

Opinnäytetyö (AMK)

Kala- ja ympäristötalous

Iktyonomi

2014

Mikko Kytökorpi

VIRKISTYSKALASTUSKOHTEI- DEN AUDIOVISUAALINEN MARKKINOINTI

Mallina Metsähallituksen kohde-esittelyvideoiden
tuottaminen



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Kala- ja ympäristötalouden koulutusohjelma | Iktyonomi

Toukokuu 2014 | 51 sivua

Ohjaajat: Arto Huhta, Sirpa Hänti

Mikko Kytökorpi

VIRKISTYSKALASTUSKOHTEIDEN AUDIOVISUAALINEN MARKKINOINTI – MALLINA METSÄHALLITUKSEN KOHDE-ESITTELYVIDEOIDEN TUOTTAMINEN

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on mallintaa virkistyskalastuskohteiden markkinointivideoiden tuotantoprosessi ja helpottaa Metsähallituksen seuraavaa audiovisuaalisen materiaalin tuotantoa. Tarkoituksena on havainnollistaa lukijalle, mitä audiovisuaalisen markkinointimateriaalin tuottamiseen kalastuskohteista tarvitaan ja miten se toteutetaan.

Työssä käydään läpi taustatietoa digitaalisesta ja audiovisuaalisesta markkinoinnista, jonka jälkeen esitellään lyhyesti Metsähallituksen luontopalvelut. Työssä esitellään myös Metsähallituksen internetmarkkinoinnin uudistus sekä Metsähallituksen virkistyskalastuskohteet, joista audiovisuaalinen markkinointimateriaali kuvattiin. Ennen varsinaista videoiden tuotantoprosessista kertovaa osiota työn loppupuolelta löytyy pohdiskeleva vertailu perinteisten paperisten kohde-esitteiden ja sähköisen markkinointimateriaalin välillä.

Tätä opinnäytetyötä koskevien Metsähallituksen kohde-esittelyvideoiden tehokkuudesta ei vielä ole varsinaista näyttöä, koska kohteiden toivottu kävijämäärien ja ostettujen kalastuslupien kasvu on nähtävissä vasta muutaman kalastuskauden jälkeen. Nähtävissä olevat eräluvut.fi-sivuston kohde-esittelyvideot ovat kuitenkin muutamassa kuukaudessa keränneet useiden satojen katsojaluvut jo ennen kiivainta kalastuskautta.

ASIASANAT:

Audiovisuaalinen viestintä, markkinointiviestintä, virkistyskalastus

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fisheries and natural resources |

Completion year of the thesis 2014 | Total number of pages 51

Instructor(s) Arto Huhta, Sirpa Hänti

Mikko Kytökorpi

AUDIOVISUAL MARKETING OF RECREATIONAL FISHING DESTINATIONS

The purpose of this thesis was to model the production process of marketing videos of recreational fishing destinations to ease the next possible production of audiovisual material for Metsähallitus. The purpose was to determine the requirements for producing audiovisual material of fishing destinations and the ways to achieve the requirements.

The thesis gives an overview of digital and audiovisual marketing and presents Metsähallitus luontopalvelut briefly. The reformation of Metsähallitus Internet marketing and destinations where audiovisual material was filmed were also presented. Before the actual production process of videos a speculative comparison between traditional paper brochures and electronic marketing material was conducted.

KEYWORDS:

Audiovisual communications, marketing communications, recreational fishing

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 DIGITAALINEN MARKKINOINTIVIESTITÄ	9
3 METSÄHALLITUKSEN INTERNETMARKKINOINNIN UUDISTUS	12
4 KOHDE-ESITTELYVIDEOT	14
5 METSÄHALLITUKSEN LUONTOPALVELUT	15
6 KAINUUN VIRKISTYSKALASTUSKOHTEIDEN NYKYTILA JA HANKKEET	16
6.1 Kainuun virkistyskalastuskohteiden nykytila	16
6.2 Hankkeet	16
7 VERTAILUA ESITTEIDEN JA SÄHKÖISEN MARKKINOINNIN KÄYTÖSTÄ JA KUSTANNUKSISTA VIRKISTYSKALASTUSKOHTEISSA	18
7.1 Käytännöllisyys	18
7.2 Ympäristöystävällisyys	19
7.3 Kustannukset	20
8 KOHTEET	22
8.1 Seitenahveninen	22
8.2 Syväjärvi	23
8.3 Saarijärvi	24
8.4 Lahtanen	24
8.5 Manamansalo	27
8.6 Yli-Vuokki	28
8.7 Hossa ja Hossan kirjolohitripla	29
8.8 Kalliojoki	30
8.9 Korvua-Näljänkäjoki	32
9 KOHDE-ESITTELYVIDEOIDEN TUOTANTOPROSESSI	35
9.1 Suunnittelu	35
9.2 Kuvauskalusto	35
9.3 Kuvausten ajankohdat	36
9.4 Kuvaaminen talvella	37

9.5 Kuvaaminen kesällä	41
9.6 Muu videomateriaali	44
9.7 Editointi	45
9.7.1 Leikkaus	45
9.7.2 Logot ja tekstit	46
9.7.3 Musiikki ja sen hankinta	46
9.7.4 Värisäädöt ja viimeistely	47
9.8 Videoiden jakaminen	47
9.9 Metsähallituksen kohde-esittelyt videoineen	48
10 YHTEENVETO	50
LÄHTEET	51

KUVAT

Kuva 1. Eräluvut-sivuston visuaalinen ilme. Kuvassa Hossan virkistyskalastusalueen kohde-esittely.(www.eraluvat.fi)	13
Kuva 2. Hossan virkistyskalastusalueen kohde-esittelyvideo upotettuna kohteen sivulle.(www.eraluvat.fi)	14
Kuva 3. Seitenahveninen (www.eraluvat.fi)	22
Kuva 4. Syväjärvi (www.eraluvat.fi)	23
Kuva 5. Saarijärvi (www.eraluvat.fi)	24
Kuva 6. Lahtanen (www.eraluvat.fi)	26
Kuva 7. Manamansalo (www.eraluvat.fi)	27
Kuva 8. Yli-Vuokki (www.eraluvat.fi)	29
Kuva 9. Hossa ja Hossan kirjolohitripla (www.eraluvat.fi)	30
Kuva 10. Kalliojoki (www.eraluvat.fi)	32
Kuva 11. Korvua-Näljänkäjoki (www.eraluvat.fi)	34
Kuva 12. Lähikuvaa nuotiosta ja kahvipannusta Seitenahvenisella.	38
Kuva 13. Lähikuvaa nuotiosta.	40

TAULUKOT

Taulukko 1. Videoiden tuotantokustannukset(H. Laitala 2014, henkilökohtainen tiedonanto 25.3.2014)	20
Taulukko 2. Esitteiden tuotantokustannukset(H. Laitala 2014, henkilökohtainen tiedonanto 25.3.2014)	21

1 JOHDANTO

Vapaa-ajankalastus on yksi suosituimmista harrastuksista Suomessa. Vapaa-ajankalastusta harrasti vuonna 2010 32 prosenttia eli noin 1,7 miljoonaa suomalaista. Miehistä lähes puolet ja naisista noin viidesosa kalasti vuonna 2010. (Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos 2010.). Suomessa vapaa-ajankalastus on viime aikoina muuttunut yhä enemmän kotitarvekalastuksesta virkistyskalastuksen suuntaan, mikä tarkoittaa sitä, että suomalaiset hakevat kalastuksesta enemmän elämyksiä ja kokemuksia kuin saalista ruokapöytään. Samalla erilaiset vapakalastusmuodot suomalaisten kalastajien keskuudessa ovat yleistyneet (Maa- ja metsätalousministeriö). Vuonna 2010 vapaa-ajankalastajista vajaa puolet kalasti vapavälinein ja seisovilla pyydyksillä 55 %. Vapaa-ajankalastajien pyytämä kokonaissaalis vuonna 2010 oli lähes 30 miljoonaa kiloa. Tästä määrästä yli 80 % pyydettiin sisävesiltä. Suosituimmat saalislajit olivat ahven ja hauki, joiden jälkeen suosituimpia olivat kuha ja särki. (Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos 2010.)

