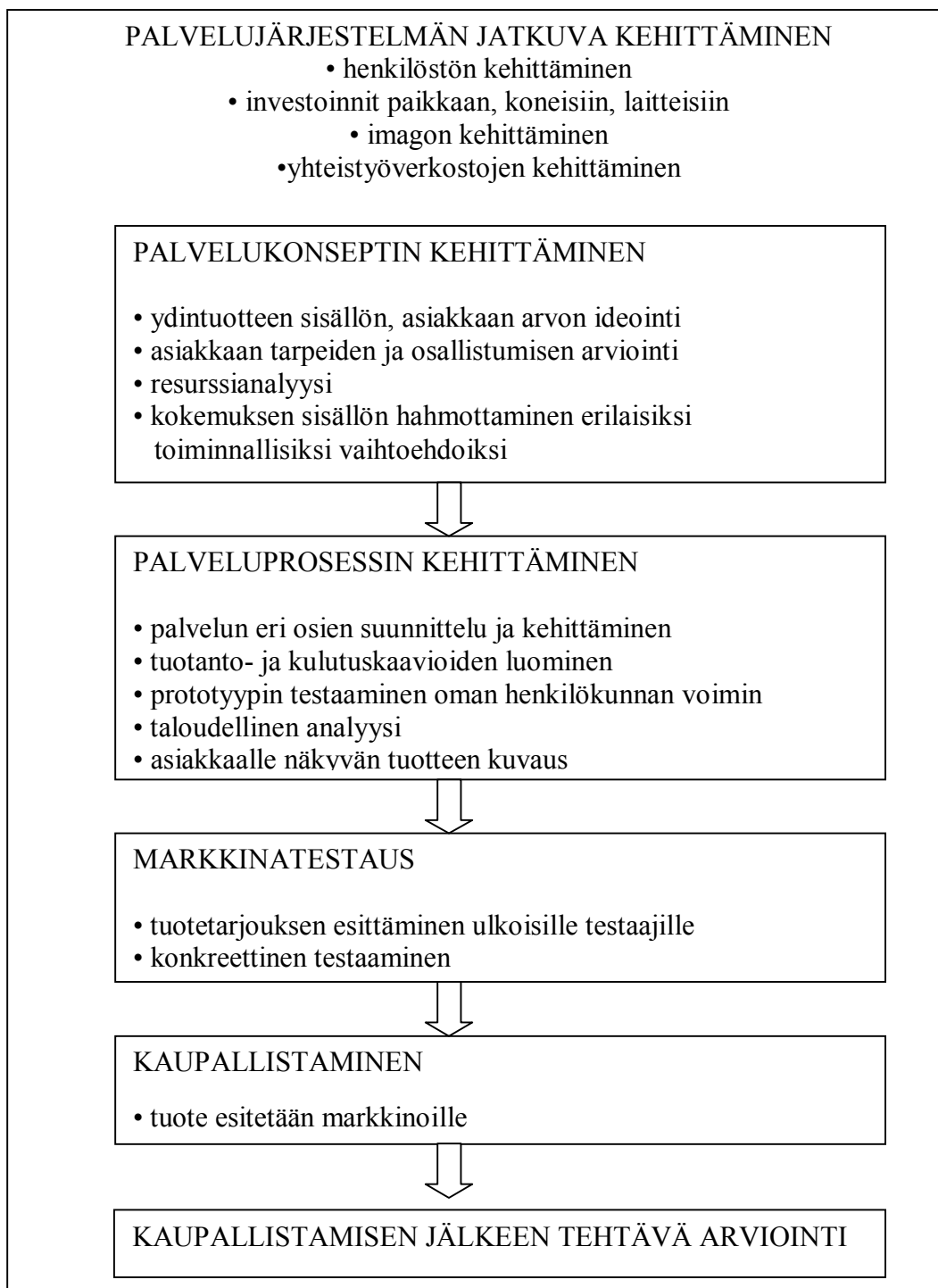
Matkanjärjestäjän tuotekehitys pitäisi olla jatkuvaa ja markkinatilanteesta pitäisi olla aina ajan tasalla, jotta yritys pystyisi vastaamaan muutoksien tuomiin haasteisiin. Pohjolan Matka Oy tuotteistaa uusia kohteita vuosittain. Onnistuneella tuotekehityksellä yritys pysyy ajan tasalla ja saa uusia tai parannettuja tuotteita, joiden avulla yritys voi menestyä. Tuotekehitystyöhön olisi kiinnitettävä erityistä huomiota myös silloin, kun yrityksellä on tavoitteena lisätä myyntiä, markkinatilanteessa on muutos, asiakkaiden kulutustottumuksissa on muutoksia tai jos yritys on kilpailutilanteessa. (Boxberg & Komppula 2002, 94-95.)

Tuotekehitys on jatkuva yksittäisen tuotteen kehittämisen prosessi, koska tuote ei sellaisenaan menesty markkinoilla ikuisesti. Tuotteen markkinoilla oloaikaa kuvataan

elinkaarella, jonka vaiheet ovat: tuotekehitysvaihe, esittelyvaihe, kasvuvaihe, kypsyyssvaihe, kyllästymisvaihe sekä laskuvaihe. Tuotekehitysvaiheessa tuotetaan ja kehitetään uutta tuotetta. Esittelyvaiheessa kehitysvaiheen kustannuksia pyritään kattamaan korkeilla hinnoilla, sillä tuotteelle ei vielä silloin ole kilpailijoita. Kasvuvaiheessa hinta laskee ja tuotteelle ilmestyy kilpailijoita. Tuotot ovat kuitenkin yleensä parhaat, sillä kilpailu ei vielä ole vetänyt hintoja alas. Markkinointikustannukset ovat kasvuvaiheessa suurimmillaan. Kypsyyssvaiheessa hintakilpailun vuoksi kannattavuus kääntyy laskuun, vaikka myynti vielä kasvaa. Tässä vaiheessa olisi tärkeää erilaistaa tuotetta ja saada tuote näyttämään uudelta pienillä muutoksilla. Kyllästymisvaiheessa tuotteella on jo runsaasti kilpailijoita, hinnat ovat laskeneet alas ja markkinointi on lähinnä hintailmoittelua. Tässä vaiheessa tuote olisi joko vedettävä pois markkinoilta tai sitä olisi oleellisesti kehitettävä. (Boxberg & Komppula 2002, 95-96.)

Tavoitteenani oli kehittää kolme uutta tuotetta Pohjolan Matkan nykyisille asiakkaille. Tarkoituksena oli luoda mahdollisuuksia kokea kulttuurielämyksiä, hyvinvointia sekä urheilukokemuksia uudessa, elämyksellisessä ympäristössä. Kulttuuriloma tukee hyvin sellaisten ryhmien arvoja ja toiveita, jotka ovat kiinnostuneita kulttuurihistoriasta. Tällaisia ryhmiä voisivat olla esimerkiksi eri järjestöt ja seurat sekä keski-ikäiset. Hyvinvointiloma on uusi kohde Viron kylpylälomien rinnalle kaikille hyvinvoinnista kiinnostuneille, ja urheiluloma sopii esimerkiksi yrityksille incentive-matkaksi. Urheilulomaa on myös helppo pienillä muutoksilla muokata sopivaksi esimerkiksi leirikoululaisille, jotka ovat myös tärkeimpiä Pohjolan Matkan asiakasryhmiä.

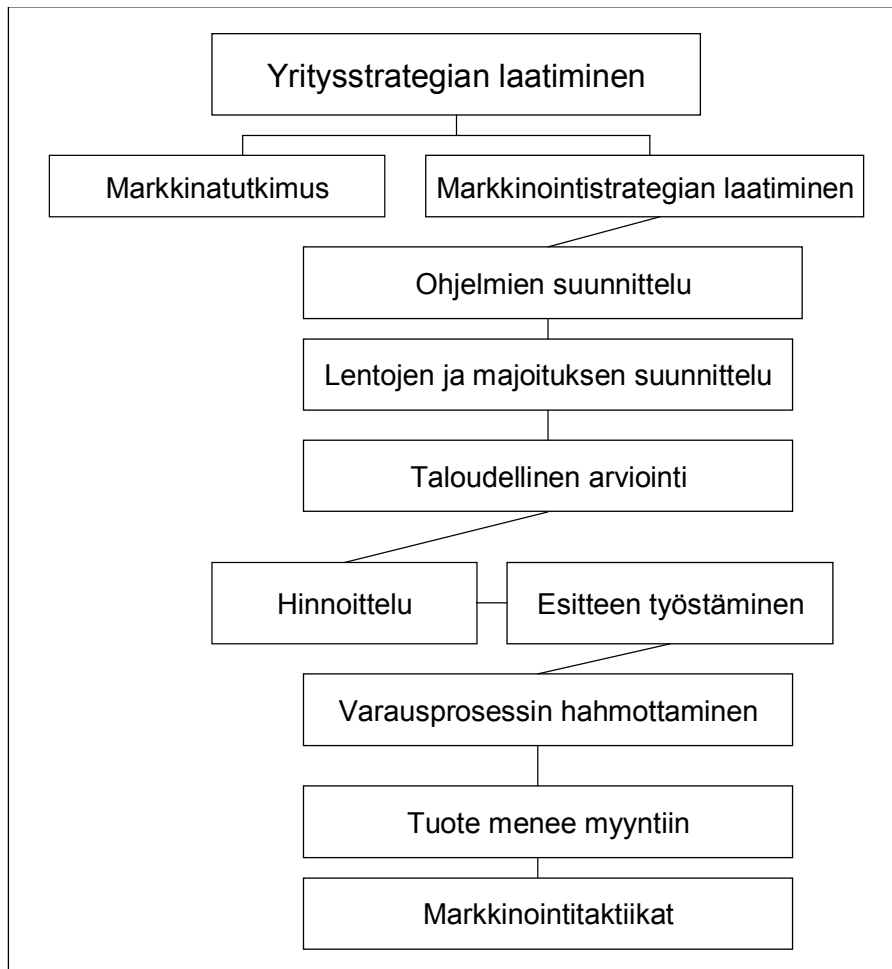
Tuotekehityksen tavoitteena on hyvä matkailutuote, jonka ominaisuuksia niin asiakas, tuottaja kuin jälleenmyyjäkin arvostaa. Uuden palvelun tuotekehitys ilmaistaan markkinoinnin kirjallisuudessa yleensä prosessina, joka jakaantuu suunnittelu- ja toteutusvaiheeseen (kuviot 6). Suunnitteluvaiheessa keskitytään yrityksen näkökulmasta yrityksen omiin tavoitteisiin ja toteutusvaiheessa varsinaisen palvelun kehittämiseen ja markkinoiden testaamiseen. (Boxberg & Komppula 2002, 90, 96-97.) Seuraavissa alaluvuissa vertailen Boxbergin ja Komppulan tuotekehitysmallia (kuviot 6) Yalen malliin (kuviot 7). Boxbergin ja Komppulan (2002) mukaan matkailuyrityksen tuotekehitysprosessi etenee seuraavanlaisen kuvion mukaan:



