

Kiertomatkalutuote saksalaisille matkailijoille Keski-Suomen maaseudulla

Ville Väliaho

Opinnäytetyö

Toukokuu 2018

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), Matkailun koulutusohjelma

Tekijä(t) Väliaho, Ville	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2018
	Sivumäärä 43	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Kiertomatkailutuote saksalaisille matkailijoille Keski-Suomen maaseudulla		
Tutkinto-ohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Susanna Nuijanmaa		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella kiertomatkailutuote saksalaisille matkailijoille Keski-Suomen maaseudulle. Tavoitteena oli suunnitella tuote paikallisille matkailuyrittäjille käytettäväksi. Tutkimuskysymys oli selvittää saksalaisten matkailijoiden matkailutottumuksia, mielenkiinnon kohteita maaseutumatkailun aktiviteeteista ja heidän mielenkiintoaan Suomen matkailua kohtaan.</p> <p>Teoriaosuus koottiin etsimällä tietoa Keski-Suomesta, hyvinvointimatkailusta, maaseutumatkailusta, Saksasta matkailun lähtömaana sekä saksalaisten matkailijoiden tavoista ja matkailukäyttäytymisestä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä tutkimusta, joka toteutettiin verkkokyselynä. Sen tuloksena saatiin 48 kappaletta monipuolisia vastauksia satunnaisilta saksalaisilta henkilöiltä.</p> <p>Tuloksena oli kiertomatkailutuote, johon sisältyy viisi kohdepaikkaa Keski-Suomen alueella. Suunnittelussa oli tärkeää tehdä siitä sellainen, joka vastaa mahdollisimman paljon kyselyyn vastanneiden suurimpia mielenkiinnon kohteita. Tuotteen teemana ovat luonnon tarjoamat elämykset ja rentoutuminen. Tuotteen kohderyhmänä ovat luonnon rauhasta nauttivat saksalaiset matkailijat.</p> <p>Lopputuloksena oli onnistunut tuote, joka on valmiina toteutettavaksi paikallisille matkailuyrittäjille. Opinnäytetyön tavoite onnistui hyvin alkuperäisen suunnitelman mukaisesti ja kehitetty tuote sopii saksalaisille matkailijoille ja tarvittaessa myös muistakin Euroopan maista tuleville.</p>		
Avainsanat (asiasanat) kiertomatkailutuote, Saksa, saksalaiset matkailijat, Keski-Suomi, maaseutumatkailu, hyvinvointimatkailu, luonto		
Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Väliäho, Ville	Type of publication Bachelor's thesis	Date May 2018 Language of publication: Finnish
	Number of pages 43	Permission for web publication: x
Title of publication Tour trip product in the countryside of Central Finland for German tourists		
Degree programme Degree Programme in Tourism		
Supervisor(s) Nuijanmaa, Susanna		
Assigned by		
Abstract <p>The aim of the thesis was to create a tour trip product for German tourists in the countryside of Central Finland. The aim was to design the product for local tourism entrepreneurs to use. The research question was to find out the tourist habits of German tourists, their interest in the activities of rural tourism and their interest in tourism in Finland.</p> <p>The theoretical part was collected by searching for information about Central Finland, welfare tourism, rural tourism, Germany as the source of tourism, and the habits and behavior of German tourists. The quantitative research was conducted as a research method which was conducted as a network survey. As a result, 48 varied answers were received from random German people.</p> <p>The result was a tour trip product with five destinations in the Central Finland area. It was important to design the product that responds as much as possible to the most important points of interests in the survey. The theme of the product is the experiences of nature and relaxation. The target group of the product is German tourists who enjoy nature's peace.</p> <p>In the end, a successful product was made which is ready to be implemented for local tourism entrepreneurs. The purpose of the thesis was well in line with the original plan and the product developed is suitable for German tourists and, if necessary, for tourists from other European countries aswell.</p>		
Keywords/tags (subjects) tour trip product, Germany, German tourists, Central Finland, rural tourism, welfare tourism, nature		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisällysluettelo

1	Johdanto	2
2	Matkailu Keski-Suomessa	2
3	Hyvinvointimatkailu	5
4	Maaseutumatkailu	8
5	Euroja ja Elämyksiä!.....	8
6	Saksalaiset matkailijat	12
	6.1 Saksa matkailun lähtömaana	12
	6.2 Saksalaiset matkailijat Suomessa	16
7	Tutkimuksen toteutus.....	20
	7.1 Kvantitatiivinen tutkimus	20
	7.2 Kvantitatiivinen tutkimus verkossa	22
8	Tutkimustulokset.....	23
9	Kiertomatkatuote	32
10	Pohdinta.....	35
	Lähteet	37
	Liitteet.....	40

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee matkailua Keski-Suomessa ja saksalaisia matkailijoita. Työn tutkimusongelma on saksalaisten matkailijoiden matkailutottumusten ja maaseutumatkailuun liittyvien mielenkiinnon kohteiden selvittäminen. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää saksalaisten matkailijoiden tavoista, matkailutottumuksista ja mielenkiinnon kohteista, ja suunnitella heitä varten kiertomatkailutuote Keski-Suomen maaseudulle. Idea aiheeseen on saatu kesällä 2017 Euroja ja Elämyksiä –nimiseltä yritysryhmältä. Ryhmässä oli tavoitteena lisätä ulkomaalaisten ja erityisesti Keski-Euroopasta tulevien matkailijoiden määrää Keski-Suomen alueella. Tutkimuksen kohdemaaksi valittiin Saksa, koska se on merkittävä maa Euroopassa matkailun kannalta ja saksalaisten matkailijoiden määrä on Suomessakin ollut kasvussa viime vuosina.

Tässä työssä esitellään Keski-Suomea matkailukohteena ja Euroja ja Elämyksiä -ryhmään kuuluvat kymmenen Keski-Suomessa toimivaa maaseutumatkailuyritystä. Työssä selvitetään myös hyvinvointimatkailua teemana, Saksaa matkailun lähtömaana, saksalaisten matkailijoiden matkailu- ja kuluttajakäyttäytymistä sekä heidän suhdettaan Suomen matkailuun. Tutkimus toteutettiin saksalaisille suunnattuna verkkokyselynä, jolla selvitettiin millaisia asioita ja aktiviteetteja Saksasta kotoisin olevat matkailijat haluaisivat lomamatkoillaan kokea ja tehdä. Näiden tulosten avulla tullaan räätälöimään heille kiertomatkailutuote, jota tietyt yrittäjät Euroja ja Elämyksiä –ryhmästä voisivat halutessaan käyttää hyödykseen.

2 Matkailu Keski-Suomessa

Keski-Suomi on Suomen maakunta, jossa on 276 071 asukasta (vuonna 2017). Maakunta on tunnettu kauniista luonnostaan, useista suurista järvistään ja

mahtavista metsistään. Matkailun näkökulmasta maakunta tarjoaa erityisesti maaseudulta ja luonnosta aktiviteetteja etsiville matkailijoille. Keski-Suomen maakunta kuuluu matkailumaantieteellisesti Suomen järviolueeseen. ”Tuhansien järvien maa” on muodostunut aikojen saatossa jo koko Suomen matkailuimagoksi, ja järviolue, Keski-Suomi mukaan lukien, on tämän tavaramerkin ydinaluetta. Keski-Suomessa korostuu tyypillinen suomalaismaisema, jonka keskeisiin elementteihin kuuluvat vesi, metsät ja harjut. Maakunnan luonnon monipuolisiin aktiviteetteihin kuuluvat muun muassa erinomaiset kalastusmahdollisuudet, lomamökit järvien rannoilla, juhlapalveluita ja perinteisiä ruokia tarjoavat maalaistalot sekä kesäisin järjestettävät järviristeilyt. Keskeisen sijaintinsa ansiosta Keski-Suomeen on myös hyvät ja nopeat kulkuyhteydet muualta Suomesta. (Keski-Suomi – Luonnostaan Loma-Suomi N.d; Vuoristo 2002, 98; Väkiluku N.d.)



Kuvio 1. Keski-Suomen maakunnan vaakuna. (Keskisuomi.fi N.d.)

Keski-Suomen maakuntakeskus on 130 000 asukkaan Jyväskylä, ja se on samalla myös koko maakunnan kulttuurikeskus. Jyväskylässä matkailijat voivat viettää tyypillisen kaupunkiloman ja tutustua kaupungin monipuoliseen kulttuuritarjontaan, joka sisältää lukuisia ravintoloita ja museoita. Arkkitehtuurin ystäville Jyväskylässä on Alvar Aalto-museo ja kyseisen arkkitehdin yhteensä 28 suunnittelemaa rakennusta. (Tervetuloa Alvar Aallon pääkaupunkiin! N.d; Väkiluku N.d.)

Suomen seitsemästä Unescon maailmanperintökohteesta kaksi sijaitsee Keski-Suomen alueella. Nämä kohteet ovat vuonna 1765 valmistunut Petäjaveden vanha kirkko ja Oravivuorella sijaitseva Struven ketjun mittauspiste.

(Maailmanperintökohteet Suomessa N.d.)

Keski-Suomi julistettiin vuonna 2015 Suomen saunamaakunnaksi. Tämä tarkoittaa sitä, että saunasta on tullut yksi Keski-Suomen keskeisimmistä matkailutuotteista, minkä vuoksi matkailuyritykset tekevät yhteistyötä edistääkseen saunabisnestä matkailussa. (Keski-Suomi – Luonnostaan Loma-Suomi N.d; Keski-Suomi Saunamaakunta N.d.)

Keski-Suomen maakunnassa on yhteensä viisi kansallispuistoa, mikä on toiseksi eniten kaikista Suomen maakunnista kansallispuistojen määrässä heti Lapin jälkeen. Keski-Suomen alueella sijaitsevat kansallispuistot ovat nimeltään Pyhä-Häkki, Etelä-Konnevesi, Isojärvi, Leivonmäki sekä Salamajärvi. (Kansallispuistot – Upeinta Suomea N.d.)

Ulkomaalaisten matkailijoiden eniten suosimat kohteet Suomessa ovat Lappi ja Helsinki, mutta Keski-Suomellakin on paljon potentiaalia kasvattaa sinne suuntautuvaa matkailua. Maakunnan osuus koko Suomen matkailusta on suunnilleen 6,5 prosenttia, ja sen majoituspalveluiden yli miljoonasta yöpymisvuorokaudesta noin 14 prosenttia vuosittain on ulkomaalaisia matkailijoita. Kuten Lapissa, on Keski-Suomessakin erämaa-alueita, joissa matkailijat voivat nauttia kauniin luonnon rauhallisesta ilmapiiristä ja vieraila kansallispuistoissa. Ilmastonmuutos on vaikuttanut Suomenkin kesien pitenemiseen, joten lomamatkailu on mielekästä mihin vuodenaikaan tahansa. Yksi Lapin matkailun vetonauloista on revontulet, joita katsomaan matkustetaan jopa Aasiasta asti. Myös Keski-Suomessa on mahdollisuus nähdä revontulia ja harrastaa muitakin usein Lappiin liitettäviä aktiviteetteja, esimerkiksi husky- ja moottorikelkkasafareita. Maakunnalla onkin tavoitteena luoda Keski-Suomesta koko maan järvimatkailun ykköskohde. Järvi-Suomen alueella ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymiset kasvoivatkin jo 12 prosenttia vuonna 2017. (Kaikkien aikojen matkailuvuosi 2018; Pasanen 2017; Keski-Suomi voi ottaa osansa matkailun kasvusta 2017.)



Kuva 1. Keski-Suomen kaunista metsä- ja järvimaisemaa. (Kestavaelamantapa.fi N.d.)

3 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu on kasvamassa oleva trendi matkailualan kansainvälisillä markkinoilla. Trendiä on selitetty muun muassa sillä, että koska kaupungistuminen on kiihtynyt, ovat kaupunkiympäristössä elävät stressaantuneet ihmiset oppineet arvostamaan ympäristöä uudella tavalla. Ihmiset haluavat huolehtia hyvinvoinnistaan myös lomaillessaan ja päästä rentoutumaan maaseudun ja luonnon rauhaan, vastapainoksi kuluttavalle arkielämälle. (FinRelax-konsepti 2018; Nikkola 2016.)