Hyvin usein käsitys vapaa-ajankalastajista on yksi lähes kahden miljoonan samanlaisen henkilön ryhmä. Tämä on kuitenkin hyvin virheellinen ja kalastuskohteiden tai -palveluiden markkinoinnin kannalta haitallinen yleistys. Nykyisin vapaa-ajankalastajat jakautuvat hyvin erilaisiin ryhmiin eli profiloituvat. Osa kalastajista saattaa keskittyä pelkästään yhteen kalastusmuotoon tai jopa yhteen kalalajiin (Myllylä & Laamanen 2005, 32–34). Suurimmalle osalle kalastajista saalista tärkeämpää on luonnonläheisyys. Hienot maisemat ja arjesta irtaantuminen ovat merkittäviä etenkin työikäisille vapaa-ajankalastuksen harrastajille. Yksi onnistuneen kalastustapahtuman osatekijöistä on hyvä seura, ja kalastuksen sosiaaliset elementit korostavat kalastajan luontosuhteen virkistysellisiä elementtejä. (Metsähallitus 2012).

Kalastus on erittäin suosittu harrastus niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla, ja se tarjoaa mahdollisuuden kalastusmatkailun ja kalavesien kestävän

hoidon kehittämiseen. Kalastusmatkailu on viimeisen kymmenen vuoden aikana kasvanut Suomessa voimakkaasti, ja kalatalous- sekä matkailuyrittäjien lisäksi kalastusopaspalvelut ovat kasvattaneet suosiotaan. Eniten ulkomaalaisia asiakkaita suomalaisille kalastusmatkailuyrityksille tulee Saksasta ja Venäjältä. Kalastusmatkailun tulevaisuudennäkymiä pidetään yleisesti hyvänä, ja kansainvälisen kysynnän uskotaan kasvavan voimakkaasti.(Metsähallitus 2012)

Metsähallitus on Suomen valtion liikelaitos, jonka julkisia hallintotehtäviä hoitaa luontopalvelut-yksikkö, jonka vastuualueeseen kuuluvat kaikki Suomen 37 kansallispuistoa, 19 luonnonpuistoa ja seitsemän valtion retkeilyaluetta sekä 500 muuta luonnonsuojelualuetta. Luontopalveluiden hallinnassa ovat myös 12 Lapin erämaa-aluetta sekä suurin osa Suomen yleisistä vesialueista. Kalastuksen ja kalavesien hoidon suunnittelusta vastaa luontopalveluiden eräprosessi. Eräprosessin vastuulle kuuluvat kalastuksen lisäksi myös metsästys, maastoliikenne ja erävalvonta.(Metsähallitus 2013)

Metsähallituksen Kainuun virkistyskalastuskohteiden vetovoima on heikentynyt 2000-luvulla. Vapaa-ajankalastajien arvomaailma on muuttunut ja nykykalastajat arvostavat yhä enemmän vesistöjen luontaisia kalakantoja, eivätkä Kainuun lukuisat kirjolohen kalastukseen tarkoitettut istutuslammet ole enää yhtä suosittuja kuin 80- ja 90-luvulla. Metsähallituksen luontopalveluiden viestintä ja kohteiden markkinointi on ollut aikaisemmin sekavaa, sillä tieto kalastuskohteista ja niihin liittyvistä luvista on ollut hajallaan useilla eri verkkosivulla, eikä näin ollen ole saavuttanut kaikkia potentiaalisia kalastajaryhmiä. (Metsähallitus 2012) Audiovisuaalisen materiaalin puuttuminen kohteista on ollut pitkään tiedossa. Materiaalin tuottamista on rajoittanut se, että tietoa on useilla eri sivustoilla, ja tietämättömyys siitä, minne materiaali olisi parasta sijoittaa. Lisäksi osa sivustoista soveltuu huonosti videoiden jakamiseen.(P. Korhonen, henkilökohtainen tiedonanto 23.10.2013.)

Vuonna 2012 Metsähallitus käynnisti kaksi hanketta: Kehittyvien kalavesien Kainuu sekä Kainuu kalastuksen kärkikohteeksi. Hankkeiden kesto oli kaksi

vuotta ja, ne päättyivät vuoden 2014 keväällä. Osa hankkeiden toimenpiteistä ovat kuitenkin pitkäjänteisiä ja jatkuvat yhä. Hankkeiden tarkoituksena oli uudistaa Kainuun virkistyskalastuskohteiden vanhentunutta toimintamallia ja lisätä kohteiden matkailullista vetovoimaa. Tarkoituksena oli myös aktivoida uusia käyttäjäryhmiä kalastusharrastuksen pariin ja suunnitella monipuolisia kalastus- ja virkistysmahdollisuuksia eri kohderyhmät huomioiden. Hankkeisiin sisältyi myös virkistyskalastuskohteita koskevan informaation keskittäminen Metsähallituksen uudelle eraluvat.fi-sivustolle. Kainuun virkistyskalastuskohteista kuvattiin myös uutta audiovisuaalista markkinointimateriaalia, ja jokaisesta kohteesta tehtiin lyhyt informatiivinen markkinointivideo. Videot linkitettiin jokaisen kohteen omalle eraluvat.fi-sivulle. (P. Korhonen 2013, henkilökohtainen tiedonanto 23.10.2013).

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on mallintaa edellä mainittujen videoiden tuotantoprosessia helpottamaan mahdollista Metsähallituksen seuraavaa audiovisuaalisen materiaalin tuotantoa. Tarkoituksena on havainnollistaa lukijalle, mitä audiovisuaalisen markkinointimateriaalin tuottamiseen kalastuskohteista tarvitaan ja miten markkinointi ja tuotanto toteutetaan. Työssä käydään läpi taustatietoa digitaalisesta ja audiovisuaalisesta markkinoinnista, jonka jälkeen esitellään lyhyesti Metsähallituksen luontopalvelut. Työssä esitellään myös Metsähallituksen internetmarkkinoinnin uudistus sekä kalastuskohteet, joista audiovisuaalinen markkinointimateriaali kuvattiin. Ennen varsinaista videoiden tuotantoprosessista kertovaa osiota työn loppupuolelta löytyy pohdiskeleva vertailu perinteisten paperisten kohde-esitysten ja sähköisen markkinointimateriaalin välillä.

2 DIGITAALINEN MARKKINOINTIVIESTITÄ

DMC (*digital marketing communications*) eli digitaalinen markkinointiviestintä on termi, jolle ei varsinaisesti ole yhtä selkeää määritelmää. Marko Merisavo kuvaa väitöskirjassaan (2008, 19) digitaalista markkinointiviestintää kommunikaationa ja vuorovaikutuksena yrityksen tai brändin ja sen asiakkaiden välillä, jossa käytetään digitaalisia kanavia ja informaatioteknologiaa.

Digitaalinen markkinointiviestintä ei ole suora synonyymi internetmarkkinoinnille, vaan siinä hyödynnetään myös muita uusia markkinointiviestinnän digitaalisia muotoja, kuten mobiilimediaa ja muita interaktiivisia eli vuorovaikutteisia kanavia. Nämä kanavat voivat olla hyvinkin kirjavia, ja siksi määritelmä on hankala. Myös tekstiviestit, nettiradio, digi-lehdet, digi-tv ja esimerkiksi digitaaliset ulkomainokset luetaan digitaalisiksi markkinointiviestinnäksi. (Karjaluo 2010, 13–14)

Digitaalisella markkinointiviestinnällä kohderyhmät on mahdollista tavoittaa helpommin ja kustannustehokkaammin kuin perinteisellä markkinointiviestinnällä. Mainostajat ovat yhä kiinnostuneempia toimimaan ja näkymään internet- ja mobiilimediassa, koska niitä kohderyhmätkin yhä enemmän käyttävät. (Karjaluo 2010, 13–14)

Audiovisuaalinen markkinointiviestintä

Audiovisuaalinen eli videomarkkinointi on yksi digitaalisen markkinointiviestinnän muodoista. Tämä tapa markkinoida on ollut pitkän aikaa lähes kokonaan pienten yritysten ja organisaatioiden ulottumattomissa (Huslén 2012, 121). Audiovisuaalisen materiaalin tuottamiseen ja levitykseen tarvittava teknologia ja laitteet ovat kehittyneet voimakkaasti viime vuosina, ja niiden hintataso on myös laskenut murto-osaan aikaisemmasta lyhyessä ajassa, mikä mahdollistaa au-

diovisuaalisen materiaalin tuottamisen hyvinkin pienellä rahallisella panostuksella.