Kuvio 6. Matkailutuotteen tuotekehitysprosessi (Boxberg & Kompplu 2002, 99)

Boxberg ja Kompplu (2002) ovat ottaneet tuotekehitysprosessiin mukaan myös aina jatkuvat henkilöstön kehittämisen, investoinnit paikkaan, koneisiin ja laitteisiin, imagon kehittämisen sekä yhteistyöverkoston kehittämisen (kuvio 6). Yale (2001) ei ota näitä

seikkoja huomioon ollenkaan hänen tekemässään pakettimatkan suunnitteluprosessikuviossaan (kuvio 7):



Kuvio 7. Pakettimatkan suunnittelu (Yale 2001, 59.)

Tarkoitukseni oli työssäni keskittyä tuotekehityksen suunnitteluvaiheeseen, eli etenin tuotekehitysprosessissa hinnoitteluun asti. Boxbergin ja Komppulan kuviossa työni vastaa palvelukonseptin kehittämistä sekä palvelun eri osien suunnittelua ja kehittämistä. Yalen kuviossa työni vastaa markkinatutkimusta, ohjelmien, lentojen ja majoituksen suunnittelua, markkinointistrategian laatimista ja taloudellista arviointia. Työni on tarkoitus olla pohja uusien tuotteiden markkinoille asettamiseen ja mahdolliseen konkreettiseen testaamiseen.

4.2.1 Tuotekehitysprosessin perustan rakentaminen

Matkanjärjestäjän tuotekehitysprosessin perustana on palvelujärjestelmän jatkuva kehittäminen. Se pitää sisällään henkilöstön, imagon ja yhteistyöverkostojen kehittämisen sekä paikkaan, koneisiin ja laitteisiin investoimisen. Matkailutuotteen tuotekehitysprosessista on tehty useita samankaltaisia malleja. Boxbergin ja Komppulan (2002) mukaan matkanjärjestäjän tuotekehitys alkaa palveluidean määrittelemisestä ja etenee palvelun tuotekonseptin laatimiseen, jonka jälkeen laaditaan palvelumalli ja lopuksi palvelu sovelletaan käytäntöön. Yalen (2001) mukaan tuotekehityksen perustana on yritysstrategian laatiminen, jonka pohjalta tehdään markkinatutkimus ja markkinointistrategia. Markkinointistrategian laatimisen jälkeen suunnitellaan tuotteen osat, tehdään taloudellinen arviointi ja hinnoittelu sekä asetetaan tuote markkinoille. (Boxberg & Komppula 2002, 99, 115-116; Yale 2001, 59.) Ennen tuotekehitystä on siis tärkeää rakentaa perusta tuotekehitystyölle: määritellä palveluidea ja yritysstrategia. Tämän jälkeen on helppo jatkaa oikeaan suuntaan markkinatutkimuksessa ja markkinointistrategian laatimisessa. Seuraavassa luvussa kerron markkinoiden selvittämisestä.

4.2.2 Markkinatutkimus

Boxbergin ja Komppulan (2002) mukaan matkanjärjestäjän tuotekehitysprosessi alkaa palvelukonseptin kehittämisellä. Palvelukonsepti on matkailutuotteen perusidea, joka perustuu asiakkaan tarpeisiin, ja jotka taas perustuvat asiakkaan matkustusmotiiveihin. Palvelukonseptilla tarkoitetaan ideaa siitä, millaista asiakkaan saamaa arvoa tavoitellaan asiakkaan kokemuksina ja niiden syntymiselle luotavina edellytyksinä. Asiakkaan tarpeiden arvioinnin lisäksi matkanjärjestäjän olisi arvioitava asiakaskohderyhmän osallistuminen, johon vaikuttavat kohderyhmän resurssit, joita ovat mm. käytettävissä oleva aika, raha sekä fyysiset ja henkiset resurssit. Lisäksi matkanjärjestäjän omien resurssien arviointi on tehtävä ennen tuotepakettien sisällön suunnittelua. Matkanjärjestäjän on otettava huomioon oman henkilökunnan osaaminen, välineet ja laitteet, paikka sekä yhteistyökumppanit ja heidän resurssinsa. Palvelukonsepti on pohja sitä toteutettavalle palveluprosessille. Myös Yalen (2001) mukaan tuotekehitys alkaa hyvissä ajoin markkinoiden selvittämisellä silloin, kun tulevia trendikohteita on

ennustettu, omat resurssit on arvioitu ja kehitettävästä tuotteesta on tehty päätös. (Boxberg & Komppula 2002, 99-102; Yale 2001, 57-59 ja 191-193.)

Asiakaskeskeisyys on yksi peruslähtökohdista matkailuyrityksen tuotekehityksessä. Asiakaskeskeisyydellä tarkoitetaan asiakkaiden tarpeiden, ostokäyttäytymisen sekä matkustusmotiivien ymmärtämistä ja huomioonottamista yrityksen toiminnassa. Matkailuyrityksessä asiakaskeskeisyys ilmenee palveluhaluna ja -kykynä sekä markkinoiden segmentointina. (Boxberg & Komppula 2002, 66-67.)

Matkanjärjestäjän on tärkeä tunnistaa ne tekijät, jotka korostuvat sen omien asiakkaiden ostopäätöksissä. Tämä tapahtuu markkinatutkimuksen avulla. Näitä tietoja tulee myös käyttää hyväksi uusien tuotteiden kehittämisessä ja markkinoinnissa. Asiakkaalla on tarpeita, joita matkustaminen tyydyttää, ja jotka vaikuttavat ostopäätöksiin. Näitä matkustusmotiiveja on eriasteisia: ensisijaisia motiiveja eli syitä, miksi matkustetaan, sekä sekundäärisiä motiiveja, jotka ratkaisevat miten ja/tai minne matkustetaan. Ensisijaisia matkustusmotiiveja voivat olla esimerkiksi työhön liittyvät motiivit, fyysiset motiivit, kulttuuriset motiivit, sosiaaliset motiivit, viihde ja uskonnolliset syyt. Ihmisen tarpeiden muodostumista on tutkittu paljon. Tunnetuin teoria lienee Maslow'n tarvehierarkia, jonka mukaan tarpeet muodostavat hierarkkisen järjestyksen, jossa seuraavan tason tarpeita tyydytetään vasta sitten kun edellisen tason tarpeet on jo tyydytetty. (Komppula & Boxberg 2002, 68-69.) Matkustamiseen nämä tarpeet voivat liittyä seuraavasti (Verhelä 2006, 96-97):

- Fysiologiset tarpeet (ruoka, juoma, lepo ja sukupuoliset tarpeet):
 - matkustusmotiivina lepo
 - matkan tarkoituksena voi olla kulttuurimatkassa esimerkiksi pako jokapäiväisestä elämästä, urheilumatkassa fyysinen toiminta ja wellness-matkassa lepo.
- Turvallisuuden tarve
 - matkustusmotiivina rauha
 - esimerkiksi wellness-matkan tarkoituksena terveys ja virkistyminen.
- Rakkauden ja yhteenkuuluvuuden tarve
 - matkustusmotiivina rakkaus

- esimerkiksi urheilumatkan tarkoituksena toveruus, seura, yhteistyön parantaminen sekä yhtenäisyyden ja ihmissuhteiden vaaliminen.
- Arvostuksen tarve
 - matkustusmotiivina saavutukset ja statuksen kasvattaminen
 - matkan tarkoituksena itsekunnioitus, näyttämisen halu, maineen ja sosiaalisen tunnustuksen saaminen.
- Itsensä toteuttamisen tarve
 - matkustusmotiivina oman luonteen toteuttaminen ja tiedon hankinta
 - esimerkiksi urheilumatkan ja wellness-matkan tarkoituksena itsensä tutkiskelu ja arviointi sekä itsensä löytäminen; kulttuurimatkan tarkoituksena kulttuuri, maisemat, vaeltaminen, ympäristö jne.

Asiakkaan omien matkustusmotiivien lisäksi on otettava huomioon asiakkaan sidosryhmien tarpeet. Sidoryhmiä voivat olla esim. perhe, ystäväpiiri, harrastusyhteisö ja työyhteisö. (Verhelä 2000, 97.)

Asiakkaiden tarpeet ovat kaiken markkinoinnin taustatekijöitä. Markkinoiden segmentoinnilla tarkoitetaan asiakkaiden jakamista samankaltaisia asiakastarpeita edustaviin asiakasryhmiin. Lähtökohtana ovat siis asiakkaiden tarpeet, joiden mukaan pyritään jakamaan asiakkaat ryhmiin, joilla on tarve samanlaisille tuotteille. Segmentoinnin avulla voidaan tuotteistaa ja markkinoida jokaisen ryhmän tarpeita vastaavia tuotteita. Matkanjärjestäjän oman valmistuotannon tuotesuunnittelu perustuu usein markkinoiden tarpeisiin, joita voi selvittää esim. markkinatutkimuksilla ja asiakaskyselyillä. Olennaista tuotesuunnittelussa on markkinoiden ajan tasalla oleminen sekä kyky arvata tulevat muotikohteet seuraamalla trendejä. (Verhelä 2000, 97; Kompula & Boxberg 2002, 74-75; Yale 2001, 59, 189 ja 193.)