Hyvinvointi on erittäin laaja käsite, jonka merkitys voi vaihdella hyvinkin paljon erilaisten ihmisten henkilökohtaisten tarpeiden mukaan. Esimerkiksi terveysturmatkailussa matkan motiivina on yleensä oman terveyden parantaminen tai edistäminen erilaisten hoitojen sekä muiden vastaavien palveluiden avulla. Näiden palveluiden perässä matkustetaan omalta kotipaikkakunnalta muualle. Useissa maissa terveysturmatkailuun on kiinnitetty entistä enemmän huomiota, sillä sen suosio tuo potentiaalia matkailun kohdemaan taloudelliseen kasvuun. Matkailun edistämiskeskuksen tekemän selvityksen mukaan terveysturmatkailu on kattotermi, jonka alle lukeutuvat sekä hyvinvointimatkailu että terveydenhoitomatkailu. Siinä

missä terveydenhuoltomatkailu keskittyy lähinnä lääketieteellisiä toimenpiteitä tarjoavien palveluiden käyttämiseen, on hyvinvointimatkailu suurempi kokonaisuus, joka sisältää monia erilaisia tuotteita ja palveluja. Hyvinvointimatkailun keskeisiä tuotteita ovat esimerkiksi virkistyshoidot, vesikylvyt, luontaishoidot, saunapalvelut sekä erilaiset liikuntapalvelut. Näiden tuotteiden päällimmäinen tarkoitus on auttaa parantamaan ja ylläpitämään kehon ja mielen hyvinvointia. (Suontausta & Tyni 2005, 26, 39-41.)

Yksi hyvinvointimatkailun keskeinen käsite on wellness-tuote. Wellness-tuotteeseen voi kuulua yksi tai useampi hyvinvointimatkailuun liittyvä palvelu. Lisäksi siihen sisältyy usein myös jokin kulttuurinen elämys. Wellness-tuote on suunniteltu aistien stimuloitumiseksi oikeanlaisessa ympäristössä. Lisäksi siinä on otettu huomioon paikan, ilmapiirin, palvelun ja ammattitaitoisen henkilökunnan tasokkuus. Näistä kaikista muodostuu kokonaisuus, joka sisältää hemmottelu- ja luksuselementtejä. Yleensä wellness-matkailu ymmärretään samaksi asiaksi kuin terveystmatkailu, mutta sen katsotaan olevan yksi terveystmatkailun alaluokista. Näissä kahdessa matkailun käsitteessä on kuitenkin eroja. Siinä missä terveystmatkailun tavoitteena on jonkin sairauden parantaminen, on wellness-matkailussa päämääränä terveyden edistäminen ja ylläpito yleisesti sekä potentiaalisten sairauksien ennaltaehkäiseminen. Tyypillinen wellness-loma suuntautuu yleensä esimerkiksi kylpylöihin, joissa erilaisten luksuspalveluiden lisäksi on tarjolla myös sairauksien parantamiseen tarkoitettuja palveluita. Siksi joitain palveluita voidaan kohdistaa molemmille kohderyhmille, sekä wellness-matkailijoille että terveystmatkailijoille. (Suontausta & Tyni 2005, 40-42.)

Japanilaiset tutkijat ovat tutkineet luonnon hyödyllisestä vaikutuksesta terveyteen. Tuloksissa on todettu pitkien metsäretkien vahvistavan immunitettia ja parantavan vastustuskykyä. Jo lyhytkin, noin puolen tunnin oleskelu luonnon keskellä auttaa stressistä palautumista. Pidempien luontoretkien terveysvaikutukset ovat siis luonnollisesti paljon vahvempia. Se, minkälainen luontoympäristö sopii parhaiten itse kullekin, on hyvin yksilöllistä. Joillekin kaupungissa sijaitseva puisto on jo riittävä ympäristö rentoutumiseen, mutta moni tarvitsee pidemmän luontoretken maaseudulle tai kansallispuistoihin saavuttaakseen paremman ja rentouttavamman luontokokemuksen. Kaupunkilaiset eivät välttämättä ole tottuneet luonnossa

liikkumiseen, mikä voi aiheuttaa turvattomuuden tunnetta metsässä. Sillä taas on negatiivinen vaikutus rentoutumisen kokemiseen, minkä vuoksi on tärkeää, että opastettuja ja ohjattuja retkiä on tarjolla. (Nikkola 2016.)

Hyvinvointimatkailu Suomessa

Suomessa on erittäin hyvät mahdollisuudet luonnolliseen ja rentouttavaan hyvinvointilomaan, joten kansainvälisille markkinoille suunnatuille hyvinvointimatkailutuotteille on reilusti potentiaalia. Tuotteita on mahdollista saada esimerkiksi ryhmille, yksin matkustaville, kiertomatkailijoille ja pitkälle sekä lyhyelle lomalle. Suomen tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ovat rauhallinen luonto, puhtaat vesistöt ja metsät, pohjoinen eksotiikka ja saunakulttuuri. Näihin kotimaisiin hyvinvointia tarjoaviin elementteihin kannattaakin keskittyä, jotta Suomi pystyisi erottumaan hyvinvointipalveluiden tarjonnasta myös kansainvälisillä markkinoilla. On tärkeää korostaa kotimaisten tuotteiden hyvinvointilähtöisyyttä ja kansainvälisten asiakkaiden huomioimista keskeisinä tekijöinä kaikessa tiedottamisessa. (FinRelax-konsepti N.d.)

Oikeanlaisen tuotekehityksen ja markkinoinnin avulla Suomi saadaan profiloitumaan hyvinvointimatkailun kohdemaaksi. Suomessa terveys- ja hyvinvointimatkailulla on jo pitkät perinteet. Kylpylätoimintaa on harjoitettu Ruotsin vallan ajasta lähtien ja kylpylät alkoivat yleistymään Suomessa 1800-luvun puolivälin jälkeen, kun terveyslähteitä löytyi yhä enemmän. Kylpyläkohteita perustettiin muun muassa Naantaliin, Lappeenrantaan, Savonlinnaan, Loviisaan, Heinolaan, Kuopioon, Iisalmeen, Helsinkiin ja Hankoon. Kylpylöiden tärkein tehtävä oli alun perin tarjota hoitoa erilaisiin sairauksiin ja muihin vaivoihin. Erikoisempina hoitomuotoina käytettiin muun muassa savi- ja mutakylpyjä. Kylpylöiden yhteyteen muodostui perinteisten terveyspalveluiden lisäksi kuitenkin myös viihdepalveluita ja erilaisia aktiviteetteja, kuten huviretkiä ja illanviettoja. Suomen kylpylätoiminta nykyaikaistui 1980-luvun loppuun mennessä, jolloin maahan ryhdyttiin rakentamaan viihdekylpylöitä, joiden palveluntarjonta keskittyi pääasiassa vapaa-

ajan viettoon ja stressistä palautumiseen. Nykyisin Suomen kylpylät ovatkin jakautuneet viihdekylpylöihin ja kuntoutuskeskuksiin. (Suontausta & Tyni 2005, 12-13.)

4 Maaseutumatkailu

Maaseutumatkailun voidaan määritellä monella tapaa. Käsitteeseen voivat kuulua kaikki maaseudulla asuvien ihmisten tarjoamat luonnonvaraiset matkailuaktiviteetit ja kaikki sellainen matkailu, joka tapahtuu taajama-alueiden ulkopuolella. Maaseutua on myös vaikea määritellä yksiselitteisesti. Yleensä sen katsotaan tarkoittavan aluetta, jossa on vähän asukkaita ja joka sijaitsee kaukana suurista asutuskeskuksista. Yleisin alueella harjoitettu elinkeino on maatalous. Vaikka maatalouden käsitetäänkin kuuluvan automaattisesti maaseutumatkailuun, ei nykyään kaikkialla maaseudulla toimintaansa harjoittavien matkailuyritysten yhteydessä sitä ole. Maaseudulla tapahtuva matkailu on alkanut syrjäyttää varsinaista maatilataloutta elinkeinona. Maaseutumatkailun tärkeimpiä elementtejä, joihin sen koko vetovoima perustuu, ovat puhdas luonto, asutuksen väljyys sekä paikallisten ihmisten kulttuuri ja osaaminen. Maaseutumatkailua harjoittavat enimmäkseen pienehköt perheyrytykset, jotka rajallisista resursseistaan huolimatta ovat viime vuosikymmenien aikaan kyetneet tuottamaan monipuolista ja nykyaikaista palvelua. (Borg 1997, 9-15; KTM Maaseutumatkailun toimialaraportti 1997.)

5 Euroja ja Elämyksiä!

Euroja ja Elämyksiä! on yritysryhmä, joka muodostuu kymmenestä Keski-Suomessa toimivasta maaseutumatkailupalveluja tuottavasta yrityksestä. Ryhmään kuuluvat

yritykset ovat EräVaris, Koskenpään Rantapirtti, Lakomäen metsäkartano, Lamminmäen tilat, Pikku Peura, Kartano Kultaranta, Taipaleen tila, Taulun kartano, Villipeura sekä Varjolan tila. Ryhmän tavoitteena on yhteismarkkinoinnin, myynnin kehittämisen ja verkostoitumisen avulla saada maaseutumatkailuyritysten liiketoiminta kannattavammaksi ja kasvattaa myyntiä. Hankkeen kokonaisbudjetti on yhteensä 80 000 euroa ja hanketta rahoittavat Manner-Suomen maaseudun kehittämisrahasto ja yritykset. Seuraavaksi esitellään RealFinland-yrityksryhmässä mukana olevat yritykset.

Varjolan tila on Laukaassa sijaitseva matkailutila, jossa on harjoitettu maanviljelyä ja karjanhoitoa jo viiden sukupolven ajan. Elämysaktiviteetteja siellä on tuotettu jo 15 vuoden ajan. Varjolan tunnelmallisessa koskimiljöössä on mahdollista järjestää kokouksia ja erilaisia juhlatilaisuuksia. Monipuolinen valikoima kokous- ja juhlatiloja tarjoaa mahdollisuuksia järjestää niin pieniä kuin suuriakin tilaisuuksia. Navettaravintolassa vieraat voivat nauttia buffeepöytien ja á la carten herkuista, ja Varjolan saunapalveluissa on tarjolla savusaunoja, Kelosauna, Telttasauna sekä Tallisauna. Varjolan elämysaktiviteetit räätälöidään asiakkaiden toiveiden mukaan, ja siellä on mahdollista harrastaa muun muassa koskenlaskua, patikkaretkiä, koskikalastusta, pyöräilyä sekä husky-, mönkijä- ja moottorikelkkasafareita. (Varjola N.d.)

Taulun kartano on vanhan ajan maalaiskartano, joka sijaitsee Toivakassa Kankaisten kylässä. Kartanon historia ulottuu aina vuoteen 1849, jolloin se toimi sotilasvirkatalona. Nykyisin tunnelmallisessa miljöössä sijaitseva kartano toimii perhehotellina ja tilausravintolana, ja se on osa keskisuomalaisista perheyrittäjä Arts & Crafts Restaurant Oy:tä. Yrityksen toiminnassa vaalitaan vahvasti perinteitä, ja sen pyrkimyksenä on säilyttää vanhoja rakennuksia, joissa olisi modernia liiketoimintaa. Yrityksen arvoissa sanotaankin: *Toimintamme arvopohja rakentuu miljöön, kulttuurin, asiakassuhteen ja työntekijöiden luottamuksen säilyttämiseen. Me uskomme kestävään tekemiseen.* (Taulun Kartano – Juhlaa joka päivään. N.d.)

Ravintola Harmooni on persoonallinen á la carte-ravintola, joka sijaitsee aivan Jyväskylän keskustassa. Rakennus, jossa ravintola sijaitsee, on rakennettu kansallisromanttiseen jugendtyyliin ja alun perin harmoonitehtaan käyttöön vuonna 1910. Rakennus on harvinaisen tyyliinsä vuoksi yksi Jyväskylän maamerkeistä.

Ravintolatoiminta alkoi vuonna 2013. Yritys on osa Arts & Crafts Restaurant Oy:tä, johon myös Taulun Kartano kuuluu. Ravintolan lisäksi Harmooni tarjoaa majoituspalveluita historiallisesti sisustetuissa huoneissaan. (Harmoni Restaurant N.d.)