Kun Youtube perustettiin vuonna 2005, audiovisuaalisen materiaalin käyttö julkaistavassa sisällössä on yleistynyt. Youtuben lisäksi internetissä on monia audiovisuaalisen ja muun digitaalisen sisällön julkaisemiseen tarkoitettuja sivustoja, joita voi käyttää oman materiaalin jakelukanavana. Ne helpottavat oman sisällön saatavuutta ja tehostavat löydettävyyttä internetissä. Sivustot auttavat myös luomaan kontakteja ihmisiin, jotka eivät ole aiemmin tutustuneet varsinaiseen sivustoon tai edes kuulleet markkinoitavasta tuotteesta tai palvelusta. (Karjaluoto 2010, 13–14)

Noin kymmenen vuotta sitten AV-markkinointi oli siis vain suurimpien mainostajien käytettävissä niin kalliiden laitteiden kuin myös kalliin julkaisemisen takia. Nykyisin oikeastaan kuka tahansa voi tuottaa ja julkaista audiovisuaalista sisältöä, joka tavoittaa miljardien katsojien yleisön ilman suurempia kustannuksia. Kynnys audiovisuaalisen markkinoinnin harjoittamiseen on siis laskenut hyvin matalaksi. (Huslén 2012, 121.)

Hyvälaatuista materiaalia saa kuvattua jopa kännykkäkameralla, ja sen saa hetkessä ladattua erilaisiin sisältöpalveluihin tai sosiaaliseen mediaan. Kunhan tarina on hyvä ja se kerrotaan kohdeyleisöä kiinnostavalla tavalla, videoiden tuotantokustannukset voivat olla hyvinkin matalia.

Audiovisuaalisen materiaalin tuottamiseen tarvitaan luonnollisesti jonkinlainen kamera. Hyvän äänenlaadun tuottamista helpottaa ulkoinen mikrofoni. Materiaalin koostamiseen taas tarvitaan jonkinlainen editointiohjelma, joita on saatavilla jopa ilmaiseksi esimerkiksi tietokoneiden käyttöjärjestelmien mukana.

Editointivaiheessa materiaalista tulisi koota video, josta selviää haluttu informaatio mielenkiintoisella ja ytimekkäällä tavalla. Videon käsikirjoitus ja suunnittelu helpottavat materiaalin koostamista.

Kun video julkaistaan internetissä, se voi olla huomattavasti pidempi kuin perinteinen televisiomainos. Videon pituus on silti hyvä rajata muutama minuuttiin, jotta katsojan mielenkiinto säilyy videon loppuun saakka. (Huslén 2012, 121.)

Videotuotannon voi siis tehdä itse lähes ilmaiseksi, tai se voidaan teettää ulkopuolisilla toimijoilla. Videoille tulee tällöin hiukan lisähintaa, mutta samalla saa käyttöönsä ammattitaitoa, jota itseltä ei välttämättä löydy. Hyvästä markkinointivideosta kannattaa maksaa vähän enemmän, sillä mediakustannukset säästävät joka tapauksessa. (Huslén 2012, 121.)

3 METSÄHALLITUKSEN INTERNETMARKKINOINNIN UUDISTUS

Kuten edellä mainittiin, aiemmin Kainuun kalastuskohteita koskeva tieto löytyi useasta eri internetosoitteesta, kuten villipohjola.fi, luontoon.fi ja metsa.fi. Osa näillä sivustoilla olevista tiedoista oli ajan tasalla, mutta osa oli vanhentunutta. Tämä johti siihen, että kohteista ja niitä koskevista luvista oli vaikea löytää paikkaansa pitävää tietoa.

Vuonna 2013 Kainuun (ja koko Suomen) Metsähallituksen kohteissa kalastusta koskeva ajantasainen ja relevantti tieto koottiin eraluvat.fi-sivustolle. Kalastuksesta, metsästyksestä ja maastoliikenteestä kiinnostuneet ihmiset yritetään ohjata hakemaan tietoa tästä yhdestä internetosoitteesta, ja sivustosta on tulossa myös kieliversiot kansainvälistä liikennettä ajatellen. Luontoon.fi- ja metsa.fi-sivustoilta löytyy edelleen lyhyesti tietoa kalastuksesta, mutta kiinnostuneet pyritään ohjaamaan näiltäkin sivuilta edelleen eraluvat-sivustolle (P. Korhonen, henkilökohtainen tiedonanto 23.10.2013).

3.1 Kohde-esittelyt

Eraluvat.fi-sivustolta löytyy jokaisesta Kainuun virkistyskalastuskohteesta oma sivunsa, joka sisältää lyhyen tekstimuotoisen esittelyn ja kuvia kohteesta, ja suurimmasta osasta löytyy myös kohde-esittelyvideo. Ajatuksena on, että asiakas saisi mahdollisimman kattavan kokonaiskuvan kohteista ja voisi sen jälkeen päättää, mihin mennä kalastamaan. Sivuilta löytyvät myös kartat kohteista, kohteita koskevat säännöt ja tarkat ohjeet tarvittavien lupien hankintaan.

Hossa 5502

Kalteen / Kalteenlahti / Virkistyskalastuskalteen / Poljennan ja Kaiman / Kallha

Suomussalmen kunnan koillisosassa sijaitseva Hossan reikälysjärvi on määräaikaisen vahvoissa heijutusmaissa, jonka välissä kiertävä järven, jokien ja purjien reitti. Lisäksi alueella on lukematon määrä yksittäisiä kristallinkirkkaita suppilampia.

Hossan vedet sijaitsevat maantieteellisesti pienellä alueella, jossa voi kalastaa järvissä ja lammissa. Kookkalastajan kannattaa suunnata Hossanjärvi tai alueen muille viitaveille.

Alueella on luontaisesti vahvat ahven- ja siikakannat, minkä lisäksi järven ja lampien lähdään lohikalojen poikasistutuksia. Hyvien ravinto-olosuhteiden myötä nämä istukkaat menestyvät hyvin ja kasvavat suuriksi. Hossanjoen saalisvarmuutta parannetaan pyytkökosken tällöinen istutuksella.

Hossan kirjolohilammet (Huusiluva, Kallha- ja Pikku-Hossalampi) ovat kalastettavissa omalla luvallaan 500 Hossan kirjolohilajia.

KALASTUSAIKA:
Kalenbehuvi
Hossanjärvi 1.8.-10.9.

KOHDENNAKU

Mikä haluat tehdä?