4.2.3 Kohteiden valinta ja ohjelmien suunnittelu

Kun matkanjärjestäjä kehittää omaa valmistuotantoaan, ovat lähtökohtana asiakkaiden kulutustottumukset ja kiinnostuksen kohteet. Asiakkaiden arvot ja toiveet sekä alan muotikohteet pitäisi tietää tai osata ennustaa. Erityisen tärkeää on siis seurata alan trendejä ja kilpailijoiden uutta matkatuotantoa. Ohjelmien ja oheispalvelujen suunnittelu

perustuu myös markkinoiden tarpeisiin ja odotuksiin. Jos matkatoimistolla on mahdollista, sen kannattaisi tehdä tarkastuskäyntejä tai testata tuotetta henkilökohtaisesti, sillä omat henkilökohtaiset kokemukset ovat luotettavampia lähteitä kuin kuulopuheet tai kirjalliset lähteet. Markkinointitilanteen selvittämisessä tulisi ottaa myös huomioon kohteen hintataso ja poliittinen tilanne sekä kuljetus- ja majoituskustannukset. Olisi myös pohdittava minkälaisille matkailijoille matka sopii, onko matkalle potentiaalisia lähtijöitä, onko tuotteelle kilpailua, milloin olisi hyvä aika matkustaa kohteeseen ja miten tuotteen saa asiakkaiden tietoisuuteen. (Holloway 2002, 242; Verhelä 2000, 97-98; Syratt 2004, 6-7.)

Olen seurannut Saksan matkatarjontaa Suomessa, ja huomannut, että Saksan suosio matkailukohteena kasvaa. Uusia tuotteita tulee markkinoille jatkuvasti. Tätä työtä silmällä pitäen mielenkiintoisin on Suomen Matkatoimisto Oy:n tarjoama pidennetyn viikonlopun matkapaketti Reinin laakson keskiosaan. Kilpailua tuotteistamilleni paketeille siis on, mutta uusissa paketeissa on myös kohteita ja arvoja, joita jo markkinoilla olevissa lomissa ei tarjota. Esimerkiksi Saksan Viinitalle en ole löytänyt Suomessa markkinoilla olevia lomatarjouksia ja suomalaisten wellness-matkat suuntautuvat yhä suuremmissa määrin Viroon.

Kävin henkilökohtaisesti kokemassa ja tarkastamassa valitsemani kohteet. Tämä osoittautui erittäin hyväksi ratkaisuksi, sillä esimerkiksi monet hotellit lupasivat esitteissään enemmän, kuin mitä heillä oli tarjottavana. Henkilökohtaisilla kokemuksilla sain paremman kuvan kohteista ja olin varma valinnoistani.

4.2.4 Yhteistyökumppaneiden valinta

Matkailutuotteen suunnittelussa yhteistyökumppaneina voivat olla esimerkiksi kuljetusyhtiöt, majoitusliike, ohjelmalveluyritys sekä kohteen paikallinen agentti, joka voi olla esimerkiksi paikallinen incoming-toimisto. Agenttia valitessa tulisi ottaa huomioon agentin ammattitaito ja paikallistuntemus, luotettavuus, agentin koko, eli ostovoima, ja täsmällisyys. Muita yhteistyökumppaneita valitessa asiakkaan toiveet ja tarpeet ovat ensisijaiset valintakriteerit. Kun yhteistyökumppanit on valittu, on tarjousten pyytämisen aika.

Tarjousten pyytämisessä olisi hyvä kilpailuttaa useampia palveluntuottajia, käyttää kieltä, jota kumpikin osapuoli hyvin ymmärtää, määritellä kaikki olennaiset asiat palveluntuottajalle (kohdetoivomukset, asiakkaiden määrä, ajankohta, majoitus jne.) sekä kertoa vastauksen jättämisen takaraja ja kysyä palveluntuottajalta vaihtoehtoja ja ideoita. Tarjousten mukana tulevat yleensä valmiina alustavat varaukset palveluista ja aikarajat eli optiot erikseen ilmoitettuna. (Verhelä 2000, 98-100.)

Koska kävin itse Rheinland-Pfalzissa valitsemassa kohteet ja tarkastamassa mahdollisten tulevien yhteistyökumppaneiden tuotteet, ei minun tarvinnut etsiä paikallista agenttia. Lähetin useisiin hotelleihin tarjouspyyntöjä. Moni hotelli oli jo täynnä ja osa ei vastannut tarjouspyyntöihini lainkaan, vaikka lähetin ne sekä englanniksi että saksaksi. Näin ollen en pystynyt valitsemaan hotelleita tarjousten hintojen perusteella, vaan usein kävi niin, että jokaisesta kohteesta sain vain yhden tarjouspyynnön.

Finnair on Pohjolan Matka Oy:n sopimuslentoyhtiö, jonka vuoksi valitsin lentoreitit Finnairilla. Kulttuurimatka alkaa Luxemburgista, jonne ei lennetä suoria lentoja Helsingistä. Koska Finnair ei lennä Luxemburgiin, valitsin Kulttuurimatkalle lentoyhtiöksi Lufthansan. Hotelleiksi valitsin hyväkuntoisia ja viihtyisiä, vähintään kolmentähden hotelleja. Myös hyvä sijainti oli tärkeä valintakriteeri. Kulttuuri- ja wellness-matkoissa hotellin hyvä sijainti tarkoittaa palveluja lähellä olevaa sekä rauhallisella paikalla olevaa hotellia. Urheilumatkassa hotellin hyvä sijainti määräytyy sen perusteella, sijaitseeko hotelli lähellä pyörä- ja vaellusreittejä vai ei. Viinitilaksi valitsin hotelli Tennerin vieressä olevan viinitilan. Viinitilan valintaan vaikutti sijainnin lisäksi viinimaistajaisten tarjoaminen englanninkielellä. Pyöränvuokrausyhtiöllä tuli olla tarpeeksi kalustoa vuokrattavana. Bussiyhtiöitä valitessani kilpailutin useaa eri yhtiötä, joista valitsin kaksi edullisinta tarjousta antavaa yhtiötä. Lista valitsemistani yhteistyökumppaneista on liitteenä kaksi.

4.2.5 Palveluprosessin kehittäminen

Palveluprosessin kehittämiseen kuuluu matkailutuotteen kuvaaminen niin asiakkaalle kuin yritykselle itselleenkin. Prosessikuvauksessa kartoitetaan kaikki ne toiminnot, jotka

asiakas käy läpi matkansa aikana. Prosessikuvaus näkyy asiakkaalle esimerkiksi esitteen tai tarjouksen muodossa, yritykselle siitä muodostuu tuotteen prototyyppi, jonka toimivuutta on testattava ennen tuotteen markkinointia asiakkaille, ja jonka taloudellinen toteutettavuus ja kannattavuus on tarkastettava. (Boxberg & Komppula 2002, 103.)

Oleellista palvelumoduulien suunnittelussa ja kehittämisessä on moduulien (majoitus, kuljetus ja oheispalvelut) linkittäminen toisiinsa niin, että asiakkaan toiminta matkan aikana olisi mahdollisimman vaivatonta. Moduulien linkittämisessä tulisi ottaa huomioon sen seuraavat kriteerit (Boxberg & Komppula 2002, 103-104.):

- Asiakkaan on helppo muodostaa itselleen kuva kokonaistuotteesta ja myös sen osista (matkakuvauksissa olen pyrkinyt kuvaamaan tuotteet mahdollisimman yksityiskohtaisesti).
- Kaikissa tuotteen moduuleissa on otettu huomioon tuotteen alkuperäinen tavoite (esimerkiksi wellness-matkassa virkistyminen ja hyvinvointi ovat tavoitteena tuotteen jokaisessa osassa).
- Kuhunkin aktiviteettiin ja niistä toiseen siirtymiseen on varattu riittävästi mutta ei liikaa aikaa (olen esimerkiksi itse testannut kuinka paljon aikaa kuluu urheilumatkan pyöräreitteihin).
- Sääolosuhteiden muutokset ja vaatimukset on otettava huomioon siten, että jos jokin toiminto ei ole mahdollinen, on varauduttu johonkin toiseen toimintoon (esimerkiksi urheilumatkassa jokaisen reitin voi matkustaa myös junalla, jos sääolosuhteet eivät suosi pyöräilyä).
- Tuotteeseen liittyvät riskit on kartoitettava ja niiden hallinta on järjestettävä (esimerkiksi urheilumatkassa matkanjohtajan tulisi osata huoltaa pyöriä ja hänellä tulisi olla ensiapukoulutus).
- Erilaisten asiakkaiden erilaiset edellytykset osallistua tuotteen tuottamiseen on otettu huomioon.
- Turhat, asiakasta rasittavat rutiinit ja muut seikat (esim. jonotus) on karsittu minimiinsä.
- Eri moduulien tuottajat ovat tietoisia toisistaan ja kokonaistuotteen sisällöstä.

- Asiakkaan kokema vuorovaikutuslaatu on tasainen, vaikka tekninen laatu voi tarkoituksellisesti vaihdella (kaikkien matkapakettini koostuvat joka päivä samantyyllisistä elementeistä).
- Tuote sisältää vähintään ne elementit, jotka asiakas tietää ostaneensa (matkaselostuksissani olen eritellyt tuotteiden hintaan kuuluvat osat).