Lakomäen Metsäkartano on täydenpalvelun matkailu-, kokous- ja juhlapalveluja tuottava perheyritys, joka sijaitsee Kannonkoskella keskellä Pohjoisen Keski-Suomen puhdasta metsämaisemaa. Metsäkartanon toiminta on hyvin luontokeskeistä. Vierailijoilla on mahdollisuus yöpyä ulkona puolijoukkueteltoissa tai sisällä kotoisissa kammareissa. Kartanolta järjestetään myös opastettuja retkiä Pyhä-Häkin kansallispuistoon sekä Karhunpesäkiertoja, joissa tutustutaan kokeneiden metsämiesten opastuksella erilaisiin karhujen talvipesiin. Yksi Metsäkartanon aktiviteeteista on Villiyrtti-hemmottelu. Siinä ohjelmaan kuuluu villiyrttien kerääminen luonnosta, minkä jälkeen niistä valmistetaan virkistävä jalkakylpy ja löylytuoksua saunaan. Ruokalistalla on isäntäväen itse valmistamaa villiruokaa. (Lakomäen Metsäkartano N.d.)

Koskenpäällä Salosveden järven rannalla sijaitseva **Kievari Rantapirtti** on matkailuyritys, joka tarjoaa erilaisten juhlien ja tilaisuuksien pitoa sekä majoitusta huoneissa, mökeissä ja leirintäalueella. Kievarin keittiön erikoisuus on suomalainen ruoka, joka valmistetaan paikallisen luonnon riistasta. Ruokalistalla on myös vaihtoehtoja kansainvälisistä trendeistä. Kievarin elämys- ja ohjelmapalveluihin kuuluu muun muassa kallioseikkailua, vaijerirataa ja kirkkovenesoutua. Vierailijoilla on myös mahdollisuus päästä ralliauton kyytiin kolme kilometriä pitkällä ralliradalla kokeneen kuljettajan kyyditsemänä. Ohjelmia on mahdollista räätälöidä aina asiakkaiden toiveiden mukaisesti. (Kievari Rantapirtti N.d.)

Lamminmäen Tilat on maatilamajoitusta tarjoava yritys, joka sijaitsee perinteisessä maatilamiljöössä Joutsassa. Yritys sijaitsee aivan nelostien varrella, joten matkailijoiden on helppo löytää perille. Asiakkaiden on mahdollista suunnitella henkilökunnan kanssa hää-, syntymäpäivä- tai perhejuhlia, ja majoitustilat riittävät noin 50 henkilölle. (Lamminmäen tilat N.d.)

Kartano Kultaranta sijaitsee Saarijärven Tarvaalassa yli 250 metrin luonnonhiekkarannan vierellä. Kartano tarjoaa vierailleen juhla- ja kokouspalveluita

sekä majoitusta, ja majoituspaikkoja on yhteensä 17 henkilölle. Kartanon tarjoamista saunaelämyksistä on mahdollista valita saunominen perinteisessä savusaunassa, kotasaunassa tai telttasaunassa. Kartanossa järjestetään myös ensiapukursseja ryhmille sekä AuraTransformaatio-hoitoja. (Kartano Kultaranta N.d.)

Erävaris on Viitasaaren Kylmönkoskella sijaitseva yritys, joka on erikoistunut tuottamaan laadukkaita elämyspalveluita ja mökkimajoitusta. Näitä palveluita ovat esimerkiksi kalastusretket, metsästysretket ja melontaretket. Elämyspalvelut on mahdollista järjestää sekä yksityisille että yritysryhmille. Kalastusretket tapahtuvat Kolima-Keiteleen koskireitillä, joka on kuuluisa luonnontaimenistaan. Retkillä mukana on aina opas, joka neuvoo kalapaikkojen sijainnit. Metsästysretkien riistaan taas kuuluu niin hirviä, jäniksiä, metsäkanalintuja kuin pienpetojakin. Muita Erävariksen järjestämiä elämyspalveluita ovat erilaisten melontaretkien lisäksi myös extreme-lajit, kuten 120 metriä pitkä vaijeriliuku ja köysilaskeutuminen kalliolta tai näkötorvista. (Erävaris N.d.)

Hannunkiven lomakylä sijaitsee Kivijärvellä, koko eteläisen Suomen laajimman erämaa-alueen ympäröimänä. Lomakylässä on yhteensä 36 tasokasta mökkiä majoittumista varten. Alueella sijaitsee Salamajärven kansallispuisto, jossa on mahdollista tutustua monipuolisiin patikointi- ja vaellusreitteihin sekä kesäisin että talvisin. Kansallispuistoista kiinnostuneille myöskään Saarijärvellä sijaitsevaan Pyhä-Häkin kansallispuistoon ei ole pitkä matka Lomakylästä. Kivijärvi on tunnettu hyvänä kalastuspaikkana, ja soutuveneet ovat Hannunkiven asiakkaille vapaassa käytössä. (Villipeura N.d.)

Pikku Peura on riistaravintola, joka sijaitsee Ylilestissä lähdepohjaisen Valkeisjärven rannalla. A-oikeudet omaava ravintola on auki vain tilauksesta ryhmille ja siellä tarjoillaan riistaa ja itse tehtyä villiruokaa. Ruokalistalla on muun muassa lohta, siikaa, kuhaa ja hirvenlihaa. Ravintolan vieressä on kolme tasokasta hirsihuvilaa, joihin vieraat voivat majoittua. Pikku Peurassa järjestetään hyvinvointiohjelmia luonnossa. Niitä ovat muun muassa metsäjooga, metsäkylpy ja turvesauna. Matkailijat voivat myös käydä tutustumassa Peuran Polkuun, mikä on Salamajärven kansallispuiston alueella kulkeva 115 kilometrin pituinen retkeilyreitistö. (Pikku Peura N.d.)

Taipaleen Tila sijaitsee Petäjävedellä Piesalan kylässä. Se on vanha sukutila, jonka viljelykset ja karja tuotetaan luomutuotannolla. Tila tarjoaa B&B-majoituspalvelua maatilan alueella sijaitsevilla aittahuoneilla sekä rantamökeillä. Aitoissa majoittuminen on mahdollista toukokuusta lokakuuhun ja niissä on yhteensä 20 vuodepaikkaa. Vieraat voivat nauttia kauniin maalaismaiseman laajasta pihapiiristä ja käydä myös vapaasti tutustumassa tilalla asuviin eläimiin kuten esimerkiksi lehmäkarjaan. Taipaleen tilalla on mahdollista järjestää myös kokous- ja virkistyspäiviä ryhmille sekä erilaisia juhlatilaisuuksia. (Taipaleen Tila N.d.)

6 Saksalaiset matkailijat

6.1 Saksa matkailun lähtömaana

Saksa (saksaksi Die Bundesrepublik Deutschland) on valtio joka sijaitsee Keski-Euroopassa. Maassa elää noin 82 miljoonaa asukasta ja se on näin ollen koko läntisen Euroopan väkirikkain valtio. Saksan pinta-ala on 357 022 neliökilometriä ja asukastiheys siellä on 230 henkilöä yhtä neliömetriä kohti. Saksa on demokraattinen parlamentaarinen liittovaltio joka muodostuu yhteensä 16 eri osavaltiosta. Valtion virallinen päämies on liittopresidentti ja maan hallitusta johtaa liittokansleri. Saksan pääkaupunki on Berliini (saksaksi Berlin) ja se on samalla noin 3,4 miljoonalla asukkaallaan koko maan suurin kaupunki asukasluvultaan. Muita isoja ja tärkeitä kaupunkeja ovat Hampuri (saksaksi Hamburg), München, Köln ja Frankfurt am Main. Saksa on Euroopan Unionin jäsenmaa ja sen virallinen valuutta on euro, kuten Suomessakin. Runsasväkisenä ja taloudellisesti hyvinvoivana maana (Saksassa bruttokansantuote kasvoi 2,2 prosenttia vuonna 2017) Saksa on toiseksi tärkein matkailun lähtömaa koko maailmassa. (Saksa yhdellä silmäyksellä; Saksan

liittotasavalta/die Bundesrepublik Deutschland; Saksalaisten lomamatkailu 2025
2015, 3; Saksan talous pysyy voimissaan 2018.)



Kuvio 2. Saksan liittotasavallan kartta, jossa näkyvät myös kaikki osavaltiot sekä niiden pääkaupungit. (Der Weg N.d.)

Vaikka Saksan sijainti onkin maantieteellisesti melko lähellä Suomea, on saksalaisten kulttuurissa ja tavoissa kuitenkin monin verroin erilaisuuksia suomalaisiin verrattuna. Tämä on tärkeää ottaa huomioon kun suunnitellaan matkailupalveluita saksalaisille asiakkaille. Saksalaiset ovat kuluttajaluonteista kansaa ja matkailu on heille yksi tärkeimmistä kulutuksen kohteista lomakausien aikana. Maan korkea taloustilanne näkyy saksalaisten korkeassa varausasteessa erityisesti kesäsesongin aikaan, sekä kiinnostus laadukkaampiin matkoihin on myös nousussa. Palvelun hyvä laatu on saksalaisille matkailijoille erittäin tärkeä asia, minkä vuoksi saksalaiset voivat antaa itsestään usein mielikuvan todella vaativina asiakkaina. (Badur 2016; Saksa N.d; Totuus saksalaisista suomalaisten silmin 2010.)

Saksassa työssäkäyvillä ihmisillä on pidemmät lomat kuin Suomessa, joten heillä on yleensä runsaasti aikaa matkusteluun vapaa-ajallaan. Vuoden aikana saksalaiset tekevät yhteensä noin 70 miljoonaa lomamatkaa, joista ulkomaat ovat matkakohteina noin 60 miljoonalle. Saksalaisten lomamatkoista 89% suuntautui muihin Euroopan maihin vuonna 2014. Ulkomaan kohdemaista suosituimpia ovat Välimeren maat, joista Espanja on suosituin ja toisella sijalla ovat Italia ja Turkki. Pohjoismaihin suuntaavien saksalaisten lomamatkailijoiden osuus oli 2,7% vuonna 2015. Tyypillinen saksalainen kuluttaa lomaansa keskimäärin noin 1071 euroa yhtä lomamatkaa kohdin. (Saksalaisten lomamatkailu 2025 2015, 3, 16; Tiesitkö tämän Saksasta ja saksalaisista? 2010.)

Saksassa jakelukanavat toimivat erinomaisesti, koska matkanjärjestäjiä maasta löytyy yli 2500 ja matkatoimistoja on yli 9800 kappaletta. Liikkumisen kannalta on ollut hyvin tärkeää se, että lentoyhtiöt ovat laskeneet hintojaan ja monipuolistaneet palveluntarjontaansa. Tämän ansiosta lentoliikenteen matkustajamäärät ovat kasvaneet reippaasti ja jo yksinomaan Saksassa matkustajamäärät ovat kasvaneet vuosien 1991-2013 välisenä aikana noin 5,1 miljoonalla jokaisen vuoden aikana. Useimmat saksalaiset tottuneina matkailijoina arvostavat korkeaa laatua palveluilta ja ovat näin myös valmiita maksamaan tuotteista enemmän, mikäli korkea hinta vastaa myös korkeaa palvelun tasoa. (Badur 2016; Saksalaisten lomamatkailu 2025 2015, 3, 9.)