Valitse luokitus

Valitse alue

KOSTEEN POKAUKU

Kohteen nimi tai numero

HÄYTYVÄT LUVAT

Kuva 1. Eräluvut-sivuston visuaalinen ilme. Kuvassa Hossan virkistyskalastusalueen kohde-esittely.(Metsähallitus 2013)

5 METSÄHALLITUKSEN LUONTOPALVELUT

Metsähallitus on Suomen valtion liikelaitos, jonka julkisia hallintotehtäviä hoitaa luontopalvelut-yksikkö. Luontopalveluiden tehtäviin kuuluvat luonnonsuojeluun ja retkeilyyn varattujen valtion maiden, kuten kansallispuistojen luonto- sekä kulttuuriympäristöjen hoito ja retkeilypalvelujen tuottaminen näille alueille. Rahoitus luontopalveluiden toimintaan tulee pääasiassa valtion budjetista. (Metsähallitus 2013)

Vastuualueeseen kuuluvat kaikki Suomen kansallispuistot, luonnonpuistoja ja valtion retkeilyalueita sekä muita luonnonsuojelualueita. Luontopalveluiden hallinnassa on myös Lapin erämaa-alueita sekä suurin osa Suomen yleisistä vesialueista. Vuosittain kansallispuistoissa vierailaan noin kaksi miljoonaa kertaa, ja yhteensä kaikissa Metsähallituksen virkistyskohteissa kävijämäärät nousevat vuosittain yli viiteen miljoonaan. (Metsähallitus 2013)

Metsähallituksessa kalastuksen ja kalavesien hoidon suunnittelusta vastaa luontopalveluiden eräprosessi. Eräprosessin vastuulle kuuluvat kalastuksen lisäksi metsästys, maastoliikenne ja erävalvonta. Kalastuksen ja kalavesien käytön ja hoidon suunnittelu ja toteutus perustuvat pääosin kalastuksen lupatuloihin. Erilaisia metsästys- ja kalastuslupia myydään vuosittain yli 120 000 kappaletta. Myös merkittävien uhanalaisten lajien suojelu on uskottu luontopalveluiden vastuulle ja luonnonsuojelualueet ovat tärkein työkalu luonnon monimuotoisuuden säilyttämisessä. (Metsähallitus 2013)

6 KAINUUN VIRKISTYSKALASTUSKOHTEIDEN NYKYTILA JA HANKKEET

6.1 Kainuun virkistyskalastuskohteiden nykytila

Kainuun vapaa-ajan matkailu on kasvanut viime vuosina, mutta se ei ole näkynyt ostettujen Metsähallituksen virkistyskalastuslupien määrässä. Kalastusta koskevat trendit ovat viime aikoina muuttuneet, eivätkä perinteiset kirjolohen istutuslammet enää kerää asiakkaita kuten 90-luvulla. Kirjolohen saalisarvo on laskenut, kun taas kalojen luontaisen elinkierron merkitys kalastajien keskuudessa on kasvanut. Luonnonmukaisessa ympäristössä villinä kasvanutta saaliskalaa ja kalavesien hoitoa ympäristöystävällisin menetelmin arvostetaan yhä enemmän. Nykyajan kalastajat ovat usein erikoistuneet johonkin tiettyyn kalastusmuotoon tai kalalajiin. Metsähallituksen Kainuun virkistyskalastuskohteiden toimintaperiaate on pohjautunut hyvin pitkälti istutuspaikkoihin, eikä se ole kyennyt vastaamaan nykyajan kalastuksen harrastajien tarpeisiin. Kalastuksen sääntely ja ohjaus Kainuussa on ollut vähäistä. Lohikalojen kutupaikat on perattu ja syönnöstävät emokalat on pyydetty vähiin järviältä. Näin kalojen luontainen elinkierto on tehty lähes mahdottomaksi. Kalavesien kestävämmän käytön suunnittelu on ollut yksi uuden toimintamallin lähtökohtia. (Metsähallitus 2012)

6.2 Hankkeet

Kainuu kalastuksen kärkikohteeksi ja Kehittyvien kalavesien Kainuu-hankkeiden kalastukseen liittyviä tavoitteita olivat kohteiden profiloituminen, erikoistuminen ja monipuolistaminen. Matkailun kannalta oli tärkeää keskittyä niihin kohteisiin, joiden kehittyminen ja kasvaminen kalastusmatkailun kannalta olisi mahdollista. Kohteita on tarkoitettu kehittää innovatiivisesti sääntöjen, rauhoituksen, alueiden valinnan ja markkinoinnin kautta. (Metsähallitus 2012)

Kohteiden vetovoimaa pyritään lisäämään monipuolistamalla kohteiden lajistoa tai profiloimalla niitä erityiskalastuskohteiksi, esimerkiksi markkinoimalla luontaista taimenen elinkiertoa tai nostamalla esille kohteen erityisen suurikokoisia ahvenia. Samalla tavoitteena oli miettiä näille kohteille toimiva ja kestävä sääntely. Yksittäisten kirjolohilampien kehittäminen koettiin rajalliseksi ja kannattamattomien kohteiden tilalle pyrittiin keksimään uusia toimintamalleja. Toimivat kirjolohikohteet halutaan keskittää paikkoihin, joissa ne voivat olla osa laajemman kohteen vetovoimaa. (Metsähallitus 2012)

Viestinnän ja markkinoinnin kehittämisessä keskeisessä asemassa on kalastajien asenteiden muokkaus uuteen suuntaan. Kestävän kalastuksen etiikasta ja sen menetelmistä pyritään välittämään tietoa kalastajien keskuuteen ja hyviä kalastuskäytäntöjä markkinoimaan kaikilla viestinnän tasoilla, niin internetissä kuin opastetauluissa itse kohteissa. Asennekasvatusta yritetään keskittää nuoriin kalastajiin ja uusiin käyttäjäryhmiin, jotka ovat Kainuun kalastuksen tulevaisuus. Paikallisten kalastusseurojen kanssa tehtävä yhteistyö on tässä tärkeässä asemassa, ja Metsähallitus järjestää joka vuosi nuorille suunnatun vapapäivä-tapahtuman yhteistyössä Suomen Vapaa-ajankalastajien Keskusjärjestön kanssa. (Metsähallitus 2012)

Kainuun kalastuskohteiden opastukselle suunniteltiin uusi yhdenmukainen visuaalinen ulkoasu ja sitä kehitettiin kohteiden profiilia vastaavaksi. Erityiskalastuskohteita pyritään nostamaan esille markkinoinnissa ja erilaisia kalastajaryhmiä ja eri kalastusmuotojen harrastajia huomioidaan paremmin tiedottamisessa. Luontaisten menetelmien ja kestävän kalastuksen korostaminen viestinnässä on keskeisessä asemassa. (Metsähallitus 2012)

7 VERTAILUA ESITTEIDEN JA SÄHKÖISEN MARKKINOINNIN KÄYTÖSTÄ JA KUSTANNUKSISTA VIRKISTYSKALASTUSKOHEISSA

Tässä osiossa vertaillaan perinteisesti käytettäviä paperisia esitteitä audiovisuaaliseen materiaaliin kalastuskohteiden markkinoinnissa. Osiossa pohditaan sekä paperisten esitteiden että online-videoiden hyviä ja huonoja puolia. Lisäksi osiossa on laskelmat kolmen erilaisen virkistyskalastuskohteen markkinoinnin tuotantokustannuksista niin esitteiden kuin audiovisuaalisen materiaalin puolesta.

7.1 Käytännöllisyys

Paperisten esitteiden ja informatiivisten markkinointivideoiden käytännöllisyydessä on suuria eroja. Kalastuskohteiden säännöt tai niitä koskevat muut huomioon otavat tiedot saattavat muuttua ajoittain, ja päivitetty tieto kohteista täytyy saada myös kohteiden käyttäjien keskuuteen. Metsähallituksen kohteita koskevien esitteiden ja videoiden eliniäksi on arvioitu noin 3 kalastuskautta (H. Laitala, henkilökohtainen tiedonanto 2014). Tässä ajassa sääntöjen tai tietojen on arvioitu muuttuvan niin, että myös kohteiden markkinointimateriaali täytyy päivittää. Kun paperisia esitteitä päivitetään, ne täytyy suunnitella, muokata, painattaa ja toimittaa edelleen kohdetta koskeviin jakelupaikkoihin. Tästä toimintaketjusta koituu valtavasti työtunteja. Myös esitteiden viemä varastotila on huomioon otava. Yhtä kalastuskohdetta kohti saatetaan valmistaa yli 10 000 paperista esitettä, joita on säilytettävä sisätiloissa. Informatiivisen markkinointivideon tietojen päivittäminen taas on huomattavasti yksinkertaisempaa. Kun editoijalla on kohdetta koskevasta videosta projektitiedosto, videoon täytyy vain muuttaa, lisätä tai poistaa tarvittavat tiedot. Vanha markkinointivideo poistetaan kohteen internet-sivuilta ja tilalle ladataan uusi, päivitetty versio. Internetissä oleva materiaali

ei luonnollisesti vie lainkaan fyysistä tilaa. Ainoastaan eri sivustojen tiedostokokoja koskevat mahdolliset rajoitukset on huomioitava suurikokoisia videotiedostoja sivustoille ladattaessa.