4.2.6 Hinnoittelu

Yhteistyökumppaneilta saatujen tarjousten perusteella rakennetaan asiakkaille tarjottava tuote. Sen jälkeen tuote hinnoitellaan. Tuotteelle on tärkeää saada oikea hinta, jotta matkanjärjestäjä saisi voittoa eikä jäisi tappiolle. Matkanjärjestäjän tulisi saada tuottoa uudesta tuotteesta, mutta matkan hinta ei saa olla liian korkea markkinoihin nähden, jotta tuote menee kaupaksi. Tuotteen hintaan vaikuttaa tuotteen eri osien ostohinnat, viranomais määräykset ja niihin perustuvat maksut, kuten arvonlisäverot, lentokenttäverot ja matkustajamaksut. Hintaan vaikuttaa suuresti myös se, minkä suuruisella hinnalla markkinat ovat valmiit ostamaan tuotteen. Tämän vuoksi matkan tuottajan on oltava selvillä markkinoiden kilpailutilanteesta. Hinnoittelu on myös osa tuotesuunnitteluprosessia, sillä markkinoilla ainutlaatuisen tuotteen hintaan voidaan lisätä korkeampi kate, kun taas standardituote on hinnoiteltava markkinoiden mukaan. Hinnoitteluun vaikuttaa myös vahvasti yrityksen kannattavuusvaatimukset ja markkinointistrategiat: kuinka paljon tuotetta markkinoidaan ja mitä markkinointikanavia käytetään. (Holloway 2002, 246; Verhelä 2000, 115.)

En pystynyt laskemaan myyntihintaa uusille tuotteille, sillä en saanut listattua kaikkia kuluja. En pystynyt lisäämään kuluihin esimerkiksi lentohintoja, sillä Pohjolan Matka tekee Finnairin kanssa sopimukset uusista lentoreiteistä kohdekohtaisesti. En myöskään voinut laskea suomalaisen matkanjohtajan kustannuksia paketteihin mukaan, sillä Pohjolan Matkan on se itse tehtävä. Laskemani kulut eivät siten sisällä matkanjohtajan kuluja eivätkä lentohintoja. Sen sijaan kulut sisältävät kohdemaiden kuljetuksista ja majoituksista koituvat kulut sekä matkakuvauksissa kuvailemani muut palvelut ja ohjelmat. Pohjolan Matka Oy:n katetavoite on 17-20 % netto, kuten muidenkin

matkanjärjestäjien yleensä on. En myöskään voinut lisätä laskemiini kuluihin Pohjolan Matkan katetavoitetta, sillä kaikki kulut olisi hyvä tietää ja laskea yhteen ennen katteen lisäämistä kuluihin. Tekemäni alustava hinnoittelu on liitteenä (liite 1).

4.2.7 Markkinatestausta ja kaupallistaminen

Hinnoiteltu tuote on valmis tarjottavaksi ulkoisille testaajille. Joissain tapauksissa uusi tuote testataan konkreettisesti. Usein matkanjärjestäjillä ei ole resursseja toteuttaa markkinatestausta, jolloin edetään suoraan kaupallistamisvaiheeseen. Tutustumis- ja testiryhmät kootaan usein matkanjärjestäjien edustajista. Yleensä testauksessa ryhmille esitellään läpileikkaus kohteen tarjonnasta, eikä mitään aktiviteettia toteuteta kokonaan sellaisenaan. Testaajien tulisi vastata mahdollisimman hyvin tuotteen kohderyhmiä, jotta testauksen palaute olisi kehittävä. Joissakin tapauksissa testiryhmiksi saadaan henkilöitä, jotka ovat niin motivoituneita matkasta, että he ovat valmiit maksamaan esimerkiksi puolet matkan hinnasta. Tällöin voidaan testata myös tuotteen arvoon liittyviä mielikuvia. Testaamisen avulla selvitetään, onko tuotteessa vielä jotakin parannettavaa, mutta sen avulla voidaan myös markkinoida tuotetta esimerkiksi jakelutien myyjille ja agenteille. (Boxberg & Komppula 2002, 113-114.)

Kun tuote on valmis tarjottavaksi markkinoille, esitellään se asiakkaille esitteen tai tarjouksen muodossa. Uusia tuotteita mainostetaan esitteiden lisäksi internetissä, televisiossa, radiossa, julisteiden muodossa ja lehdissä. Tuotteen markkinoinnissa tulisi osata ilmaista tuotteen idea oikein: palvelukonseptin idean ymmärtäminen ja asiakkaan arvon ymmärtäminen takaa yleensä menestymisen edellytykset. Markkinatestausten jälkeen on vielä tehtävä arviointi tuotteen toimivuudesta ja mietittävä, olisiko tuotekehityksessä jotakin parannettavaa tulevaisuutta silmällä pitäen (Yale 2001, 198-205; Boxberg & Komppula 2002, 99, 114-115).

Ehdottaisin Pohjolan Matka Oy:lle uusien tuotteiden mainostamista esitteen lisäksi asiakaspostituksen ja tarjouskirjeiden kautta, lehdissä (esimerkiksi Helsingin Sanomissa ja matkailulehdissä) sekä internetissä omilla kotisivuillaan, sillä näiden kanavien kautta Pohjolan Matka tavoittaisi paljon asiakaskuntaansa.

5 TYÖN TULOKSET

Ajatuksena oli, että Pohjolan Matka voisi myydä ja ”testata” uudet paketit asiakkailleen kerran ennen pakettien laittamista myyntiin ympäri vuoden, sillä ensimmäisen kerran jälkeen paketteja voisi vielä muuttaa ja kehittää edelleen ennen pakettien kaupallistamista ympärivuotiseen myyntiin. Valitsin matkustusajankohdiksi matkoille peräkkäiset ajat, sillä sama suomalainen matkanjohtaja voisi olla kaikilla matkoilla poistumatta välillä kohteesta. Näin säästettäisiin esimerkiksi matkanjohtajan matkakuluissa, sillä hänen ei tarvitsisi poistua alueelta matkojen välillä. Tarkoituksena oli, että suomalainen matkanjohtaja voisi opastaa ryhmiä kohteissa, jotka olen matkaohjelmissa seuraavissa alakappaleissa maininnut.

Lentoyhtiöksi matkoille valitsin Finnairin, sillä Pohjolan Matka Oy on tehnyt yhteistyötä kyseisen yhtiön kanssa aikaisemminkin. Pohjolan Matka Oy:llä on Finnairin kanssa tehty ryhmämatkoja koskeva sopimus. Erikoishinnat edellyttävät aina tuotteen paketoitua ja ryhmähinnat sovitaan erikseen. Kulttuurimatkassa jouduin kuitenkin tekemään poikkeuksen, sillä Lufthansalla on ainoa hyvä ja nopea yhteys Frankfurtin kautta Helsingistä Luxemburgiin. Suoria lentoja tällä välillä ei tehdä ollenkaan.

Hotellit valitsin niiden sijainnin ja luokitusten mukaan. Myös hinta vaikutti valintapäätöksiini. Hotellien luokitukset perustuvat virallisiin luokituksiin. Seuraavaksi kuvailen valintojani sekä uusia matkapaketteja ja niiden ohjelmarunkoja tarkemmin.

5.1 Kulttuurimatka

Kulttuurihistoriaa ja makuelämyksiä

Kulttuurimatka alkaa Luxemburgista ja kiertää Moselin ja Reinin jokilaaksojen kautta Saksan Viinitalle. Viikon pituinen matka päättyy Heidelbergin kaupunkiin. Matkaa tehdään Roomalaisten jalanjäljissä, makunautintoja herätellään paikallisella viinillä ja historia on läsnä joka askeleella.

Olen sisällyttänyt kulttuurimatkaan alueen merkittävimmät kohteet, kuten suurimman osan alueen Unescon maailmanperintökohteista, historiallisimmat kaupunkikohteet ja romaanisen arkkitehtuurin mestariteoksia.

Hyviä matkustusajankohtia kulttuurimatkalle ovat touko- ja elokuu, sillä nämä kuukaudet ovat lämpimiä, mutta eivät liian kuumia esimerkiksi linja-autossa matkustamiseen.

MATKAOHJELMA 28.05.–03.06.2007 (7 päivää & 6 yötä)

- Päivä 1. Luxemburg
- Päivä 2. Trier
- Päivä 3. Moselin jokilaakso, Maria Laachin luostari ja Koblenz
- Päivä 4. Reinin jokiristeily
- Päivä 5. Saksan Viinitie
- Päivä 6. Heidelberg
- Päivä 7. Lento takaisin Suomeen

Päivä 1.

7:05-10:00 Lento Frankfurtin kautta Lufthansalla Helsingistä Luxemburgiin (LH3109/LG9302).

10:30-10:45 Bussikuljetus hotelliin.

10:45-11:00 Sisäänkirjautuminen hotelliin.

11:00-12:00 Kävelykierros suomalaisen matkanjohtajan johdolla Euroopan pikkujättiläisen pääkaupungissa Luxemburgissa, jonka kauniissa keskustassa on historian havinaa; Unescon maailmanperintökohteiden listalla olevia eri aikakausina rakennettuja muureja, linnoituksia ja siltoja. Tämä yli 1000-vuotta vanhan kaupungin ensimmäisiä valloittajia olivat roomalaiset. Tänä päivänä Luxemburgissa vanha ja uusi elävät sulassa sovussa.

12:00-> Loppupäivä on omaa aikaa tutustua tähän romanttiseen kaupunkiin.

Majoitus Luxemburgissa: **Hotel Carlton *****

Hotelli Carlton on täysin peruskorjattu vuonna 2004. Se sijaitsee rautatieaseman vieressä vain muutaman askeleen päässä keskustasta. Sen kaikki huoneet on varustettu suihkulla/kylvyllä, puhelimella, kaapelitelevisiolla, tammipuulattialla ja internetyhteydellä. Kaikki huoneet ovat yksilöllisesti sisustettuja ja äänieristettyjä. Hotelli tarjoaa runsaan buffetaamiaisen.



Kuva 1. Vanha kaupunginmuuri (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 2. Luxemburg (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 2.

09:00-10.30 Aamiaisen jälkeen bussikuljetus Saksan puolelle Trieriin, joka on Saksan vanhin kaupunki. Caesar Augustuksen aikana 18 eKr. rakennettu kaupunki oli 300-luvulla yksi Läntisen Rooman valtakunnan kolmesta pääkaupungista. Kaupungin suosituimmat kohteet ovat Unescon maailmanperintökohteiden listalla sijaitsevat vanha kaupunginportti Porta Nigra, keisarillinen kylpylä, roomalainen silta, amfiteatteri, tuomiokirkko St Peter ja goottilaistyylinen kirkko Liebfrauenkirche sekä vanha kauppatori.