Saksalaisten motiivit lomamatkailuun ovat pysyneet jokseenkin samana viimeisten neljänkymmenen vuoden aikana. Tärkein syy matkustamiseen on yleensä ottaa

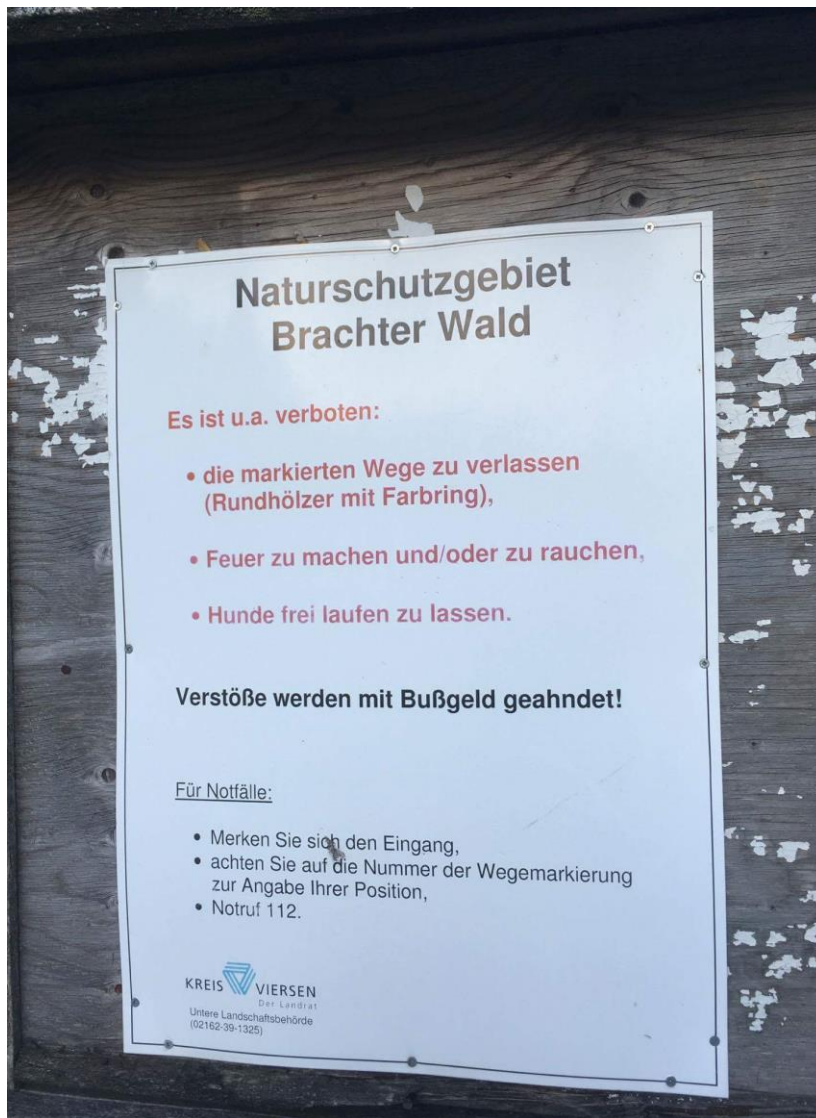
vapaata arjesta ja päästä rentoutumaan. Matkojen teemoista suosituimpia ovat olleet rantalomat (42%), lepolomat (37%), luontomatkailu (29%), perhelomat (27%) ja elämymatkailu (22%). Näistä erilaisista matkailun muodoista hyvinvointi- ja luontomatkailu ovat olleet vahvasti nousussa, kun taas lepo- ja terveyslomat ovat sitä vastoin olleet laskemaan päin. Kaikista matkailuun kuuluvista markkinoista eniten kasvussa on ollut niin sanottu luksusegmentti, mikä sisältää muun muassa kylpylälomat, risteilyt sekä kiertomatkailun. (Saksalaiset lähtövalmiina 2014; Saksalaisten lomamatkailu 2025 2015, 12.)

Saksalaisen arvomaailman yksi keskeisimpiä piirteitä täsmällisyys. Saksalaiset viihtyvät parhaiten omalla mukavuusalueellaan silloin kun he saavat järjestellä asiansa ja aikataulunsa sellaiseen muottiin, joka on hyvin hallittavissa. Tämän vuoksi saksalaiset suunnittelevat myös lomansa huolellisesti. Tulevaan potentiaaliseen matkakohteeseen tutustutaan tarkasti ennen lopullista ostopäätöstä etsimällä siitä tietoa muun muassa matkailuesitteistä, internetistä ja sosiaalisen median kanavista. Yksi tärkeimmistä asioista joita saksalainen matkailija arvostaa erityisesti, on mahdollisuus saada saksankielistä palvelua. Yli 95 prosenttia Saksan kansalaisista puhuu äidinkielenään saksaa, joten se on luonnollisesti suurimman osan kyseisestä maasta tulevien matkailijoiden äidinkieli. Vaikka saksalaiset yleisesti ottaen osaavat englantiakin hyvin (Englannin kielen osaamisessa yhdeksäs sija 80:stä maasta vuonna 2016 tehdyn Education First – tutkimuksen mukaan), haluavat he kuitenkin kaikista mieluiten saada palvelua omalla äidinkielellään aina kuin mahdollista. Mikäli siis informaatiota matkakohteesta löytyy välittömästi saksaksi, on mahdollisuus saksalaisen kiinnostukseen paljon suurempi. Myös matkakohteissa olisi ainakin ruokalistojen menut sekä muut luettavat tiedot hyvä olla kirjoitettuna saksaksi, vaikka itse asiakaspalvelua ei olisikaan mahdollista saada tällä kyseisellä kielellä. (Badur 2016; Business etiquette N.d; Here's where Germans speak the best (and worst) English N.d; Zimmermann 2018.)

6.2 Saksalaiset matkailijat Suomessa

Vuoden 2017 aikana kokonaistilastoissa saksalaiset olivat toiseksi suurin ulkomaalaisten matkailijoiden ryhmä Suomessa 614 086 yöpymisten lukumäärällä. Ensimmäisellä sijalla olivat venäläiset 809 384 yöpymisellään. Saksalaiset olivat kuitenkin saman vuoden kesäkuun aikana suurin yksittäinen ryhmä kaikista Suomeen matkustavista ulkomaalaisista turisteista. Tilastokeskuksen kesäkuussa 2017 tehdyn mittauksen mukaan saksalaisten matkailijoiden yöpymisten määrä Suomessa oli yhteensä 82 500, siinä missä ruotsalaiset matkailijat jäivät toiseksi 63 000 yöpymisvuorokaudellaan ja venäläiset matkailijat kolmansiksi 54 000 yöpymisvuorokaudella. (Jantunen 2017; Kaikkien aikojen matkailuvuosi 2018.)

Saksalaiset ovat harjoittaneet yleisesti Suomeen kohdistuvaa lomamatkailua aina 1920-luvulta asti. Eniten heitä on houkutellut Suomessa luonnon kauneus sekä keskiyön aurinko kesäisin. Yksi tärkeä eroavaisuus Saksan ja Suomen välisessä luontomatkailussa ovat jokamiehenoikeudet ja niiden puuttuminen Saksassa. Jokamiehenoikeuksilla tarkoitetaan mahdollisuutta vapaaseen liikkumiseen luonnossa ilman lakien tai maanomistajien kieltoa. Suomessa jokamiehenoikeus on lähes ainutlaatuinen asia, sillä kaikista maailman maista ainoastaan Norjassa ja Ruotsissa on Suomen lisäksi samanlainen vapaus luonnossa liikkumiseen. Saksassa vastaavasti samankaltaisia oikeuksia ei ole. Säännöt, miten luonnossa kuuluu toimia, on laadittu osavaltiokohtaisesti. Muun muassa leiriytyminen minne tahansa luonnossa on kielletty lailla, eikä se ole siis sallittua ilman kyseisen alueen maanomistajan lupaa. (Jokamiehenoikeus 2012; Saksalaisten lomamatkailu 2025 2015, 3; Terkelsen 2017.)



Kuva 2. Tässä on esimerkkinä Saksan Nordrhein-Westfalenin osavaltion Viersenin kaupungissa sijaitsevan paikallisen luonnonsuojelualueen säännöt. Suomennettuna siinä sanotaan, että on kiellettyä poistua merkityltä reitiltä, tehdä tulta, tupakoida tai pitää koiria vapaana alueen sisällä. Sääntöjen rikkomisen seurauksena joutuu maksamaan sakkoja. (Sanni Kupke N.d.)

Suomella on maana yleisesti ottaen positiivinen maine saksalaisten mielikuvissa ja myös suomalainen kulttuuri on Saksassa jokseenkin tunnettua. Visit Finlandin vuonna 2010 tilaaman kyselyn mukaan saksalaiset ovat lomailleet Suomessa huomattavasti enemmän kuin vaikkapa ranskalaiset tai britit ovat tehneet, sekä 66% saksalaisista harkitsisi Suomea lomakohteena. Tästä huolimatta muut Pohjoismaat ovat kuitenkin paljon tunnetumpia ja suositumpia matkailukohteita saksalaisille. Ruotsi, Norja ja Tanska ovat saavuttaneet oikeanlaisella markkinoinnilla ja segmentoinnilla vahvan aseman Saksan markkinoille, ja näistä markkinointitaktiikoista olisi suomalaisillekin

matkailupalveluiden tarjoajille paljon hyödyllisiä esimerkkejä. Esimerkiksi näissä maissa on tarjolla mökkimatkailua sekä kiertomatkoja, jotka ovat jo houkutelleet isoja kuluttajaryhmiä luokseen. Itämeren rannalla sijaitsevien kaupunkien läheisyys on edesauttanut risteilyjenkin suosiota muihin Pohjoismaihin, sillä Pohjois-Saksan suurista satamakaupungeista kuten Hampurista ja Kielistä on monien paikallisten helppoa ja kätevää lähteä lomamatkalle laivalla. Tanskalla myös rajanaapuruus Saksan kanssa edesauttaa saksalaisten matkailijoiden päätöstä suunnata lomamatkansa sinne. Ruotsissa pitempien perinteiden lisäksi myös avoimempia ja yleisesti paremmalla kielitaidolla varustettuja, mikä antaa paremmat eväät onnistuneeseen markkinointiin. Kaiken kaikkiaan muiden Pohjoismaiden kanssa kilpaileminen on yksi suurimmista haasteista suomalaiselle matkailualalle, kun yritetään tavoitella saksalaisia matkailijoita. (Leisti 2017; Saksalaisten lomamatkailu 2025 2015; Saksalaiset lähtövalmiina 2014; Suomen matkailualan kannattaisi panostaa Ruotsiin 2015; Suomen tunnettuus ja mielikuva 2011.)

Koska Suomessakin on suurin piirtein samanlaiset olosuhteet kuin muissakin Pohjoismaissa luonnon kannalta katsottuna, olisi siis täälläkin hyvin runsaasti potentiaalia markkinoida Suomen matkailua Saksan markkinoille. Pohjois-Eurooppaan suuntautuvat kiertomatkat ovat jatkuvasti kasvamassa oleva trendi saksalaisten matkailijoiden, etenkin vanhemman ikäluokan väestön keskuudessa. Kiertomatkailu nähtiin toiseksi suosituimpana lomamatkailun muotona Saksassa (vuonna 2014) heti rantalomien jälkeen. Uusien sukupolvien arvot kuitenkin vaihtelevat ja ovat erilaisia. Välimeren maat ovat jo niin tunnettuja lomakohteina, että monet ihmiset haluavat kokea uusia ja autenttisia elämyksiä jossain muualla. Lisäksi Euroopan suosituimmat kohteet ovat kärsineet liikaturismista, joka saa ihmiset helpommin harkitsemaan matkustamista uusiin sekä turvallisempiin lomakohteisiin. (Kaikkien aikojen matkailuvuosi 2018; Saksalaiset lähtövalmiina 2014.)

Suomi on jo kansainvälisesti todettu yhdeksi maailman turvallisimmaksi maaksi matkakohteena. Monissa saksalaistenkin suosimissa matkailukohteissa etenkin Välimeren alueella yleinen turvallisuustilanne on huonontunut merkittävästi viime vuosien aikana. Esimerkiksi Saksan ja Turkin maiden väliset keskinäiset suhteet ovat huonontuneet viime aikoina poliittisten syiden vuoksi. Tämän vuoksi ennen

saksalaisten matkailijoiden suuressa suosiossa olleeseen Turkkiin ovat lomamatkat vähentyneet noin 30 prosentilla vuoden 2017 aikana. Myös muissa saksalaisten suosimissa eteläisissä kohteissa, kuten Tunisiassa, Egyptissä ja Marokossa kysyntä on laskenut jatkuvasti Arabikevään tapahtumien jälkeen. Poliittisten syiden vaikutus saksalaisten matkailukäyttäytymiseen on kuitenkin ollut suhteellisen vähäistä. (Oksanen 2017; Saksalaisten lomamatkailu 2025 2015; Weiss 2017.)