Markkinointimateriaalin levittäminen internetissä on tehokkaampaa verrattuna paperisiin esitteisiin. Kun kalastaja tai retkeilijä matkustaa valitsemaansa kohteeseen, hän saa yleensä kalastuslupaa ostaessaan tai muuta tietoa infopisteestä hakiessaan käteensä kohteen paperisen esitteen, kun taas internetissä olevat markkinointivideot leviävät erilaisten sivustojen, hakukoneiden ja sosiaalisen median kautta hyvin tehokkaasti. Potentiaaliset asiakkaat voivat saada kalastuskohteen sähköisen markkinointimateriaalin nähtäväkseen, vaikka eivät ole välttämättä edes etsineet kohteesta tietoa. Sähköinen materiaali on siis helpommin saatavilla ja siihen pääsee tutustumaan jo kotona, kun taas esitteet ovat saatavilla yleensä vain itse kohteissa. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon myös kohteiden kävijäkunta, joka ei käytä ollenkaan tai käyttää vain vähän internetiä. Heitä paperiset esitteet palvelevat online-videoita paremmin.

Online-videoiden havainnollisuus eroaa myös esitteistä. Pelkästään liikkuva kuva ja äänimaailma välittävät jo paljon tietoa katsojalle kohteesta. Kun videoon lisätään informatiivista tekstiä ja esimerkiksi logoja, sen havainnollisuus kasvaa huomattavasti suuremmaksi kuin paperisten esitteiden sisältämät kuvat ja teksti. Toisaalta yksi esitteiden hyvä puoli on niiden konkreettisuus. Esitteen voi ottaa mukaan vaikka vesillä liikuttaessa, ja tarvittaessa siitä voidaan tarkistaa karttaa tai kohdetta koskevia tietoja. Toki nykyisillä älylaitteilla pääsee käsiksi myös sähköiseen materiaaliin suurimmassa osassa Suomea.

7.2 Ympäristöystävällisyys

Online-videoiden hyviä puolia verrattuna paperisiin esitteisiin on myös ympäristöystävällisyys. Esitteisiin käytettävän paperin valmistus, esitteiden painatus ja niiden jakelu kohteiden toimipisteisiin aiheuttavat suuremman hiilijalanjäljen kuin internetiin ladattava sähköinen markkinointimateriaali. Lisäksi vanhentuneiden

esitteiden kierrätyksestä tai hävityksestä aiheutuvat päästöt ovat huomioitavia. Toimipisteistä mukaan saatavat esitteet voivat myös unohtua vahingossa tai tarkoituksella luontoon ja roskata näin kalastuskohteita.

7.3 Kustannukset

Online-markkinointivideoiden kustannukset koostuvat suunnittelusta, audiovisuaalisen materiaalin keräämisestä eli kuvauspäivistä sekä editoinnista. Kun video on ladattu internetiin, se ei yleensä aiheuta enää lisäkustannuksia. Paperisten esitteiden kustannukset taas koostuvat niiden suunnittelusta, painatuksesta, jakelusta ja edelleen varastoinnista. Alla olevassa taulukossa on eritelty suurpiirteisesti kolmen erilaisen Metsähallituksen virkistyskalastuskohteen sekä esitteiden että audiovisuaalisen materiaalin kustannukset. Vertailussa kohteina ovat Hossa, joka on suurin virkistyskalastusalueista, Korvua-Näljänkäjoki, joka on yksi jokikohteista, ja Syväjärvi, joka on yksi pienimmistä lampikohteista.

Taulukko 1. Videoiden tuotantokustannukset(H. Laitala, henkilökohtainen tiedonanto 25.3.2014).

Kohteen nimi	Videoiden määrä	Kuvaaminen	Suunnittelu & editointi
Hossa	1	1 560 €	540 €
Korvua-Näljänkäjoki	1	300 €	420 €
Syväjärvi	1	480 €	360 €

Taulukko 2. Esitteiden tuotantokustannukset(H. Laitala, henkilökohtainen tiedonanto 25.3.2014).

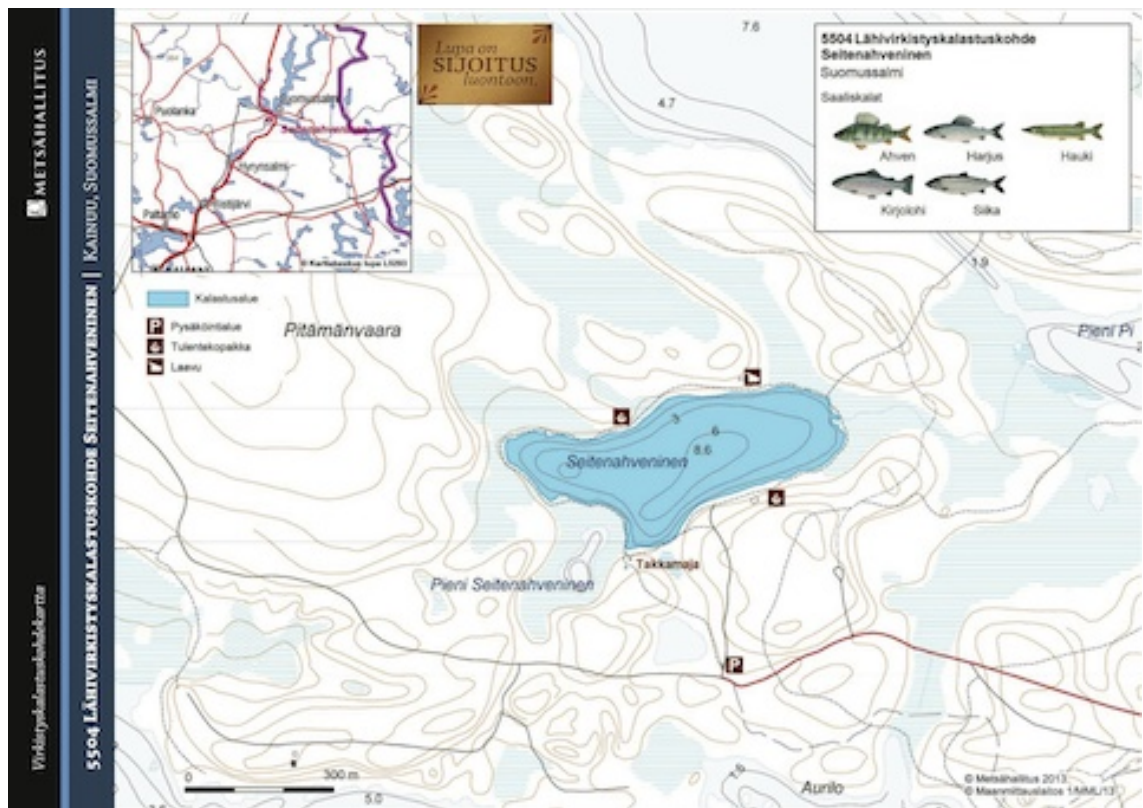
Kohteen nimi	Esitteiden määrä	Suunnittelu	Painatuskulut
Hossa	13 000	560 € +alv.	2 554,40 €
Korvua-Näljänkäjoki	9 000	560 € +alv.	1 835,20 €
Syväjärvi	3 000	560 € +alv.	967,30 €

8 KOHTEET

Osiassa esitellään lyhyesti Kainuun virkistyskalastuskohteet, joista on hankkeiden aikana tehty markkinointivideo.