Sisäänkirjautuminen hotelliin.

11:00-14:00 Opastettu englanninkielinen kävelykierros vanhassa kaupungissa ja käynti Porta Nigrassa sekä keisarillisessa kylpylässä.

Majoitus Trierissä: **Hotel Astoria *****

Astoria hotelli sijaitsee aivan Trierin keskustassa, kävelyetäisyydellä kaupungin päänähtävyyksistä, kuten vanhasta kaupunginportista Porta Nigrasta. Astoria sijaitsee vanhassa 1800-luvulla rakennetussa kaupunkihuvilassa. Runsaaseen buffet-aamiaiseen kuuluu paikallinen kuohuviini. Huoneiden varustukseen kuuluvat suihku/wc, kaapelitelevisio ja puhelin.



Kuva 3. Trierin kauppatori (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 4. Porta Nigra (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 5. Keisarillinen kylpylä (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 3.

09:00-12:00 Buffetaamiaisen jälkeen lähtö bussilla Moseljokea pitkin Maria Laachin luostariin. Tämän romanttisen laakson, jossa Mosel virtaa Trierin ja Koblezin välillä, sanotaan olevan Saksan kauneimpia paikkoja. Joen kummallakin puolella on romanttisia linnoja, kuten Burg Eltz, ja viinitarhoja. Noin matkan puolessa välissä tunnin pysähdys Cochemin kaupungissa, joka on Moselin laakson vilkkaimpia matkailuseutuja. Kaupunkia koristaa Reichsburgin yli 1000-vuotias linna.

- 12:00-13:30 Käynti Maria Laachin luostarissa, joka on merkittävimpiä roomaanisen arkkitehtuurin mestariteoksia. Luostari sijaitsee luonnonkauniilla paikalla kraatterijärven vieressä. Myös luostarin suuri puutarha on näkemisen arvoinen.
- 13:30-14:00 Luostarilta matka jatkuu Koblenzin kaupunkiin, joka sijaitsee Moselin ja Reinin yhtymäkohdassa. Koblenz on arkkitehtuurista kiinnostuneille mielenkiintoinen kohde, sillä siellä on upeita roomaanisen ja renessanssityylisen arkkitehtuurin esimerkkejä. Myös mahtava patsas Wilhelm I:stä Moselin ja Reinin yhtymäkohdassa on huikea.

Majoitus Koblenzissa: **Hotel Hohenstaufen *****

Hotelli Hohenstaufen sijaitsee kaupungin keskustassa. Runsas aamiaisbuffet tarjoillaan hotellia vastapäätä sijaitsevassa ”Galleria” -ravintolassa. Huoneiden varustukseen kuuluvat kylpy/suihku, wc, kaapelitelevisio, radio, hiustenkuivaaja ja puhelin.



Kuva 6. Moselin jokilaakso (Kuva: T. Nurmiainen)



Kuva 7. Koblenz (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 4.

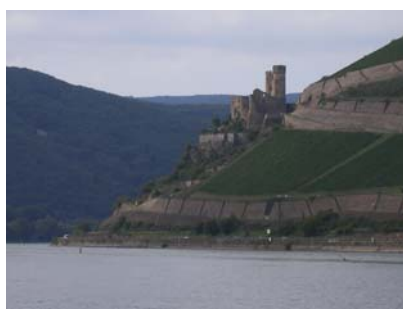
- 09:30-15:00 Matka jatkuu aamiaisen jälkeen jokiristeilyllä Koblenzista Bingeniin Reiniä pitkin. Matkan aikana voi ihaila kaunista luonnonmaisemaa, jolle tyypillistä ovat viinitarhat, jylhät kalliot, koristeelliset kirkot ja vanhat linnanrauniot. Tämä Keski-Reinin laakso kuuluu Unescon

maailmanperintökohteiden listalle, eikä suotta, sillä missään muualla maailmassa ei ole yhtä paljon linnoja näin pienellä alueella.

- 15:00-15:30 Bingenistä matkataan bussilla Wormsin yli 2000-vuotta vanhaan kaupunkiin.
- 15:30-16:00 Tutustuminen Wormsin roomanistyylliseen tuomiokirkkoon.
- 16:00-17:00 Bussikuljetus Saksan Viinitielle, Neustadt-Haardtin idylliseen kylään viinitarhojen ja metsäisen vuoristoalueen yhtymäkohtaan.

Majoitus Neustadt-Haardtissa: **Hotel Tenner *****

Neustadt-Haardtin rauhallisessa kylässä sijaitsevaa hotelli Tenneriä ympäröivät lukuisat viiniviljelmät. Hotellilta avautuu näkymät myös läheiseen Hambachin linnaan ja Reinin jokilaaksoon. Huoneet ovat varustettu wc:llä, suihkulla, hiustenkuivaajalla, minibaarilla, internetyhteydellä, televisiolla, puhelimella ja herätyspalvelulla. Huoneisiin saa myös maksutta teetä itsepalveluna.



Kuva 8. Reinin jokilaakso (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 9. Linnanraunio Ehrenfels (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 10. Linnanraunio Maus (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 5.

- 10:00-11:30 Aamiaisen jälkeen tutustutaan Saksan Viinitiehen. Tutustuminen aloitetaan englanninkielisellä vanhan kaupungin opastuksella Neustadtissa, jossa rikas eurooppalainen historia ja tunnelmalliset pienet kujat ihastuttavat matkailijoita.
- 11:30-12:00 Omaa aikaa kierrellä Neustadtin vanhaa kaupunkia ja tutustua vanhojen Fachwerk-tyylillä rakennettujen talojen pieniin yksityiskohtiin.

12:00-14:00 Bussikiertoajelu Eteläisellä Viinitielle viinitarhojen lomassa suomalaisen matkanjohtajan johdolla. Kierroksen aikana matkanjohtaja kertoo alueen historiasta, nykypäivästä, ja tietenkin viinistä.
Bussikuljetus hotelliin.

Omaa aikaa.

17:00-19:00 Opastettu englanninkielinen viinikiertros Neustadt-Haardtin kylässä paikallisen viinitilan (Weingut Weegmüller) vetämänä. Kierroksen aikana ja jälkeen maistellaan kahdeksaa eri viiniä sekä nautitaan vettä, paikallisia rinkelöitä ja leipää.

Majoitus Neustadt-Haardtissa: **Hotel Tenner *****



Kuva 11. Saksan Viinitie (Kuva: T. Nurmiainen)



Kuva 12. Neustadt-Hardt (Kuva: T. Nurmiainen)



Kuva 13. Viinirypäleitä (Kuva: Tiina Nurmiainen)

Päivä 6.

09:00-09:30 Aamiaisen jälkeen bussikuljetus yli 2000-vuotta vanhaan Speyeriin, joka kuuluu vanhimpien saksalaisten kaupunkien joukkoon.

- 09:30-10:00 Käynti Speyerin tuomiokirkossa, joka on merkittävä roomalaisen arkkitehtuurin teos ja Unescon maailmanperintökohteiden listalla.
- 10:00-11:00 Omaa aikaa tutustua Speyerin historialliseen kaupunkiin, jonka keskustassa oleva historiallinen asemakaava on ainutlaatuinen maailmassa.
- 11:00-12:00 Bussikuljetus Heidelbergin kaupunkiin Neckar-joen varrelle. Kaupungin katukuvaa hallitsee goottilaistyylinen Heidelbergin linna, jonka nähtyään voi jäädä sanattomaksi.
- 12:30-13:30 Hotellilta suomalaisen matkanjohtajan johdolla opastus historiallisessa vanhan kaupungin keskustassa kävelen.

Majoitus Heidelbergissä: **Neckar Hotel Heidelberg *****

Neckar Hotel Heidelberg sijaitsee aivan kaupungin keskustassa päänähtävyyksien läheisyydessä. Hotellin ravintolassa tarjotaan runsas aamiaisbuffet. Huoneiden varustukseen kuuluvat suihku, wc, televisio ja puhelin.



Kuva 14. Heidelberg (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 15. Heidelbergin linna (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 16. Neckar (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 7.

- 07:30-09:00 Bussikuljetus lentokentälle Frankfurt am Mainiin.
- 09:45-13:05 Suora lento Lufthansalla Frankfurtista Helsinkiin (LH3102).

5.2 Wellness-matka

Mielen ja kehon hyvinvointia viinitarhojen keskellä

Saksan Viinitien alueella on harmoninen ja kaunis luonto sekä hyvä ilmanlaatu läheisen metsäalueen ansiosta. Bad Dürkheimin terveyskylpylöillä on pitkät perinteet, sillä jo roomalaiset toivat sinne kylpylätoiminnan. Alue onkin erinomainen paikka wellness-matkailuun, sillä siihen kuuluvat sekä ruumiillinen että henkinen puoli. Harmoninen maisema ja Välimeren ilmasto sekä perinteisten mineraalilähteiden terveyspalvelut ja hyvinvointia edistävät hoidot haastavat suomalaisten suosimat Viron kylpyläkohteet. Illallinen viinikellarissa kruunaa ruumiillisen hyvänolon tunteen. Bad Dürkheim on hyvä vaihtoehto uutta hyvinvointikohdetta kaipaaville suomalaisille.

Matkapakettiin sisältyy kuljetuksien ja majoituksen lisäksi kävelykierros, tutustuminen paikalliseen viinitilaan ja viinimaistajaiset sekä wellness-hoitoja tasokkaissa kylpylöissä. Ryhmä tulisi jakaa kolmeen osaan, jotta kaikille ryhmän jäsenille pystyttäisiin tarjoamaan kylpylöiden hoitoja ja palveluita samaan aikaan. Kun esimerkiksi osa ryhmän jäsenistä nauttii kokovartalohieronnasta, osalle tarjotaan erikoiskylpyjä. Kaikki ryhmät siis kierrätetään kaikissa paikoissa, mutta vain eri aikoina, jotta hoitoihin ei tulisi kerralla ruuhkaa.