Sosiaalinen media ja palveluiden digitaalistuminen yleisesti ovat auttanut parantamaan Suomen näkyvyyttä huomattavasti kansainvälisillä markkinoilla viimeisten vuosien aikana. Monipuolisten jakelukanavien avulla pienemmätkin suomalaiset majoituspalvelut ovat helposti käytettävissä ja myös kätevämmiin löydettävissä globaalilla tasolla. Tällä on ollut positiivinen vaikutus etenkin Suomen ja Saksan väliseen lentomatkustamiseen. Esimerkiksi Finnair on laajentanut matkustajakapasiteettiaan Saksasta tuleville lennoille 26% vuoden 2018 kesää varten. (Oksanen 2017.)

7 Tutkimuksen toteutus

7.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa käytetään menetelmänä määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavaa ilmiötä selittävät aina teoriat, joita käytetään tutkimuksen pohjana. Erona laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään verraten, tutkittava ilmiö on yleensä jo valmiiksi tunnettu kvantitatiivisessa menetelmässä. Tämä antaa mahdollisuuden yksityiskohtaisempien kysymysten laatimisen tutkimusta varten, joista muodostetaan kysely. Määrällisessä tutkimuksessa kysymyksien tuloksissa on mitattavissa olevia lukuja ja laadullisessa tutkimuksessa on sitä vastoin avoimia teemallisia kysymyksiä,

joihin vastataan sanoilla ja lauseilla. Molemmat eri tutkimusmenetelmät eivät kuitenkaan välttämättä sulje toisiaan pois, kun tehdään yksittäistä tutkimusta. Tutkimusongelmaan voivat vaikuttaa niin monet eri syyt, että siinä tapauksessa tutkimukseen voidaan liittää sekä määrällisen että laadullisen tutkimuksen menetelmiä. (Kananen 2012, 31-33; Kananen 2014, 133.)

Määrällisen tutkimuksen kyselyssä esitettävät kysymykset ovat peräisin niistä muuttujista, jotka selittävät tutkittavaa ilmiötä. Tämän tyyllisessä tutkimuksessa käytetään aina mittaamista ja muuttuja toimii aina perustyökaluna tutkimuksessa. Kysymyksissä voidaan kysyä esimerkiksi vastaajien sukupuolta, jolloin sukupuoli on tämä kyseisen ilmiön muuttuja. Tässä tapauksessa siis tutkittaisiin naisten ja miesten määriä tutkittavan ilmiön kannalta. Tuloksissa sitten näkyvät luvut, joilla voidaan tehdä erilaisia laskelmia. Näitä analysoimalla päästään tekemään lopulliset johtopäätelmät tutkimuksesta. Tutkimuksessa voidaan myös tarkkailla yhtä aikaa useampaakin eri muuttujaa sekä niiden välistä suhdetta. Siinä voidaan selvittää vaikkapa esimerkiksi alkoholin käyttöä eri sukupuolten välillä, jolloin sekä vastaajien sukupuoli että heidän alkoholin kulutuksensa ovat molemmat omia muuttujiaan. Tuloksista sitten selviää se, mitkä ovat sukupuolten väliset erot alkoholin kulutuksessa. Tätä kutsutaan muuttujien suoriksi jakaumiksi. (Kananen 2012, 32; Kananen 2014, 136.)

Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa määritellään itse tutkimusongelma ja sen pohjalta laaditaan tutkimuskysymykset. Tämän työn tutkimusongelma on saksalaisten matkailijoiden matkailutottumuksien sekä heidän maaseutumatkailuun liittyvien mielenkiinnon kohteiden löytäminen. Tutkimuskysymyksissä tullaan tiedustelemaan kohderyhmään kuuluvien henkilöiden, eli tässä tapauksissa saksalaisten ikää, sukupuolta, kotipaikkakuntaa, matkaseuran ja majoitusmuodon mieltymystä sekä heidän mielenkiinnon tasoa tiettyjä luontoon ja maaseudulle kohdistuvan matkailun keskeisimpiä aktiviteetteja kohtaan. Jos tutkimuksen päämääränä on jonkin jo olemassa olevan asian kehittäminen, puhutaan tällöin kehittämistutkimuksesta. Tässä tapauksessa tutkimukselle on rajattu tietty toimintaympäristö ja silloin tutkitaan kaikki ne asiat, mitkä ovat tutkittavan ilmiön piirissä. Toimintatutkimuksen päämääränä on kehittää jotain tiettyä asiaa ja saada siinä aikaan toivottu muutos. Muutos voi olla joko jonkin ongelman poistaminen

asiasta tai asian kehittäminen entistä paremmaksi. Tällöin voidaan puhua myös kehittämistutkimuksesta, jonka ero toimintatutkimukseen on todella häilyvä, sillä molemmissa pyritään jonkin asian muutokseen tai parantamiseen. Termien välinen pieni ero tulee siinä, että toimintatutkimuksessa tutkija on mukana henkilökohtaisesti testaamassa tutkimuksensa kohteeseen tehtävää muutosta. (Kananen 2012, 37-38, 42-44; Kananen 2014, 133.)

7.2 Kvantitatiivinen tutkimus verkossa

Määrällisen tutkimuksen kyselylomakkeen voi tehdä myös internetiin, minkä ansiosta sillä voidaan kätevästi tavoittaa useita kohderyhmiä eri paikkakunnilta. Verkkokyselyiden avulla myös kansainvälisellä mittakaavalla järjestetyt tutkimukset ovat mahdollisia toteuttaa. Tietojen kerääminen sujuu nopeasti ja vaivattomasti, toisin kuin se olisi postin tai puhelimen välityksellä tehdyissä kyselyissä. Tämä säästää luonnollisesti myös kustannuksia, sillä posti- ja puhelinkulujen lisäksi verkkokysely säästää myös matkakuluja, joita saattaisi aiheutua siinä tapauksessa, kun matkustettaisiin toiselle paikkakunnalle haastattelemaan kohdehenkilöä kasvotusten. Verkkokyselyiden haittapuolet johtuvat siitä, että kaikilla tutkimuksen kohderyhmään kuuluvilla ei ole välttämättä käytössään internet-yhteyttä ja luotettavat tulokset sekä vastausprosentit saattavat jäädä alhaisiksi. (Kananen 2014, 156-157.)

Tutkimuksen verkkokyselyn voi toteuttaa useammalla eri tavalla. Se voidaan esimerkiksi lähettää suoraan sähköpostin tekstin yhteydessä, jossa vastaaja vastaa siihen suoraan ja palauttaa sen paluuviestinä. Tämä keino on kuitenkin melko epäkäytännöllinen, sillä sähköpostin tekstikenttään tuleva kysely olisi melko yksinkertainen asetusten rajoittuneisuuden vuoksi ja tutkija joutuisi manuaalisesti keräämään saamansa vastaukset yksi kerrallaan jokaisesta palautetusta sähköpostista. Kyselyn teko voidaan toteuttaa myös tekstinkäsittelyohjelmalla kirjoitetulla lomakkeella, joka liitetään sähköpostin mukana tulevaksi liitteeksi.

Tällaisella ohjelmalla tehty kyselylomake on miellyttävämpi ratkaisu, sillä siinä on monipuolisemmat asetukset esimerkiksi graafista muokkailua varten. Vastaanottajat joutuvat kuitenkin vastatessaan kyselyyn käymään läpi useita välivaiheita kuten tallentamaan kyselylomakkeen omalle koneelleen vastatakseen ja sen jälkeen liittämään lomakkeen uudestaan vastausviestiinsä. Tämä voi nostaa kynnystä kyselyyn vastaamiseen kohdehenkilöiden kohdalla. Helpoin ja joustavin tapa tutkimuskyselyn toteuttamiseen on suorittaa se verkkokyselyohjelman muodossa. Tällöin kysely on laadittu tilasto-ohjelmalla tai tiedonkeruuohjelmalla, jotka ovat suoraan vastattavissa internet-selaimen kautta. Eri verkkokyselyohjelmia on olemassa useita, joista osa on myös maksuttomia käyttää. (Kananen 2014, 157.)

Tässä tutkimuksessa käytetty kysely on suoritettu Webropol-työkalun avulla. Tämä oli välttämätön vaihtoehto, sillä kyselyn kohderyhmänä olivat pelkästään saksalaiset henkilöt, joten heidät tavoitattaakseen tutkimuskysely oli tehtävä verkkoon. Kysymykset saatiin käännettyä saksaksi ja kyselylomakkeeseen (liitteenä 1.) johtavan linkin jakaminen tavoitellulle kohderyhmälle onnistui näppärästi eri sosiaalisen median kanavien kautta. Kysely oli auki Webropol-sivustolla, jonne pääsi suoraan verkkolinkin kautta. Linkkiä jaettiin muun muassa Facebookin ja Instagramin kautta kanavilla, joilta löytyi mahdollisimman paljon saksalaisia henkilöitä, esimerkiksi eri paikkakuntien Suomi-Saksa yhdistyksen omilla kanavilla. Näin saatiin helposti mahdollisimman monta potentiaalista vastaajaa tavoitettua. Kysely oli avoinna noin kolmen viikon ajan ja sinä aikana vastauksia tuli yhteensä 48 kappaletta.

8 Tutkimustulokset

Tutkimuskyselyssä oli yhteensä 11 erilaista kysymystä ja vastauksia saatiin kerättyä yhteensä 48:lta henkilöltä. Seuraavassa kohdassa näytetään kyselyn tulokset sekä niistä saatujen tuloksien analysointi.

Taulukko 1. Sukupuoli

	N	%
Mies	12	25%
Nainen	36	75%

Ensimmäisessä kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien sukupuolta. Vastaajista suurin osa (75%) oli naisia.

Taulukko 2. Ikä

	N	%
Alle 20	3	6,25
20-29	28	58,34%
30-39	10	20,83%
40-49	2	4,17%
50-59	4	8,33%
60 tai enemmän	1	2,08%

Toisessa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien ikäryhmää. Vastaajista suurin osa oli iältään nuoria aikuisia (58,34%). Toiseksi suurin ikäryhmä olivat 30 - 39-vuotiaat (20,83%). Muihin ikäryhmiin kuuluneita oli vähemmän, mutta kaikista ikäryhmistä saatiin kuitenkin vastauksia.

Kolmannen kysymyksen aiheena oli vastaajien kotipaikkakunta. Vastaajat olivat kotoisin melkein pä joka puolelta Saksaa. Yksittäisistä paikkakunnista eniten vastaajia oli Münchenistä (8 kappaletta) ja Berliinistä (6 kappaletta). Valitettavasti kaikki vastaajat eivät ilmeisesti olleet ymmärtäneet, että kysely oli tarkoitettu ainoastaan Saksasta kotoisin olleille henkilöille, sillä vastauksista löytyivät myös Itävallan pääkaupunki Wien ja Sveitsissä sijaitseva Basel.

Taulukko 3. Ovatko vastaajat koskaan vierailleet Suomessa.

	N	%
Kyllä	22	45,83%
Ei	26	54,17%

Neljännessä kysymyksessä tiedusteltiin, ovatko vastaajat vierailleet Suomessa koskaan aikaisemmin. Melkein puolet eli 45,83 % (22 kappaletta) heistä vastasi kyllä ja loput vastasivat kieltävästi.

Taulukko 4. Ovatko edelliseen kysymykseen kieltävästi vastanneet kiinnostuneita vierailemaan Suomessa.

	N	%
Kyllä	28	96,55%
Ei	0	0%
Ehkä	1	3,45%

Viides kysymys oli kohdistettu heille, jotka eivät olleet koskaan vierailleet Suomessa. Heiltä kysyttiin olisivatko he kiinnostuneita vierailemaan Suomessa. Lähestulkoon kaikki eli 96,55 % (28 kappaletta) vastaajista vastasi myöntävästi ja ainoastaan yksi, että ehkä.

Kuudes kysymys käsitteli vastaajien tietoja Suomesta. Vastaajia pyydettiin kertomaan enintään kolmella sanalla, mitä heille tulee ensimmäisenä Suomesta mieleen. Vastaukset olivat hyvin monipuolisia, ja erityisesti luontoon liittyvät asiat, kuten suomalaisen luonnon puhtaus, metsät, lumi ja kylmyys näkyivät olevan hyvin yleisiä. Kulttuurillisista asioista sauna ja suomalaiset metallimusiikkia soittavat yhtyeet olivat hyvin esillä. Suomalaisista paikoista taas Lappi ja Helsinki näkyivät olevan tutuimpia.