8.1 Seitenahveninen

Seitenahveninen sijaitsee Suomussalmella. Tämä pieni metsäjärvi on kooltaan noin 10 hehtaaria, ja sitä reunustavat suo- ja kangasrannat. Järveen tehdään satunnaisia pyyntikokoisten kirjolohien istutuksia sekä poikasistutuksia siikaa ja harjusta. Järveä ympäröivät pitkospuut, ja niiden yhteyteen on rakennettu myös heittopaikkoja. Järven rannalla on kaksi hoidettua laavua ja kaksi nuotiopaikkaa sekä komposteja. Seitenahvenista markkinoidaan helposti saavutettavana, koko perheen lähivirkistyskohteena. (kuva 3).



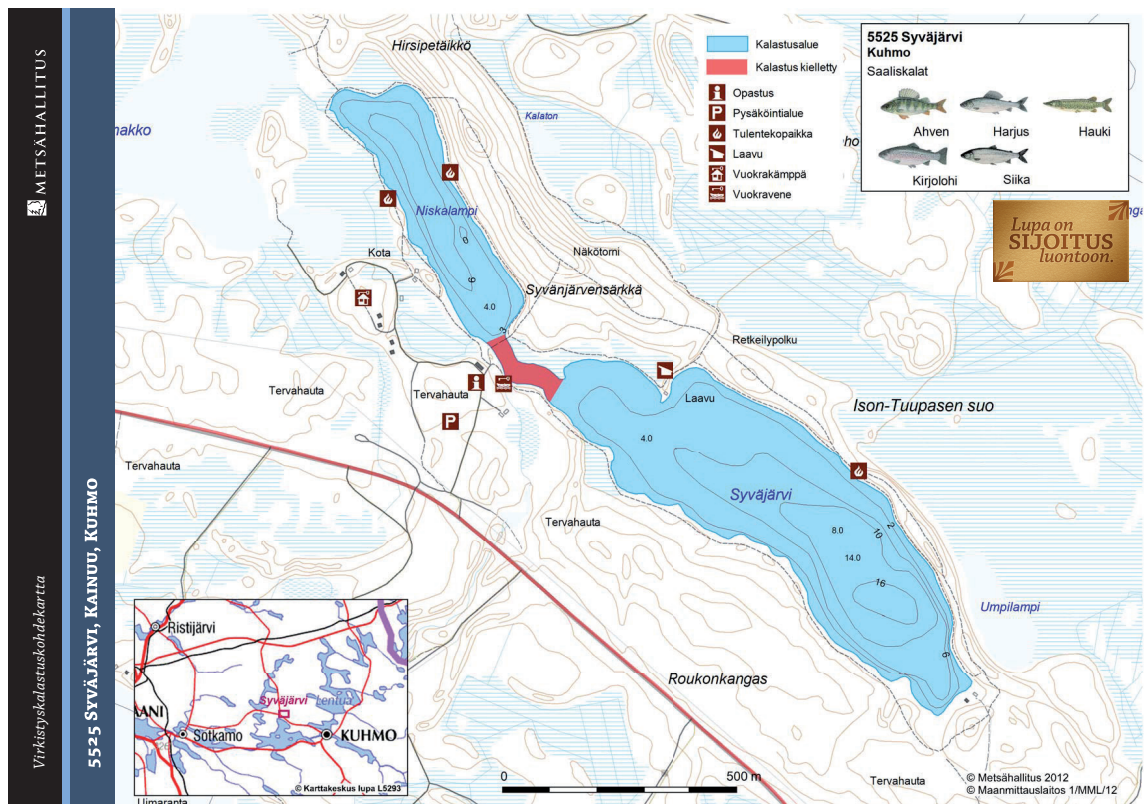
Kuva 3. Seitenahveninen (Metsähallitus 2013).

8.2 Syväjärvi

Syväjärvi on 32 hehtaarin kokoinen, kirkasvetinen metsäjärvi Kuhmon kunnassa. Järvi koostuu kahdesta osasta, joita yhdistää kapea salmi. Järvi on molemmista päistä syvä ja jyrkkärantainen ja, sitä kiertää 6 kilometriä pitkä rantapolku.

Syväjärven kalastoa hoidetaan kirjolohi-istutuksilla. Järvellä on uistelumahdollisuus vuokraveneillä, ja on rannoilla muutamia rakennettuja heittopaikkoja.

Alueella on laavu ja seitsemän nuotiopaikkaa. Maasto on pääosin kuivaa mäntykangasta. Syväjärveä markkinoidaan helposti tavoitettavaksi kalastus- ja retkeilykohteeksi, joka soveltuu myös perheille sekä ryhmille. (kuva 4).



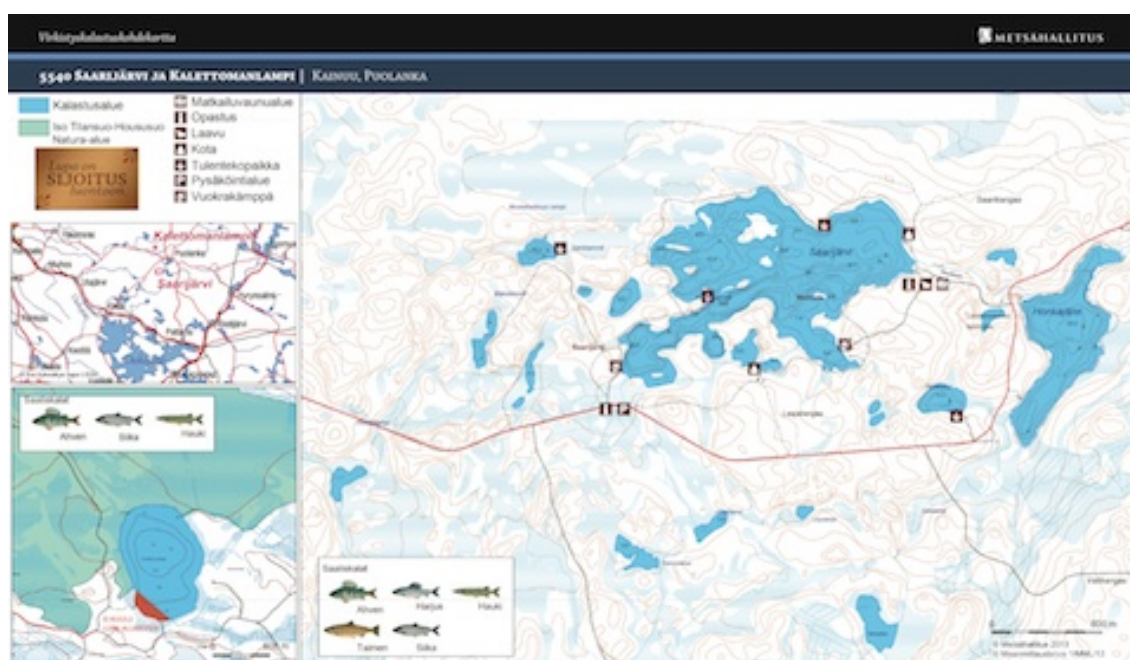
Kuva 4. Syväjärvi (Metsähallitus 2013).

8.3 Saarijärvi

Saarijärven virkistyskalastuskohde on 60 hehtaarin laajuinen erämaajärvi Puolangalla. Tämä runsaasti saaria kattava järvi sijaitsee keskellä Saarijärven luonnonsuojelualueetta. Sitä ympäröikään lähes luonnontilaiset vanhat metsät ja jäkäläkankaat.

Saarijärven kalastoa hoidetaan taimenen, harjuksen ja siian poikasistutuksilla, jotka ovat osa järven luontaista kalastoa. Järvellä on sallittua käyttää omaa soutuvenettä ja sähköperämootoria.

Järveä ympäröi polkuverkosto, ja alueella on laavuja, tulentekopaikkoja sekä kota. Saarijärveä markkinoidaan erämaan rauhaa ja luonnontilaista ympäristöä arvostavalle kalastajalle tai retkeilijälle. (kuva 5).