Valitsin Bad Dürkheimin matkakohteeksi, sillä alueella on perinteikästä kylpylätoimintaa ja maineikas kylpyläkeskus. Hotelliksi valitsin tasokkaan Hotelli Fronmühlen, joka sijaitsee kauniin luonnon ympäröimänä kivenheiton päässä kylpyläkeskuksesta. Matkustusajankohta tämältyyliselle matkalle on ympäri vuoden.

MATKAOHJELMA 18.05.–21.05.2007 (4 päivää & 3 yötä)

- Päivä 1. Lento Saksaan ja bussikuljetus Viinitielle Bad Dürkheimiin. Kylpylöiden palveluita.
- Päivä 2. Kylpylöiden palveluita. Tutustuminen Saksan Viinitiehen (viinikierros ja -maistajaiset).

Päivä 3. Aamukävely viinitarhoilla ja suolavesirakennelmalla. Kylpylöiden palveluita.

Päivä 4. Lento takaisin Suomeen.

Ryhmä jaetaan kolmeen osaan. Kylpylähoitojen aikana yksi kolmasosa käy Salinariumissa, yksi kolmasosa saa kokovartalohieronnan Kurzentrum-kylpylässä ja yksi kolmasosa saa nauttia erikoiskylvyistä Kurzentrum-kylpylässä.

Päivä 1.

8:15-9:55 Lento Finnairilla Helsingistä Frankfurt am Mainin lentokentälle (AY821).

10:30-12:00 Bussikuljetus Saksan Viinitelle ja hotelliin Bad Dürkheimiin.

15:00-> Rentoutumista Salinarium-kylpylässä, jossa on monipuolinen saunaosasto ja suuri allasosasto. Salinariumissa on helppo rentoutua ja unohtaa arkipäivän stressi.

Majoitus: **Hotel Fronmühle *****

Hotelli sijaitsee kauniin luonnon ja viinirypäleviljelmien ympäröimänä.

Hotellin huoneet ovat uudenaikaisesti sisustettuja, valoisia ja rauhaisia.

Kaikki huoneet ovat varustettu kylpyhuoneella, televisiolla ja puhelimella sekä kirjoituspöydällä ja nojatuoleilla.



Kuva 1. Viinitarhoja (Kuva: T. Nurmiainen)



Kuva 2. Viinirypäleitä (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 2.

- 10:00-12:00 Aamiaisen jälkeen kokovartalohierontaa Kurzentrum–kylpylässä.
”Summernight” –öljyllä tehtävä hieronta rauhoittaa ja edistää verenkiertoa. Hieronnan aikana ihoa hoidetaan rasvahappojen, mineraalien ja vitamiinien avulla.
- 15:00-16:30 Bussikiertoajelu Eteläisellä Viinitielle suomalaisen matkanjärjestäjän johdolla
- 17:00-19:00 Opastettu englanninkielinen viinikierros Haardtin kylässä paikallisen viinitilan (Weingut Weegmüller) vetämänä. Kierroksen aikana ja jälkeen maistellaan kahdeksaa eri viiniä sekä nautitaan vettä, paikallisia rinkelöitä ja leipää.
Bussikuljetus hotellille

Majoitus: **Hotel Fronmühle *****

Päivä 3.

- 8:30-11:30 Aamiaisen jälkeen aamukävely viereisessä metsässä ja/tai viinitarhojen lomassa. Keuhkot täyteen raikasta ilmaa noin 3 tuntia kestävän kävelyn aikana, joka tapahtuu suomalaisen matkanjohtajan johdolla kauniissa maisemissa.
- 12:30-14:30 Erikoiskylpy Kurzentrum-kylpylässä
Keisarillisen ylellinen kylpy “Orangertraum” (appelsiiniunelma) huolehtii ihostasi ja mielestäsi kultaisessa ammeessa. Luonnolliset appelsiininkukan kasviöljyt stimuloivat ja virkistävät aisteja sekä hoitavat kehoa. Appelsiinin aistillinen tuoksu pitää huolen siitä, että arkipäivän stressi unohtuu ja hyvä mieli kutkuttelee hermoja.

Majoitus: **Hotel Fronmühle *****

Päivä 4.

07:30-09:00 Bussikuljetus lentokentälle Frankfurt am Mainiin.

10:45-14:10 Lento Finnairilla Frankfurtista Helsinkiin (AY822).

5.3 Urheilumatka

Pyöräillen Saksan Viinitielle

Etelä-Pfalz on pyöräilijöiden paratiisi: erinomaisesti rakennettu pyörätieverkosto ja viitoitetut reitit kiemurtelevat kauniissa maisemissa. Matka alkaa Neustadt-Haardtin idyllisestä kylästä, jossa maistellaan paikallista viiniä. Matka jatkuu Saksan Viinitietä etelään ja vuoristoisen metsäalueen jokilaaksoihin. Yksi päivä vaelletaan linnanraunioilta toiselle. Matka jatkuu Ranskaan, Alsacen alueelle ja takaisin Saksaan Reinin tasaiseen jokilaaksoon. Kierros päättyy Speyerin historialliseen kaupunkiin.

Matkapakettiin sisältyy kuljetusten ja majoitusten lisäksi pyörävuokraus, matkatavaroiden kuljetuspalvelu, matkanjohtajan palvelut ja viinimaistajaiset. Hyviä matkustusajankohtia ovat kevät ja syksy, sillä urheillessa kesän lämpötilat ovat liian korkeita. Hotelleja valitessani ensisijaisena valintakriteerinä oli hyvä sijainti.

MATKAOHJELMA 20.–25.04.2007 (6 päivää & 5 yötä)

- Päivä 1. Lento Saksaan ja bussikuljetus Neustadt-Haardtin kylään
Kävely viinitarhojen lomassa ja viinimaistajaiset viinitilalla
- Päivä 2. Pyörillä Viinitietä pitkin etelään ja Annweilerin pieneen kaupunkiin
- Päivä 3. Suuri linnakierros (vaellus kävellen vuoristoisessa metsässä linnanraunioilta toiselle)
- Päivä 4. Pyörillä metsäisen vuoristoalueen halki Ranskaan Wissembourgiin
- Päivä 5. Pyörillä tasaista Reininlaaksoa pitkin Speyerin historialliseen kaupunkiin
- Päivä 6. Lento takaisin Suomeen

Päivä 1.

- 08:15-09:55 Lento Finnairilla Helsingistä Frankfurt am Mainin lentokentälle (AY821).
- 10:30-12:00 Bussikuljetus hotelliin Neustadt-Haardt kylään.
- 13:00-14:00 Pieni kävely suomalaisen matkanjohtajan johdolla viinitarhojen läpi Neustadtin kaupunkiin (n.20 minuuttia), jossa pieni vanhan kaupungin kierros (n.30min.). Omaa aikaa kierrellä Neustadtin romanttisia kujia.
- 15:30-16:00 Kävellään matkanjohtajan johdolla takaisin Haardt kylään (noin 30 minuutin kävelymatka). Tällä kertaa noustaan mäen päälle, josta avautuvat upeat näkymät alas kaupunkiin ja viinitarhoille. Kierros päättyy viininmaistajaisiin hotellin vieressä sijaitsevalle viinitilalle.
- 16:00-18:00 Opastettu viinikierros ja -maistajaiset viinitila Weegmüllerissä. Kierroksen aikana ja jälkeen maistellaan kahdeksaa eri viiniä sekä nautitaan vettä, paikallisia rinkelöitä ja leipää.

Majoitus Neustadt-Haardtissa: **Hotel Tenner** ***

Neustadt-Haardt rauhallisessa kylässä sijaitsevaa hotelli Tenneriä ympäröivät lukuisat viiniviljelmät. Hotellilta avautuu näkymät myös läheiseen Hambachin linnaan ja Reinin jokilaaksoon. Huoneet ovat varustettu wc:llä, suihkulla, hiustenkuivaajalla, minibaarilla, internetyhteydellä, televisiolla, puhelimella ja herätyspalvelulla. Huoneisiin saa myös maksutta teetä itsepalveluna.



Kuva 1. Neustadt an der Weinstrasse (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 2. Kastanjapuu (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 2.

- 09:00 Aamiaisen jälkeen lähtö pyörällä hotellilta suomalaisen matkanjohtajan johdolla Saksan Viinitietä pitkin etelään.
- 11:00-12:00 Noin puolessa välissä matkaa St Martinin idyllisessä kylässä noin tunnin pysähdys.
- 12:00-14:30 Matka jatkuu viinitietä pitkin viinitarhojen välissä ja metsäiseen vuoristoalueeseen Pfälzer Waldiin sekä Annweilerin pieneen kaupunkiin. Annweiler sijaitsee kukkuloiden ja linnanraunioiden ympäröimänä Pfälzer Wald kansallispuistossa. Majoitus Hotel Pension Bergterassessa, josta upeat näkymät kaupunkiin ja Trifelsin vaikuttaville linnanraunioille.

Ajokilometrejä päivän aikana yhteensä noin 25km.

Majoitus Annweilerissa: **Pension Haus Bergterasse *****

Pension Haus Bergterasse sijaitsee rauhallisella paikalla metsän siimeksessä. Hotelli on kuitenkin lähellä Annweilerin keskustaa ja palveluita. Hotellilta avautuvat upeat näkymät sekä alas kaupunkiin että ylös vuorille. Hotellissa tarjotaan runsas aamiainen. Huoneiden varusteluihin kuuluvat suihku, wc, televisio ja puhelin.



Kuva 3. St. Martin (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 4. Saksan Viinitie (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 5. Herraskartano Villa Ludwigshöhe (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 3.

09:00-18:00 Koko päivän kestävä vaellus Trifels-vuorilla neljältä linnanraunioilta toiselle. Neljä pysähdystä linnanraunioiden luona, joiden yhteydessä kahviloita ja/tai ravintoloita. Pidempi pysähdys Landeck-linnanraunion luona olevassa ravintolassa, josta avautuvat upeat näkymät.