Taulukko 5. Kenen kanssa vastaajat matkustaisivat mieluiten.

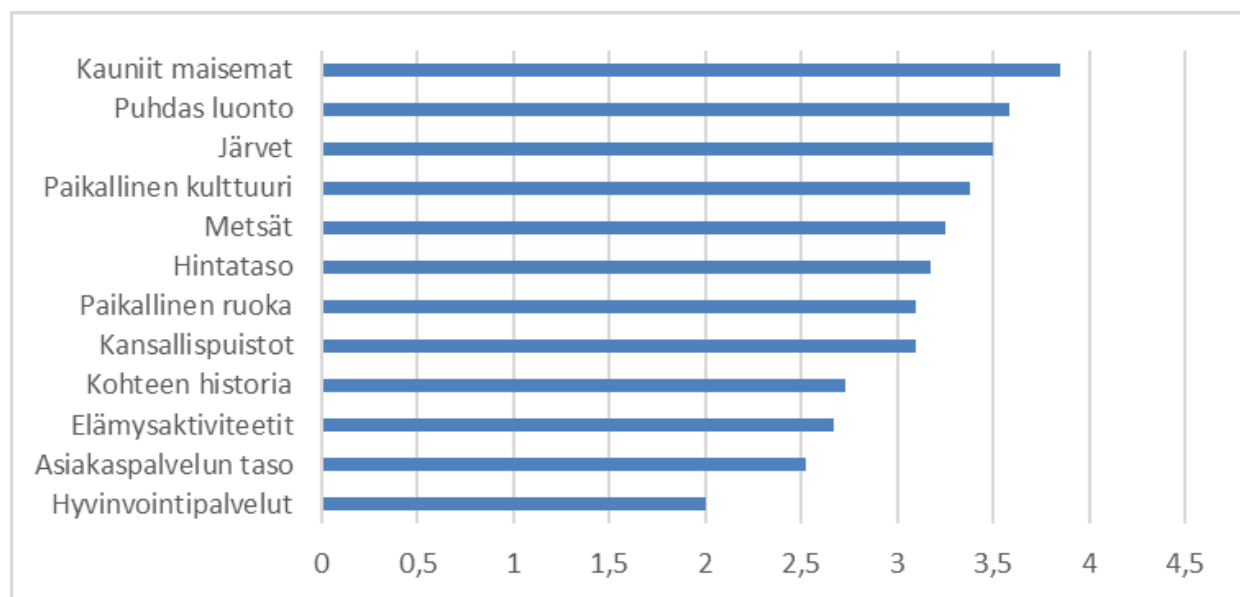
	N	%
Yksin	7	14,59%
Puolison kanssa	21	43,75%
Perheen (sisältäen lapsia) kanssa	4	8,33%
Ystävien/Sukulaisten kanssa	15	31,25%
Työkavereiden kanssa	1	2,08%

Seitsemännessä kysymyksessä tiedusteltiin sitä, kenen kanssa matkusteltaisiin mieluiten. Lähes puolet vastaajista eli 43,75 % (21 kappaletta) matkustaisi mieluiten kumppaninsa kanssa. Toiseksi suosituin vaihtoehto oli matkustaminen ystävien tai sukulaisten kanssa, ja sitä kannatti 31,25 % (15 kappaletta) vastaajista. Heistä 14,59 % (7 kappaletta) halusi matkustaa yksin, 8,33 % (4 kappaletta) perheen (sisältäen lapsia) kanssa, ja ainoastaan yksi vastaaja halusi matkustaa mieluiten työkavereidensa kanssa.

Taulukko 6. Mieluisin majoitusvaihtoehto.

	N	%
Hotelli/Motelli	14	29,17%
Leirintäalue	0	0%
Mökkimajoitus	22	45,83%
Telttamajoitus	2	4,17%
B&B/Majatalo	6	12,5%
Maatilamajoitus	4	8,33%

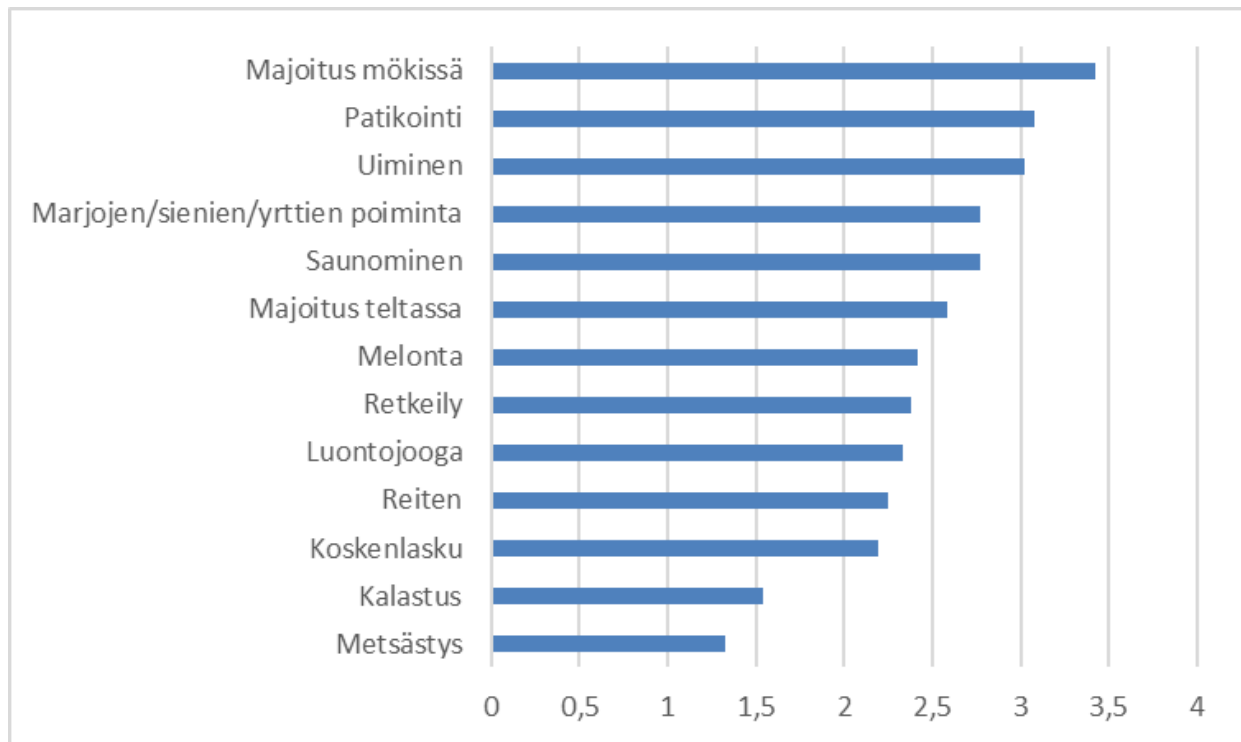
Kahdeksannessa kysymyksessä selvitettiin, mikä on mieluisin majoitusvaihtoehto vastaajille. Suosituimmat vaihtoehdot olivat mökkimajoitus 45,83 % (22 kappaletta) ja hotelli tai motelli 29,17 % (14 kappaletta). Loput vastaukset olivat B&B-majoitus tai guesthouse 12,5 % (6 kappaletta), maatilamajoitus 8,33 % (4 kappaletta) ja telttamajoitus 4,17 % (2 kappaletta). Yhdenkään vastaajan mielestä leirintäalue ei ollut suosituin vaihtoehto majoituspaikaksi.



Kuvio 3. Mielenkiinnon kohteet.

Yhdeksännessä kysymyksessä selvitettiin, millaiset asiat ovat saksalaisten mielestä mielenkiintoisia ja kuinka paljon ne kiinnostavat heidän potentiaalisessa matkakohteessaan. Kyselyyn vastattiin asteikolla 1 - 4, jossa 1= ei yhtään kiinnostava, 2= vähän kiinnostava, 3= kiinnostava ja 4= erittäin kiinnostava. Listassa olevat kohteet ovat järjestyksessä ylhäältä alaspäin seuraavat: Puhdas luonto, kauniit maisemat, metsät, järvet, hyvinvointipalvelut, asiakaspalvelun taso, paikallinen kulttuuri, kohteen historia, hintataso, elämysaktiviteetit, kansallispuistot ja paikallinen ruoka. Kiinnostavimpina asioina vastaajat pitivät luontoon liittyviä teemoja, kuten kauniit maisemat, joita 41 vastaajaa piti erittäin kiinnostavina, ja luonnon puhtaus, jonka 31 vastaajaa oli valinnut. Yleisesti ottaen suurinta osaa vastausvaihtoehdoista pidettiin keskimäärin kiinnostavina. Vähiten kiinnostaviksi osoittautuivat hyvinvointipalvelut, joita 17 vastaajista ei pitänyt lainkaan

kiinnostavina ja sama määrä vain vähän kiinnostavina. Ainoastaan 3 vastaajaa oli merkinnyt sen erittäin kiinnostavaksi.



Kuvio 4. Aktiviteettien suosio.

Kymmenennessä selvitetiin, kuinka kiinnostavia seuraavat aktiviteetit olisivat vastaajien mielestä Asteikko oli sama kuin edellisessäkin kysymyksessä. Nämä aktiviteetit järjestyksessä ylhäältä alas ovat: kalastus, metsästys, retkeily, patikointi, uiminen, mökkimajoitus, telttamajoitus, koskenlasku, saunominen, melonta, luontojooga, ratsastus sekä marjojen/sienien/yrttien poiminta. Vähiten kiinnostusta herättivät metsästys ja kalastus, joita molempia erittäin kiinnostavina piti vain yksi vastaaja ja suurin osa ei pitänyt niitä yhtään kiinnostavina. Vastausten perusteella suosituimmat aktiviteetit olivat mökkimajoitus, saunominen, marjojen/sienien/yrttien poiminta, patikointi sekä uiminen.

Kyselyn viimeisessä kysymyksessä vastaajille oltiin laitettu seitsemän kuvaa ja heitä pyydettiin kertomaan korkeintaan kolmella sanalla jokaista kuvaa kohti se, millaisia mielikuvia ne herättävät. Tähän on poimittu muutamia yleisimpiä vastauksia näistä vastaajien mielikuvista.



Kuva 3. Rentouttava, romanttinen, idyllinen, hiljainen. (Keijo Penttinen N.d.)



Kuva 4. Urheilu, elämykset/seikkailu, hauskanpito. (Keijo Penttinen N.d.)



Kuva 5. Luonto, kaunis, hiljainen, rentouttava. (Keijo Penttinen N.d.)



Kuva 6. Marjojen poiminta, herkullinen, hyvää ruokaa. (Hanna-Kaisa Hämäläinen N.d.)



Kuva 5. Mökki, kesäloma, kodikas, ajanvietto ystävien kanssa. (Keijo Penttinen N.d.)



Kuva 6. Hyvä ruoka, nälkä, grilli, herkullinen. (Hanna-Kaisa Hämäläinen N.d.)



Kuva 7. Sauna, rentouttava, lämmin, hyvinvointi.(Petri Blomqvist N.d.)

9 Kiertomatkatuote

Kyselytutkimuksen tuloksien perusteella päädyttiin suunnittelemaan kiertomatkailutuotteen saksalaisia matkailijoita varten. Tuotteen pääteemana on luonnon tarjoamat elämykset sekä rentoutuminen, sillä tutkimuskyselyn vastauksista päätellen tärkeimmiksi ja mielenkiintoisimmiksi asioiksi nousivat luonnossa oleminen, rentoutuminen, mökkeily sekä ruokailu. Myös paikalliseen kulttuuriin tutustuminen ja kansallispuistot näyttivät herättävän myös paljon kiinnostusta, joten ne sisältyvät tuotteeseen myös. Tämä tuote olisi käytettävissä vain kesäkauden aikana, sillä silloin se antaa parhaimmat mahdollisuudet ottaa mukana olevista kohteista ja niiden sisältämästä aktiviteettien tarjonnasta mahdollisimman paljon irti. Matka tulisi kestämään yhteensä 6 päivää ja kuljetus tapahtuisi pitkän matkan bussilla.