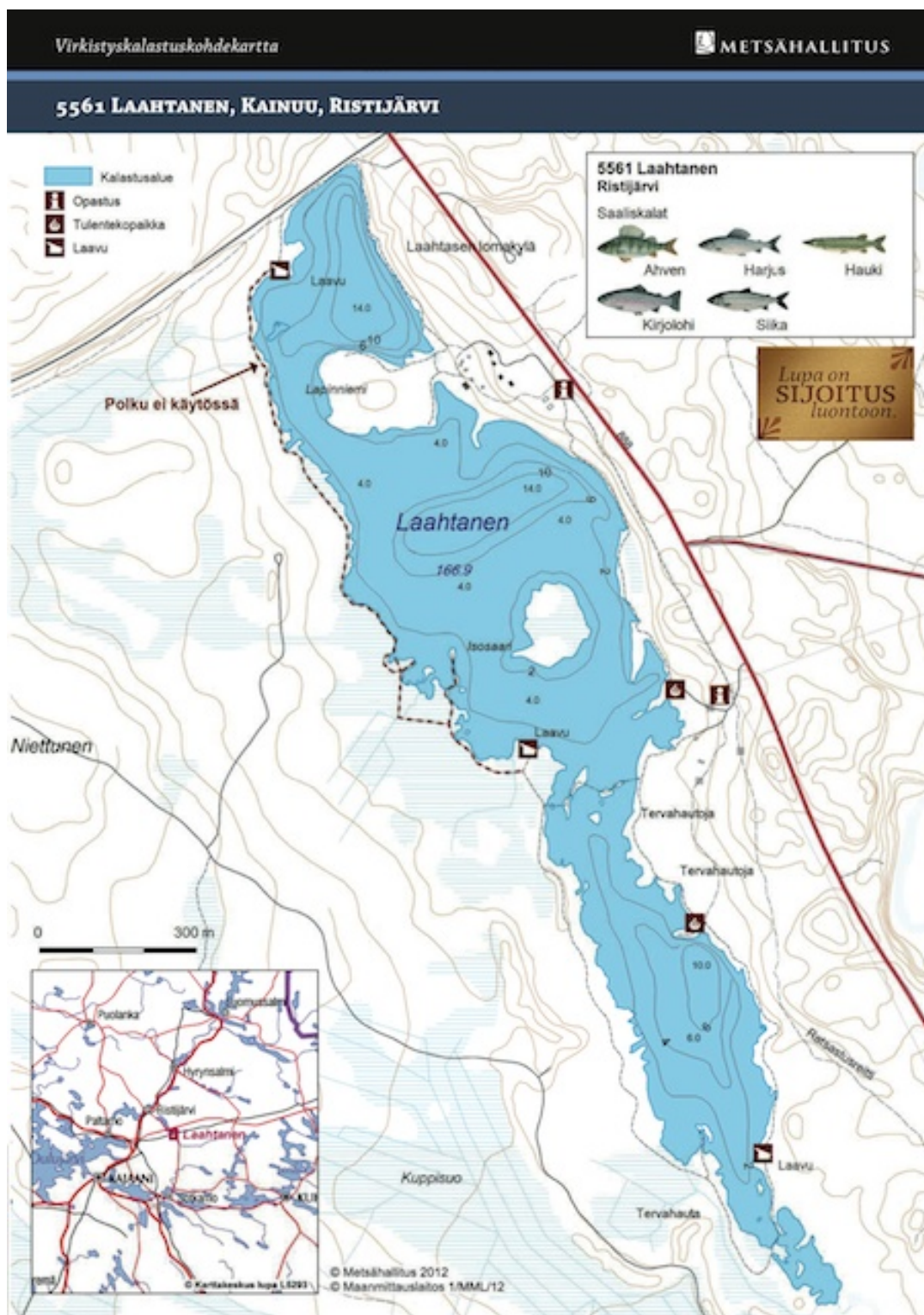
Kuva 5. Saarijärvi (Metsähallitus 2013).

8.4 Lahtanen

Lahtanen on 54 hehtaarin laajuinen metsäjärvi Ristijärvellä. Järvi on rannoil-

taan hyvin rikkonainen ja se kattaa paljon pieniä saaria. Järvessä kalastuksen tekee kiinnostavaksi myös huomattavat syvyyssvaihtelut. Lahtasen kalastoon kuuluvat siika ja sinne istutettavat pyyntikokoiset kirjoloheet.

Järvi sijaitsee harjujen painanteessa, ja sitä ympäröi laaja polkuverkosto siltoineen, laavuineen ja tulisijoineen. Kalastuskohteen yhteydessä majoituspalveluita tarjoaa Lahtasen leirintä- ja lomakylä, missä on tarjolla mökkejä sekä asunтоваunupaikkoja. Lomakylästä on mahdollista vuokrata myös soutuveneitä vetouistelua varten. (kuva 6).



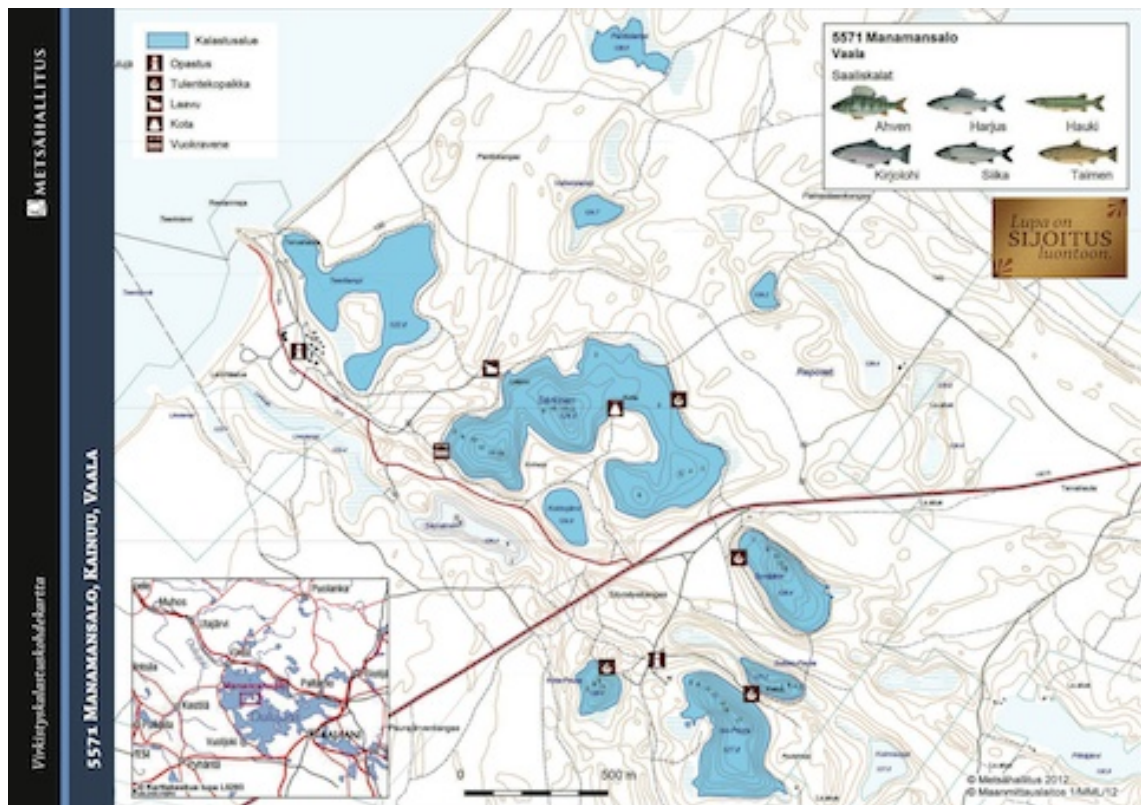
Kuva 6. Lahtanen (Metsähallitus 2013).

8.5 Manamansalo

Manamansalon virkistyskalastuskohde sijaitsee Oulujärven saarella, Oulujärven retkeilyalueella. Kalastusalueeseen kuuluu 12 erilaista niin sanottua suppalampea, jotka ovat paikoitellen yli kymmenen metriä syviä. Lampia reunustaa jylhät hiekkaharjut, joissa on kattavat polkuverkostot laavuineen ja tulisijoineen.