Päivän aikana vaelluskilometrejä kertyy yhteensä noin 28km.

Majoitus Annweilerissa: **Pension Haus Bergterasse *****



Kuva 6. Annweiler (Kuva: T. Nurmiainen)



Kuva 7. Pension Haus Bergterasse (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 4.

09:00-13:00 Buffetaamiaisen jälkeen matka jatkuu Annweilersta pyörillä Pfälzer Waldin vuoristoisen metsäalueen läpi jokilaaksoja pitkin. Pieni pysähdys ”Pirunpöydän”, upean kivimuodostelman luona, jonka läheisyydessä on kahviloita.

13:00-14:00 Noin tunnin lounastauko Dahnin kaupungissa keskellä vuoristoista metsää.

14:00-16:00 Matka jatkuu Ranskan puolelle Alsaceen Wissembourgin idyllisen pieneen kaupunkiin, jossa majoitus keskellä kaunista vanhaa kaupunkia.

Pyörälläajoa yhteensä noin 48km.

Majoitus Wissembourgissa: **Hotel Moulin de la walk ****

Hotel Moulin de la walk sijaitsee pienen joen varrella ja vanhan myllyn vieressä. Tämä viihtyisä hotelli tarjoaa runsaan aamiaisen. Huoneiden varustuksiin kuuluvat suihku, wc, televisio ja puhelin.



Kuva 8. Pirunpöytä (Kuva. T. Nurmiainen)

Kuva 9. Luonnonpuisto Pfälzer Wald (Kuva: T. Nurmiainen)

Kuva 10. Wissembourg (Kuva: T. Nurmiainen)

Päivä 5.

09:33-10:15 Aamiaisen jälkeen matka jatkuu junalla Wissembourgista Reinin jokilaaksoon.

10:15-12:30 Pyörillä matka jatkuu matkanjohtajan johdolla Reiniä pitkin tasaisessa jokilaaksossa.

12:30-13:30 Pysähdys Gemersheimin kaupungissa puolivälissä matkaa.

13:30-16:00 Matka jatkuu Speyerin historialliseen kaupunkiin. Matkan viimeinen yö vietetään Speyerissa Luxhof-hotellissa, jossa lihaksen voi rankan matkan jälkeen rentouttaa saunomalla. Hotelli on kävelymatkan tuntumassa Speyerin vanhasta kaupungista, jonka päänähtävyys on Unescon maailmanperintölistalla komeileva St Maria und Stephan -tuomiokirkko.

Ajokilometrejä yhteensä noin 45km.

Majoitus Speyer: **Rheinhotel Luxhof *****

Rheinhotel Luxhof sijaitsee idyllisellä paikalla Reinin jokilaaksossa lähellä Speyeria. Kaikki hotellin huoneet ovat varustettu kylvyllä/suihkulla, wc:llä, televisiolla, puhelimella ja internetyhteydellä. Hotellista löytyy myös ravintola, sauna, erilaisia urheilumahdollisuuksia ja kokoustiloja.

Päivä 6.

07:30-09:00 Bussikuljetus lentokentälle Frankfurt am Mainiin.

10:45-14:10 Lento Finnairilla Fra-Hki (AY822).

6 YHTEENVETO

Syyslukukaudella 2006 työni eteni aikataulujen mukaisesti. Kohteiden kartoitus henkilökohtaisilla käynneillä Lounais-Saksassa oli antoisa ja työni laadun kannalta merkittävä. Myös syksyllä ottamani valokuvat kohteista antavat lisäarvoa työlleni ja arvokasta materiaalia Pohjolan Matka Oy:lle.

Vuodenvaihteen jälkeen työni ei edennyt täysin suunnitelmien mukaisessa aikataulussa, sillä tavoitteenani oli saada työ valmiiksi tammikuussa. Työni valmiiksi saaminen pitkittyi parilla kuukaudella. Tähän vaikutti se, että tarjousten saamiseen yhteistyökumppaneilta kului odotettua enemmän aikaa. Tämän vuoksi olisikin ehkä ollut parempi käyttää agenttia yhteistyökumppaneiden valitsemisessa suorien kontaktien sijaan, sillä agenteilla olisi luultavasti ollut parempi ostovoima ja hyvät yhteydet paikallisiin toimijoihin. Agenttia käyttämällä olisin luultavasti säästänyt paljon aikaa ja vaivaa. Työni valmistuminen myöhässä vaikutti myös siihen, että toimeksiantaja Pohjolan Matka Oy ei ehtinyt laittaa tuotteistamiani matkapaketteja kevään 2007 tuotantoonsa. Tämän vuoksi tarkoituksena olisikin myydä tuotteita ensimmäisen kerran syksyllä 2007.

Mielestäni sain tuotteistettua kolme hyvää ja toimivaa matkapakettia Pohjolan Matkan tuotetarjontaan. Ohjelmarungot ovat mielestäni mielenkiintoiset ja matkojen teemat ajankohtaiset. Uskonkin, että uudet matkapaketit antavat Pohjolan Matkalle hyvän kilpailuedun muihin matkatoimistoihin. Jatkossa uusia paketteja on helppo varata yhteistyökumppaneihin solmimieni suhteiden kautta. Matkapaketteja on myös helppo muuttaa erilaisille ryhmille sopiviksi.

Toimeksiantaja Pohjolan Matka Oy on ollut tyytyväinen työni tuloksiin. Pohjolan Matkan tuotanto-osasto on pitänyt uusia matkapaketteja mielenkiintoisena, ja he haluavatkin saada ne syksyn tuotantoonsa.

LÄHTEET

Atteln, G. 1997. Deutsche Weinstraße. Köln: Dumont.

Boniface, B. & Cooper, C. 2005. Worldwide Destinations – The geography of travel and tourism. 4. painos. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Boxberg, M. & Komppula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Griffiths, C. 1999. Insight Guide, Alsace. 2. painos. Singapore: APA Publications GmbH & Co. Verlag Kg.

Hinch, T. & Higham, J. 2004. Sport Tourism Development. Clevedon Channel View.

Holloway, J.C. 2002. The business of tourism. 6. painos. Essex: Pearson Education Limited.

Horner, P. 1996. Travel Agency Practice. Essex: Addison Wesley Longman.

Standeven, J. & De Knop, P 1999. Sport Tourism. Champaign: Human Kinetics.

Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Syratt, G. 2004. Manual of Travel Agency Practice. 3. painos.

Verhelä, P. 2000. Matkatoimistopalvelut. Helsinki: Oy Edita Ab.

Vuoristo, K. 2003. Matkailun Maaailma. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Yale, P. 2001. The Business of Tour Operations. 6. painos. Essex: Pearson Education Limited.

Pfalz.Touristik e.V. 2006. The Palatinate. The Palatinate. Drückerei Schmitt.

Pfalz.Touristik e.V. 2006. The Palatinate. Vacational Plains of the Rhine. Drückerei Schmitt.

Pfalz.Touristik e.V. 2006. Die Pfalz. Urlaub mit Genuss. PVA Landau, 7, 28-31.

Forum Mittelrheintal e.V. 2006. Middle-Rhine Valley – Unesco world heritage.

Stat. Landesamt 2005/2006. Übernachtungen ausländischer Gäste in Rheinland-Pfalz 2005. Koblenz: Statistische Berichte, Bad Ems Eigene Darstellung RPT GmbH.

Hannukainen, S-L, Tuotantopäällikkö, Pohjolan Matka Oy. Kohderyhmäanalyysi. Sähköposti 22.09.2006.

Hannukainen, S-L, Tuotantopäällikkö, Pohjolan Matka Oy. Kilpailija-analyysi. Sähköposti 8.12.2006.

Hannukainen, S-L. 2006, Tuotantopäällikkö, Pohjolan Matka Oy. Hinnoittelu. Sähköposti 7.12.2006.

Leppänen, A. 2007, Talouspäällikkö, Ikaalisten Matkatoimisto Oy. Liikevaihto. Sähköposti 2.1.2007.

Wendling, A. 2006, Marketingleiterin, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Die Top-Themen. Sähköposti 20.12.2006

Wendling, A. 2006, Marketingleiterin, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Übernachtungen ausländischer Gäste 2005. Sähköposti 20.12.2006

FeWo-direkt 2006. Rheinland-Pfalz. Viitattu 27.11.2006

<http://www.fewo-direkt.de/vd2/maps/VV/DE/rheinland-pfalz.gif>

Finlex 2006. Valmismatkalaki 28.11.1994/1079. Viitattu 3.11.2006.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941079>

Helsinki-Vantaan lentokenttä 2006. Timetable. Viitattu 27.11.2006.

http://www.helsinki-vantaa.fi/files/efhk/efhk_aikataulu/HELNov.pdf

Inoa 2006. Pohjolan Matka. Viitattu 7.11.2006.

<http://www.inoa.fi/showFinancialInformation.do?company=168223>

Matka Vekka Oy 2006. Tiedätkö tämän Matka Vekasta? Viitattu 30.12.2006.

<http://www.matkavekka.fi/www.matkavekka.fi/YlaNavi/Yritysesittely/>

Matkaviikko 2006. Finnmatkat luopuu ensi vuoden alussa jälleenmyyjistään. 09.08.2006.

Viitattu 20.01.2007.

http://www.matkaviikko.fi/uutiset_nayta_uutinen.php?id=1300&search=finnmatkat

Matkaviikko 2006. Myös Tjäreborg siirtyy yksinomaan suoramyyntiin. 24.08.2006.

Viitattu 20.01.2007.

http://www.matkaviikko.fi/uutiset_nayta_uutinen.php?id=1320&search=Tjäreborg

Matkapojat Oy 2006. Matkapojat Oy. Viitattu 30.12.2006. <http://www.matkapojat.fi/>

MTV3 2006. Arkisto: EU:n pieni jättiläinen Luxemburg. Viitattu 20.09.2006.