Matkailureitin kohteiksi valittiin seuraavat viisi kohdepaikkaa, sillä niiden tarjoamat palvelut sopisivat parhaiten yhteen kohderyhmän kiinnostuksien kohteiden kanssa: Kartano Kultaranta, Lakomäen Metsäkartano, Hannunkiven Lomakylä, Varjolan Tila sekä Ravintola Harmooni. Reitti siis tulisi kulkemaan nämä kohteet läpi seuraavassa järjestyksessä: Jyväskylä – Saarijärvi (Kultaranta) – Kannonkoski (Lakomäen Metsäkartano) – Kivijärvi (Hannunkivi) – Laukaa (Varjola) – Jyväskylä. Tämä olisi kätevin ratkaisu, sillä reitti tulisi menemään valitsemani kohteet läpi loogisessa järjestyksessä ja lyhimpiä reittejä pitkin. Välimatkojen aikana matkustajat pystyisivät ihastelemaan pohjoisen Keski-Suomen kuvankauniita maisemia.

Matka alkaisi Jyväskylästä, johon saksalaiset matkailijat pääsisivät kätevästi joko suoraan lentokoneella tai junalla Helsingistä. Tämän vuoksi Keski-Suomen maakunnan keskuskaupunki on paras vaihtoehto aloituspaikaksi, sillä se sijaitsee melkein päkirjaimellisesti keskellä maakuntaa ja sinne on hyvät liikenneyhteydet tulla. Matkan ensimmäinen kohde olisi Saarijärvellä sijaitseva Kartano Kultaranta, johon matkaa Jyväskylästä on noin 60 kilometriä. Kultarannassa järven rannalla sijaitseva luonnonhiekkaranta sopii täydellisesti matkakohteeksi, sillä järvet sekä uiminen aktiviteetteina olivat saksalaisten vastaajien enemmistön mielestä mielenkiintoisia. Lisäksi kohteessa on useita eri tyyllisiä saunapalveluita, ja saunassa

kylpeminen oli tutkimuksen tulosten mukaan myös yksi saksalaisten matkailijoiden suosituimmista mielenkiinnon kohteista. Kultarannassa matkailijat voisivat viettää yhden vuorokauden yön yli, jonka jälkeen matka jatkuisi pohjoisen suuntaan kohti Kannonkoskea.

Matkaa Saarijärveltä Kannonkoskelle on noin 30 kilometriä. Kannonkoskella sijaitseva Lakomäen Metsäkartano on täydenpalvelun matkailukeskus keskellä puhdasta ja hiljaista metsämaisemaa. Tärkein syy sille, miksi Metsäkartano valittiin osaksi matkareittiä, oli saksalaisten suuri mieltymys luonnon puhtauteen, metsiin, kauniisiin maisemiin ja paikalliseen ruokaan. Lisäksi sana ”rentouttava” tuli monille vastaajille ensimmäiseksi mieleen kyselyn luontoteemaisten kuvien kohdalla. Tässä paikassa yhdistyvät monet näistä elementeistä ja matkailijat saisivat siis hyvin monipuolisen ja ennen kaikkea rentouttavan elämyksen sieltä. Kartanon B&B-majoituksen lisäksi halukkailla on mahdollisuus yöpyä ulkona puolijoukkueteltassa, mikä oli myös yksi saksalaisten suosimista aktiviteeteista. Kartanossa tarjoillaan perinteistä, kotitekoista ruokaa paikallisista raaka-aineista valmistettuna. Menusta löytyy niin villiruokaa, sieniä sekä marjoja. Tämän katsottiin olevan tärkeä osa suurempaa elämyksellistä kokonaisuutta, sillä moni tutkimuskyselyyn vastanneista oli kommentoinut ”herkullista” ruokateemaisiin kuviin. Matkailijat voisivat viettää Metsäkartanossa yhden vuorokauden yön yli, ja seuraavana päivänä matka jatkuisi sitten kohti Kivijärveä.

Matkaa Kannonkoskelta Kivijärvelle teitä pitkin on noin 30 kilometriä. Paikkakunnalla sijaitseva Hannunkiven Lomakylä valittiin osaksi kohteita, sillä se sijaitsee keskellä koskematonta luontoa, missä saksalaisturistit pääsisivät kokemaan Keski-Suomen erämaiden ilmapiirin kaikessa kokonaisuudessaan. Kansallispuistot olivat kyselyn tuloksien mukaan kiinnostavia suurimman osan vastaajien mielestä, joten alueella sijaitseva Salamajärven kansallispuisto tarjoaisi näin ollen matkalle osallistuville mainion mahdollisuuden tutustua siihen, millaisia Keski-Suomen kansallispuistot ovat. Tässä kohdassa on siis kätevää yhdistää kansallispuisto ja retkeily, mikä oli sekin melko suosittu aktiviteetti vastaajien mielestä. Tämän vuoksi matkailijat voisivat viettää kohteessa kaksi vuorokautta, eli saapumispäivänä matkailijat voisivat nauttia kohteen paikallisista aktiviteeteista ja esimerkiksi tutustua Kivijärven idylliseen maalaiskylään, ja seuraava päivä käytettäisiin kokonaan Salamajärven

kansallispuistossa retkeilyyn. Seuraavan yön jälkeen matka jatkuisi takaisin etelän suuntaan kohteena Laukaa ja siellä sijaitseva Varjolan Tila.

Kivijärveltä matka Laukaalle on noin 120 kilometriä pitkä, eli tämä siirtymävaihe tulisi olemaan koko kiertomatkan pisin yksittäinen osuus. Varjolan tila sopii hyvin matkan viimeiseksi kohdepaikaksi ennen paluuta Jyväskylään, sillä maaseudun idyllin lisäksi se tarjoaa myös elämispalveluita kuten koskiseikkailua. Näin ollen se olisi elämyksellinen ja enemmän toimintaa sisältävä loppuvaihe matkalle vastapainoksi edellisten kohteiden rauhallisempiin teemoihin. Vaikka kiertomatkan päällimmäisinä teemoina ovatkin luonnon rauhasta nauttiminen ja rentouttavat aktiviteetit, olivat myös elämysaktiviteetit saaneet positiivista kannatusta tutkimuskyselyn tuloksissa, joten päätin lisätä Varjolan tilan osaksi tuotepakettia. Itse koskenlasku aktiviteettina ei saanut yhtä paljon kannatusta saksalaisten mielissä kuin elämysaktiviteetit yleensä, mutta jonkin verran kuitenkin. Varjolan tilasta löytyy myös monia muitakin vaihtoehtoja elämyksiin, kuten esimerkiksi fatbike-pyöräilyä, mönkijäsafareita sekä värikuulasota-peliä metsässä. Elämysaktiviteetit voidaan kuitenkin räätälöidä kohteessa aina asiakkaiden toiveiden mukaan, joten ne pystytään sopimaan aina jokaisen matkailijaryhmän kanssa erikseen joka kerralla. Koska Varjolasta on suhteellisen lyhyt matka takaisin Jyväskylään, matkailijoille riittää hyvin viipyä paikassa vain yhden vuorokauden ajan. Elämysaktiviteetit voitaisiin järjestää joko saapumis- tai lähtemispäivänä, tai vaikka molempina matkailijoiden omista toivomuksista riippuen. Viimeisenä päivänä matka jatkuu takaisin kohti Jyväskylää, jonne matkaa Varjolasta on vain noin 25 kilometriä.

Koska paikallinen kulttuuri oli tutkimuskyselyyn vastaajien enemmistön mielestä joko kiinnostavaa tai erittäin kiinnostavaa, tarjoaa Jyväskylä mahdollisuuden tutustua ikimuistoisen ja elämyksellisen luontopainotteisen matkan jälkeen myös paikalliseen kaupunkikulttuuriin. Matkailijat voivat vieraila muun muassa historiallisessa jugend-rakennuksessa sijaitsevassa Ravintola Harmonissa, vieraila paikallisissa museoissa tai tutustua kaupungin shoppailumahdollisuuksiin. Jyväskylässä on useita hotelleja valittavissa majoituspaikaksi ja kaupungista on helppo lähteä joko takaisin kotimatkalle, tai sitten muualle päin Suomea mikäli lomamatka maassa edelleen jatkuu.

10 Pohdinta

Tutkimuksen toteutus onnistui kohtuullisen hyvin. Vaikka tietoa Saksasta ja saksalaisista oli valmiiksi jo paljon ennen työn alkamista, löytyi tutkimusprosessin aikana paljon uutta asiaa Saksasta tulevien matkailijoiden tavoista ja saksalaisten tapakulttuurista yleisesti. Myös hyvinvointimatkailun trendeistä löytyi runsaasti uutta tietoa. Kyselyn ollessa avoinna noin kolmen viikon ajan, saatiin vastaajia tutkimukseen yhteensä 48 kappaletta mikä oli melko sopiva määrä tuloksien analysoimista varten. Yleisesti ottaen vastaukset olivat monipuolisia ja niistä pystyi selkeästi erottelemaan asiat, jotka kiinnostivat saksalaisia eniten. Näiden tuloksien pohjalta kiertomatkatuotteen suunnittelu onnistui hyvin.

Koska kyselyyn vastattiin anonyyminä verkossa, aivan kaikki vastaukset eivät välttämättä ole 100 %:isen luotettavia. Kuitenkin linkkiä kyselyyn jaettiin asiallisten sosiaalisen median kanavien kautta ja vastauksetkin olivat järkevän tuntuisia, joten luultavasti suurin osa vastauksista oli kohderyhmään kuuluvien ihmisten oikeita mielipiteitä. Valitettavasti kyselyyn ei saatu niin montaa vastaajaa kuin alunperin toivottiin. Vastauksia saatiin kuitenkin sen verran, että tutkimuksen tekeminen oli mahdollista. Lisäksi suurin osa kyselyyn vastanneista oli vastausten perusteella melko nuoria, alle 40-vuotiaita, joten tulokset jäivät hieman yksipuolisiksi. Olisi ollut tärkeää saada myös vanhempien ja eläkeikäistenkin vastauksia hieman enemmän. Nyt voidaan siis todeta, että tutkimuksen perusteella suunniteltu tuote on kohdennettu enemmän nuorempaa sukupolvea varten.

Tulevaisuudessa tutkimusta voisi jatkaa esimerkiksi siten, että kysymyksiä monipuolistettaisiin ja yritettäisiin kerätä vastauksia pidemmän aikaa ja useamman kanavan kautta. Saksan lisäksi tutkimusta voisi kohdentaa myös muihin Euroopan suuriin matkailun lähtömaihin. Näin voitaisiin räätälöidä useampia erilaisten teemojen ympärille rakentuvia matkatuotteita, joita muutkin Keski-Suomessa toimivat matkailuyritykset pääsisivät käyttämään. Koska tässä tutkimuksessa

kehitetty tuote on käytössä ainoastaan kesäaikaan, voisi talvikaudellekin suunnitella omanlaisensa tuotteen.

Lähteet

Badur, J. 2016. Saksan matkailun merkitys Suomelle. Nordic Marketing 8.12.2016. Viitattu 2.5.2016. <http://www.nordicmarketing.de/fi/saksan-matkailun-merkitys-suomelle/>

Borg, P. 1997. Maaseutumatkailun suuri tuleminen? Maaseudun uusi aika.