<http://www.mtv3.fi/matkailu2006/arkisto.shtml?172446>

Officel National du Tourisme 2006. Luxembourg. Viitattu 20.09.2006.

http://www.ont.lu/site_citydetails-en-130.html

Pohjolan Matka Oy 2006. Matkatoimistopalvelut. Viitattu 20.10.2006.

<http://www.pohjolanmatka.fi/fi/matkapalvelut>

Pohjolan Matka Oy 2006. Tietoja yrityksestä. Viitattu 27.11.2006.

<http://www.pohjolanmatka.fi/fi/tietoja>

Pfalz.Touristik e.V. 2006. Die Pfalz. Viitattu 27.11.2006

<http://www.pfalztouristik.de/>

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH 2006. Impressum. Viitattu 27.11.2006

<http://www.rlp-info.de/index.php?id=8>

RyanAir 2006. Viitattu 27.11.2006. <http://www.ryanair.com/site/EN/>

Saksan Viiniakatemia 2006. Ilmasto. Viitattu 16.09.2006.

<http://www.saksanviinitiedotus.fi/html/saksviinit/ilmasto.shtml>

Saksan Viiniakatemia 2006. Historiallinen tausta. Viitattu 16.09.2006.

<http://www.saksanviinitiedotus.fi/html/saksviinit/historia.shtml>

Suomela, Juhani 2005. Matkatoimistojen ansaintamalli mullistuksessa. Auto- ja Kuljetusala 02/2005. Viitattu 20.01.2007.

http://akt.ip-finland.com/magazine/2005/2-2005/pdf/vierasparkki_juhani_suomela.pdf

Südliche Weinstrasse e.V. 2006. Naturpark Pfälzerwald. Viitattu 16.09.2006.

<http://www.suedlicheweinstrasse.de/de/index.htm/43d7eb5948a0bf9abd5c6594e4e045de>.

Tourist-Information Trier Stadt und Land 2006. Willkommen in der ältesten Stadt Deutschlands. Viitattu 09.10.2006. www.trier.de

Tourist-Information Trier Stadt und Land 2006. Sehenswert. Viitattu 09.10.2006.

<http://redaktion.trier.de/praefectus/trier?tourist>

Unesco 2006. World Heritage List. Viitattu 20.10.2006. <http://whc.unesco.org/en/list/>

Unesco 2006. Upper Middle Rhine Valley. Viitattu 27.11.2006.

<http://whc.unesco.org/en/list/1066>

Wikipedia 2006. Rheinland-Pfalz. Viitattu 20.10.2006.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Rheinland-Pfalz>

ALUSTAVA HINNOITTELU

KULTTUURIMATKA

- Hotellimajoitukset
 - Hotel Carlston
 - Kahdenhengen huoneessa 40 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 65 € / hlö
 - Hotel Astoria
 - Kahdenhengen huoneessa 39,5 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 62 € / hlö
 - Hotel Hohenzollern
 - Kahdenhengen huoneessa 28 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 38,50 € / hlö
 - Hotel Tenner
 - Kahdenhengen huoneessa 41*2 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 70*2 € / hlö
 - Neckar Hotel Heidelberg
 - Kahdenhengen huoneessa 48 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 131 € / hlö
- Bussikuljetukset 55 € / hlö
- Englanninkielinen opastus Trierissä 7 € / hlö
- Englanninkielinen opastus Neustadtissa 2 € / hlö
- Sisäänpääsy Porta Nigraan ja Keisarilliseen kylpylään 3,20 € / hlö
- Jokiristeily Koblenz-Bingen 25,40 € / hlö
- Viinimaistajaiset 15 € / hlö

- Yhteensä
 - Kahdenhengen huoneessa 345,10 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 544,10 € / hlö

- Ei sisällä suomalaisen matkanjohtajan palveluita, lentoja eikä kateprosenttia

WELLNESS-MATKA

- Hotelli Fronmühle
 - Kahdenhengenhuoneessa 46,50*3 € / hlö
 - Yhdenhengenhuoneessa 72*3 € / hlö
- Bussikuljetukset 50 € / hlö
- Viinimaistajaiset 15 € / hlö
- Kokovartalohieronta Kurzentrum-kylpylässä 29 € / hlö
- Erikoiskylpy Kurzentrum-kylpylässä 24 € / hlö
- Sisäänpääsy Salinarium-kylpylään 11,50 € / hlö

- **Yhteensä**
 - Kahdenhengen huoneessa 269,00 € / hlö**
 - Yhdenhengen huoneessa 345,50 € / hlö**

- **Ei sisällä suomalaisen matkanjohtajan palveluita, lentoja eikä kateprosenttia**

URHEILUMATKA

- Hotellimajoitukset
 - Hotel Tenner
 - Kahdenhengen huoneessa 42 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 70 € / hlö
 - Pension Bergterrasse
 - Kahdenhengen huoneessa 36*2 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 35*2 € / hlö
 - Hotel Moulin de la walk
 - Kahdenhengen huoneessa 33,5 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 67 € / hlö
 - Aamiainen 7 € / hlö

- Hotel Luxhof
 - Kahdenhengen huoneessa 41,5 € / hlö
 - Yhdenhengen huoneessa 83 € / hlö
- Bussikuljetukset 50 € / hlö
- Junamatka 24.4 Wissemburg-Wörth am Rhein 7 € / hlö
- Pyörävuokra (5vrk) 70 € / hlö
- Matkatavarakuljetukset 10 € / hlö
- Viinimaistajaiset 15 € / hlö

- **Yhteensä**
 - Kahdenhengen huoneessa 348,00 € / hlö**
 - Yhdenhengen huoneessa 449,00 € / hlö**

- **Ei sisällä suomalaisen matkanjohtajan palveluita, lentoja eikä kateprosenttia**

YHTEISTYÖKUMPPANIT

KULTTUURIMATKA:

- Hotellit:

Hotel Carlton ***

7/9, rue de Strasbourg, 2561 Luxemburg
Puh. +352 29 96 60, Fax. +352 29 96 64
www.carlton.lu

Hotel Astoria ***

Bruchhausenstr. 4, 54290 Trier.
Puh. 0651/978350, fax. 0651/41121
www.astoria-hotel.de

Hotel Hohenstaufen ***

Schüller-Str. 41-43, 56068 Koblenz
Puh. 0261/30140, fax. 0261/3014444
www.hohenstaufen.de

Hotel Tenner ***

Mandelring 216, 67433 Neustadt-Haardt.
Puh. 06321-9660, fax. 06321-96610
www.hotel-tenner.de

Neckar Hotel Heidelberg ***

Bismarckstraße 1, 69115 Heidelberg
<http://www.deutsche-staedte.com/heidelberg/hotels/neckarhotel>

- **Lufthansa**

- Bussiyritys:

Jozi – Reisen GmbH

Gewerbegebiet Am Bahnhof, 54338 Schweich
Puh. 065025090, fax. 065027583
www.jozireisen.de

- Viinitila: **Weingut Weegmüller**

Mandelring 23, 67433 Neustadt an der Weinstrasse - OT Haardt
Puh. 0 63 21 / 8 37 7, Fax. 0 63 21 / 48 07 72
www.weegmueller-weine.de

WELLNESS-MATKA

- **Finnair**
- Bussiyritys:
Busverkehr Zipper GmbH
Maybachstraße 3, 67269 Grünstadt
Puh. 06359/82848, Fax 85565
www.busverkehr-zipper.de
- Hotelli **Fronmühle**
Salinenstr.15, 67098 Bad Dürkheim
Puh. 0632294090, fax. 06322940940
<http://www.hotel-fronmuehle.de/>
- **Salinarium**-kylpylä
Kurbrunnenstrasse 28, 67098 Bad Dürkheim
Puh. 06322935865, fax. 063225032
www.salinarium.de
- **Kurzentrum**- kylpylä
Staatsbad Bad Dürkheim GmbH
Kurbrunnenstraße 14, 67098 Bad Dürkheim
Puh. 063229640, Fax. 06322964107 www.kurzentrum-bad-duerkheim.de
- Viinitila: **Weingut Weegmüller**
Mandelring 23, 67433 Neustadt an der Weinstrasse - OT Haardt
Puh. 0 63 21 / 8 37 7, Fax. 0 63 21 / 48 07 72
www.weegmueller-weine.de

URHEILUMATKA

- **Finnair**
- Bussiyritys:
Busverkehr Zipper GmbH
Maybachstraße 3, 67269 Grünstadt
Puh. 06359/82848, Fax 85565
www.busverkehr-zipper.de
- Hotellit:
Hotel Tenner ***
Mandelring 216, 67433 Neustadt-Haardt.
Puh. 06321-9660, fax. 06321-96610
www.hotel-tenner.de

Pension Bergterrasse ***

Trifelsstr. 8, Annweiler a. Trifels

Puh.: 06346/7219

www.pension-bergterrasse.de**Hotel Moulin de la walk ****

2, rue de la Walk, 67160 WISSEMBOURG

Puh. 0388940644, fax. 0388543803

www.moulin-walk.com**Rheinhotel Luxhof *****

An der Speyerer Rheinbrücke, 68766 Hockenheim

Puh. 06205-3030, Fax. 06205-30325

www.luxhof.de

- Pyöränvuokraus

Mike's Bike Guide (Martin Schmidt)

Sophienstraße 180, 76185 Karlsruhe

Puh. 0721855494, fax. 07218302482

- Laukkujen kuljetus takseilla

Neustadt: [Acar Taxi](#)

Talstr. 47, 67434 Neustadt an der Weinstraße

Puh. (06321) 219 8

Annweiler: **Taxi Götz**

Puh. (0170) 806 036 7

Wissembourg: **Taxi Candel Sarl**

Puh. ++33 (0)3 88 54 23 01

- Viinitila: **Weingut Weegmüller**

Mandelring 23, 67433 Neustadt an der Weinstrasse - OT Haardt

Puh. 0 63 21 / 8 37 7, Fax. 0 63 21 / 48 07 72

www.weegmueller-weine.de