Business etiquette. N.d. Kirjoitus Businessculture sivustolla. Viitattu 2.5.2018. <http://businessculture.org/western-europe/business-culture-in-germany/business-etiquette-in-germany/>

Der Weg. N.d. Viitattu 14.5.2018. <https://www.derweg.org/wp-content/uploads/2015/07/Deutschlandkarte-neu.jpg>

Erävaris. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://www.eravaris.com/>

Finrelax-konsepti. 2018. Kirjoitus Visit Finlandin sivustolla 8.1.2018. Viitattu 14.5.2018. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/finrelax-konsepti/>

Here's where Germans speak the best (and worst) English. 2016. Kirjoitus The Local-sivustolla 15.11.2016. Viitattu 2.5.2018. <https://www.thelocal.de/20161115/heres-where-germans-speak-the-best-and-worst-english>

Jantunen, H. 2017. Saksalaiset matkailijat ovat löytäneet Suomen. Verkkouutiset 14.9.2017. Viitattu 2.5.2018. <https://www.verkkouutiset.fi/saksalaiset-matkailijat-ovat-loytaneet-suomen-68981/>

Jokamiehen oikeus – Jokamiehen oikeudet muualla. 2012. Kirjoitus Luonnossa.fi-sivustolla 1.11.2012. Viitattu 2.5.2018. <http://www.luonnossa.fi/Jokamiehenoikeudet-muualla.php>

Harmooni Restaurant. N.d. Viitattu 14.5.2018. <https://www.harmoonifi.fi/>

Kaikkien aikojen matkailuvuosi – Ennätyskasvu teki Suomesta Pohjois-Euroopan kiinnostavimman matkailumaan. 2018. Uutinen Business Finlandin sivustolla 15.2.2018. Viitattu 2.5.2018. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2018/kaikkien-aikojen-matkailuvuosi/>

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kansallispuistot – Upeinta Suomea. N.d. Kirjoitus Luontoon.fi sivustolla. Viitattu 2.5.2018. <http://www.luontoon.fi/kansallispuistot>

Kartano Kultaranta. N.d. Viitattu 14.5. 2018. <http://kartanokultaranta.fi/fi/>

Keski-Suomi – Luonnostaan Loma-Suomi. N.d. Kirjoitus Keski-suomi.net-sivustolla. Viitattu 2.5.2018. <http://www.keski-suomi.net/index.php?lang=fin&m=etusivu>

- Keski-Suomi Saunamaakunta. N.d. Kirjoitus Saunaregion-sivustolla. Viitattu 2.5.2018. <https://saunaregion.fi/fi/>
- Keski-Suomi voi ottaa osansa matkailun kasvusta. 2017. Kirjoitus Keskisuomalaisen sivustolla 29.8.2017. Viitattu 2.5.2018. <https://www.ksml.fi/paakirjoitus/Keski-Suomi-voi-ottaa-osansa-matkailun-kasvusta/1034574>
- Kestävä elämäntapa. N.d. Viitattu 14.5.2018. <https://i2.wp.com/kestavaelamantapa.fi/sisalto/uploads/2016/09/ksluonto.jpg?resize=1500%2C630>
- Kievari Rantapirtti. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://www.kp-rantapirtti.fi/>
- Kokkonen, J. 2010. Tiesitkö tämän Saksasta ja saksalaisista?. Studio55 31.8.2010. Viitattu 2.5.2018. <https://www.studio55.fi/matkailu/article/tiesitko-taman-saksasta-ja-saksalaisista/131190>
- Kokkonen, J. 2010. Totuus saksalaisista suomalaisten silmin. Studio55 31.8.2010. Viitattu 2.5.2018. <https://www.studio55.fi/matkailu/article/totuus-saksalaisista-suomalaisen-silmin/129760>
- Lakomäen Metsäkartano. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://www.lakomaki.fi/>
- Lamminmäen tilat. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://www.lamminmaentilat.fi/>
- Leisti, T. 2017. Lappi pesee pohjoiset naapurinsa – Suomi silti kansainvälisen turismin peränpitäjä. Yle Uutiset 13.4.2017. Viitattu 2.5.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-9562970>
- Maailmanperintökohteet Suomessa. N.d. Kirjoitus Museoviraston sivustolla. Viitattu 2.5.2018. <https://www.museovirasto.fi/fi/tietoa-meista/kansainvalinen-toiminta/maailmanperintokohteet-suomessa>
- Maaseutumatkailun toimialaraportti. 1997. Helsinki: KTM Työvoima- ja elinkeinokeskus.
- Nikkola, R. 2016. Luontomatkailu tuo terveysvaikutuksia. Metsään 18.10.2016. Viitattu 2.5.2018. <http://metsaan-lehti.fi/fi/artikkeli/luontomatkailu-tuo-terveysvaikutuksia>
- Oksanen, J. 2017. Finland to seize the momentum on the German market. Visit Finland 23.11.2017. Viitattu 2.5.2018. <http://www.visitfinland.fi/news/finland-seize-momentum-german-market/>
- Pasanen, I. 2017. Keski-Suomesta matkailun maakunta. Keskisuomalainen 22.1.2017. Viitattu 2.5.2018. <https://www.ksml.fi/paakirjoitus/nimella/Keski-Suomesta-matkailun-maakunta/914516>
- Pikku Peura. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://www.pikkupeura.fi/>
- Saksa yhdellä silmäyksellä: Tärkein koottuna lyhyesti ja kompaktisti. N.d. Kirjoitus Germany.travel sivustolla. Viitattu 2.5.2018. <http://www.germany.travel/fi/matkatietoutta/saksa-yhdellae-silmaeyksellae/saksa-yhdellae-silmaeyksellae.html>
- Saksalaisten lomamatkailu 2025. 2015. Visit Finland.

Saksan liittotasavalta / die Bundesrepublik Deutschland. N.d. Kirjoitus Matkailijan.info sivustolla. Viitattu 2.5.2018.

<http://matkailijan.info/maat/eurooppa/saksa/>

Saksan talous pysyy voimissaan – bkt nousi viime vuonna 2,2 prosenttia. 2018. Uutinen Kalevan sivustolla 14.2.2018. Viitattu 2.5.2018.

<http://www.kaleva.fi/uutiset/talous/saksan-talous-pysyy-voimissaan-bkt-nousi-viime-vuonna-22-prosenttia/784892/>

Suomen matkailualan kannattaisi panostaa Ruotsiin. 2015. Artikkelit Kauppalehden sivustolla 26.8.2015. Viitattu 2.5.2018. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/suomen-matkailualan-kannattaisi-panostaa-ruotsiin/tpg2PaPB>

Suomen tunnettuus ja mielikuva. 2011. Visit Finland.

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

Taipaleen tila. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://taipaleentila.com/>

Taulun Kartano – Juhlaa joka päivään. N.d. Viitattu 14.5.2018.

<https://taulunkartano.fi/>

Terkelsen, C. 2017. Wild camping in Europe: where it's allowed and where not. Bergzeit 15.5.2017. Viitattu 2.5.2018. <https://www.bergzeit.fi/en/journal/wild-camping-europe-allowed/>

Tervetuloa Alvar Aallon pääkaupunkiin. N.d. Kirjoitus Visit Jyväskylän sivustolla. Viitattu 2.5.2018. <https://visitjyvaskyla.fi/alvaraalto>

Varjola. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://www.varjola.com/>

Villipeura. N.d. Viitattu 14.5.2018. <http://www.villipeura.fi/>

Vuoristo, K. 2002. Matkailun Muodot. WSOY.

Väkiluku. N.d. Kirjoitus Keskisuomi.info sivustolla. Viitattu 2.5.2018.

<http://keskisuomi.info/avainlukuja/vaesto/vaestomaara/>

Weiss, R. 2017. German-Turkish tensions may further shift Europe tourism map. 20.7.2017. Viitattu 2.5.2018. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-07-20/german-tensions-with-turkey-may-further-shift-europe-tourism-map>

Zimmermann, K. 2018. German Culture: Facts, Customs and Traditions. Livescience 8.3.2018. Viitattu 2.5.2018. <https://www.livescience.com/44007-german-culture.html>

Liitteet

Liite 1. Tutkimuskysely suomeksi

1. Sukupuoli?
 - a. mies
 - b. nainen
2. Ikä?
 - a. alle 20
 - b. 20-29
 - c. 30-39
 - d. 40-49
 - e. 50-59
 - f. 60 tai yli
3. Kotipaikkakunta?
4. Oletko ennen käynyt Suomessa?
 - a. Kyllä
 - b. ei
5. Jos vastasit ei, oletko kiinnostunut käymään Suomessa?
6. Mikä on ensimmäinen asia mikä Suomesta sinulle tulee mieleen? Vastaa enintään kolmella sanalla.
7. Matkustatko mieluiten:
 - a. Yksin
 - b. Puolison kanssa
 - c. Perheen johon kuuluu lapsia kanssa
 - d. Ystävien/sukulaisten kanssa
 - e. Työkavereiden kanssa
8. Millainen majoitusmuoto on mielestäsi paras?
 - a. Hotelli/motelli
 - b. Leirintäalue
 - c. Mökkimajoitus
 - d. Telttamajoitus
 - e. B&B/majatalo
 - f. Maatilamajoitus
9. Kuinka mielenkiintoisia ovat seuraavat asiat potentiaalisessa matkakohteessasi? (asteikolla 1-4, 1=ei yhtään mielenkiintoinen, 2=vähän mielenkiintoinen, 3=mielenkiintoinen, 4=erittäin mielenkiintoinen)
 - a. Puhdas luonto
 - b. Kauniit maisemat
 - c. Metsät
 - d. Järvet
 - e. Hyvinvointipalvelut

- f. Asiakaspalvelun taso
 - g. Paikallinen kulttuuri
 - h. Kohteen historia
 - i. Hintataso
 - j. Elämysaktiviteetit
 - k. Kansallispuistot
 - l. Paikallinen ruoka
10. Kuinka paljon seuraavat aktiviteetit kiinnostavat sinua? (asteikolla 1-4, 1=ei yhtään kiinnostava, 2=vähän kiinnostava, 3=kiinnostava, 4=erittäin kiinnostava)
- a. Kalastus
 - b. Metsästys
 - c. Retkeily
 - d. Patikointi
 - e. Uiminen
 - f. Majoitus mökissä
 - g. Majoitus teltassa
 - h. Koskenlasku
 - i. Saunominen
 - j. Melonta
 - k. Luontojooga
 - l. Ratsastus
 - m. Marjojen/sienien/yrttien poiminta
11. Millaisen mielikuvan seuraavat kuvat sinussa herättävät?

Liite 2. Tutkimuskysely saksaksi

1. Geschlecht:
 - a. Männlich
 - b. Weiblich
2. Alter:
 - a. 19 oder jünger
 - b. 20-29
 - c. 30-39
 - d. 40-49
 - e. 50-59
 - f. 60 oder älter
3. Heimatstadt:
4. Waren Sie schon einmal in Finnland?
 - a. Ja
 - b. Nein
5. Wenn Sie mit nein geantwortet haben: Wären Sie daran interessiert einmal nach Finnland zu reisen?

- a. Ja
 - b. Nein
 - c. Vielleicht
6. Was sind die ersten drei Sachen die Ihnen zum Thema Finnland einfallen?
7. Reisen Sie am liebsten:
- a. Allein
 - b. Mit meinem Partner
 - c. Mit der Familie (dazu gehören Kinder)
 - d. Mit Freunden/Verwandten
 - e. Mit Arbeitskollegen
8. Welche Übernachtungsmöglichkeit ist Ihrer Meinung nach die Beste?
- a. Hotel/Motel
 - b. Ein Campingplatz
 - c. Ein Ferienhaus
 - d. Ein Zelt
 - e. B&B/Gasthof
 - f. Ein Bauernhof
9. Wie interessant sind folgende Dinge, an einem potentiellen Reiseziel? (Skala von 1-4: 1 gar nicht, 2 ein wenig interessant, 3 interessant, 4 sehr interessant)
- a. Unterührte Natur
 - b. Schöne Landschaften
 - c. Wald
 - d. Seen
 - e. Wellness Angebote
 - f. Kundendienstqualität
 - g. Lokale Kultur
 - h. Heimatkunde
 - i. Preisqualität
 - j. Abenteuer Aktivitäten
 - k. Nationalparks
 - l. Esskultur
10. Wie interessant sind die folgende Aktivitäten? (Skala von 1-4: 1 gar nicht, 2 ein wenig interessant, 3 interessant, 4 sehr interessant)
- a. Angeln
 - b. Jagd
 - c. Camping
 - d. Wandern
 - e. Schwimmen
 - f. Schlafgelegenheit in einem Ferienhaus
 - g. Schlafgelegenheit in einem Zelt
 - h. Rafting
 - i. Saunieren
 - j. Kanusport
 - k. Yoga in der Natur
 - l. Reiten

m. Beeren/Pilze/Kräuter sammeln

11. Welche Gedanken erwecken die folgenden Bilder in Ihnen? Antworten Sie in max. 3 Worten pro Bild.