Kirkasvetisten metsälampien kalastoon kuuluvat luontaisesti mm. hauki, ahven, siika ja särkikalat. Kohteisiin tehdään säännöllisiä taimenen, siian ja harjuksen poikasistutuksia. Kirjolohta istutetaan avovesikaudella Särkiseen.

Alueella toimii Manamansalon matkailukeskus, joka myy myös kalastuslupia ja vuokraa veneitä näihin kohteisiin. Matkailukeskuksen yhteydessä on viiden tähden leirintäalue ja kohde on kuuluisa upeista hiekkarannoistaan. Aluetta markkinoidaan perheystävällisenä, kaikenikäisten retkeilijöiden ja kalastajien kohteena, joka tarjoaa haasteita myös kokeneemmille kalastuksen harrastajille. (kuva 7).



Kuva 7. Manamansalo (Metsähallitus 2013).

8.6 Yli-Vuokki

Suomussalmella sijaitseva Yli-Vuokin virkistyskalastuskohde on pienten järvien, virtojen ja koskien ketju, joka saa alkunsa Vienan Karjalasta. Tähän lähes asu-
mattomalla alueella, laajojen luonnonsuojelualueiden kupeessa sijaitsevaan
kohteeseen sisältyy useita kalastettavia koskia, järviolueita ja pieniä metsälam-
pia.

Alueen vesissä esiintyy luontaisena ahventa ja haukea, lisäksi joihinkin suurim-
piin järviin on istutettu kuhaa. Kohteen kalastoa hoidetaan taimenen, harjuksen
sekä siian istutuksilla ja Kevättijärveen istutetaan myös järvilohia. Alueella kul-
kee kattava tieverkosto, ja kohteet ovat syrjäisestä sijainnistaan huolimatta suu-
rimmaksi osaksi helposti tavoitettavissa. Alueella on useita vuokramökkejä.

Yli-Vuokkia markkinoidaan erämaista ja rauhallista ympäristöä arvostavalle ka-
lastajalle. Erityisesti ison ahvenen kalastukseen Yli-Vuokki tarjoaa hyvät puit-
teet. (kuva 8).



Kuva 8. Yli-Vuoksi (Metsähallitus 2013).

8.7 Hossa ja Hossan kirjolohitripla

Hossan virkistyskalastusalue sijaitsee Suomussalmen kunnassa. Kohde kattaa yhteensä 130 järveä ja lampea yhdysjokineen, missä on monipuoliset ja ympärivuotiset kalastusmahdollisuudet. Hossan luontokeskus opastaa ja vuokraa veneitä sekä välineitä kalastajille.

Vetouistelu on suosittua suurilla järvillä Pitkä-Hoilua-Kokalmus, Iso-Valkeinen ja Umpi-Valkeinen. Kalastus virtavesissä on mahdollista Hossanjoella ja muilla alueen reittivesissä. Hossanjoella on pelkästään perhokalastukseen varattu alue.

Luontokeskuksen lähituntumassa sijaitsevat Hossan kirjolohitriplan kuuluvat kolme lampea, joihin kirjolohen kalastus on keskitetty. Triplan kirjolohikantoja pidetään yllä säännöllisin istutuksin.

Alueen vesissä tavataan luontaisina kalalajeina haukea, ahventa, siikaa, muikua, järvitaimenta ja harjusta. Useita kohteita hoidetaan myös erilaisia lohikalvoja, pääosin poikasina istuttaen. Vesistöjen hyvien ravinto-olosuhteiden myötä poikaset menestyvät hyvin.

Hossa on myös suosittu ja monipuolinen retkeilykohde. Alueelta löytyy monipuolisia kävelyreittejä sekä paljon erilaisia majoitus- ja ohjelmalveluita. Alueella toimii yrityksiä, joilta on mahdollista ostaa esimerkiksi kalastusopastusta alueen vesille. (kuva 9).



Kuva 9. Hossa ja Hossan kirjolohitripla (Metsähallitus 2013).

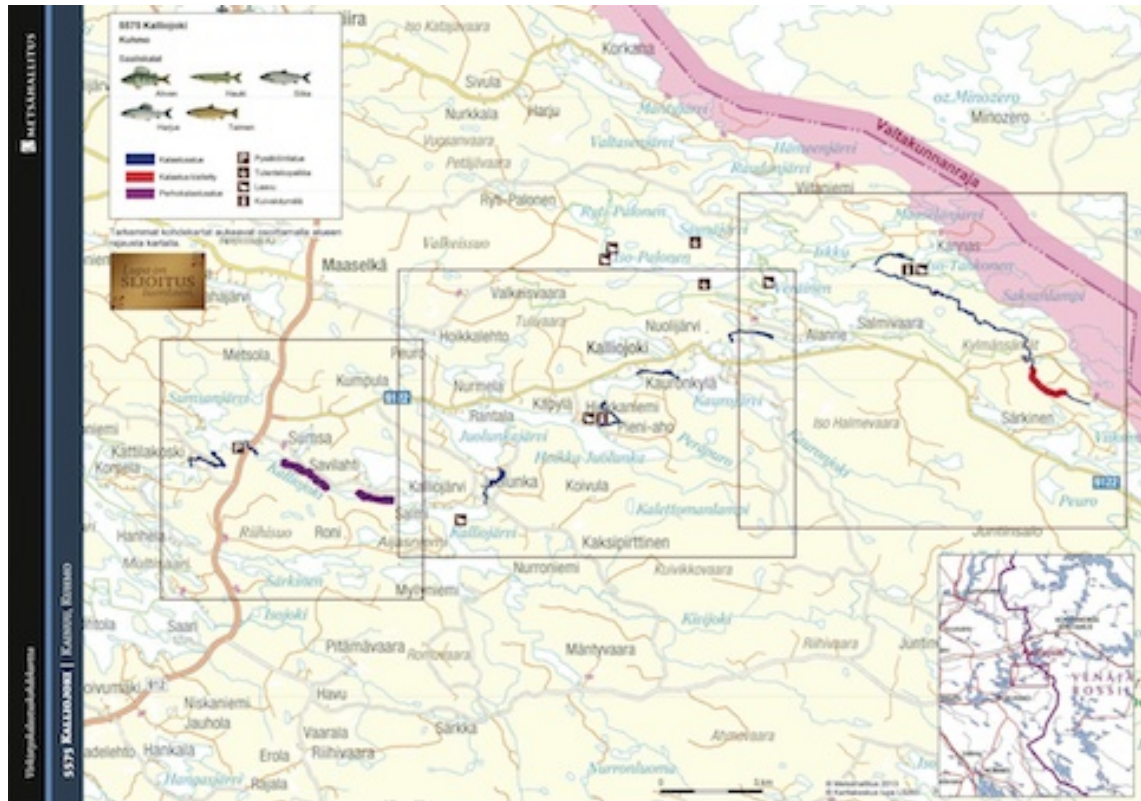
8.8 Kalliojoki

Suomen itärajalta alkunsa saava Kalliojoki sijaitsee Kuhmossa. Reitti laskee Iso-Korpijärven kautta Lentuaan ja reitillä on kymmenkunta järveä, joiden välis-

sä virtaa lyhyet koskiosuudet. Reitti on pituudeltaan noin 40 kilometriä ja sisältää 27 koskiosuutta, joiden yhteispituus on yli neljä kilometriä.

Kalliojoen yhteislupa-alue muodostuu Metsähallituksen ja Lentuan Lohkokunnan jokialueista. Vesistön jokiosuudet on kalastettavissa virkistyskalastusluvala. Reitin ylimmät kosket on rauhoitettu poikastuotantoalueiksi. Alueelle istutetaan harjuksen sekä taimenen poikasia ja pyyntikokoisia taimenia. Luonnontaimenille on asetettu korkeampi alamitta kuin istukkaille emokalojen suojelemiseksi.

Kalliojoki on ollut aikoinaan ennen uittoa edeltäviä perkauksia Lentuan järvi-taimenen tärkein lisääntymisalue. Koskia on sittemmin kunnostettu lohikaloille suotuisammaksi. (kuva 10.)



Kuva 10. Kalliojoki (Metsähallitus 2013).

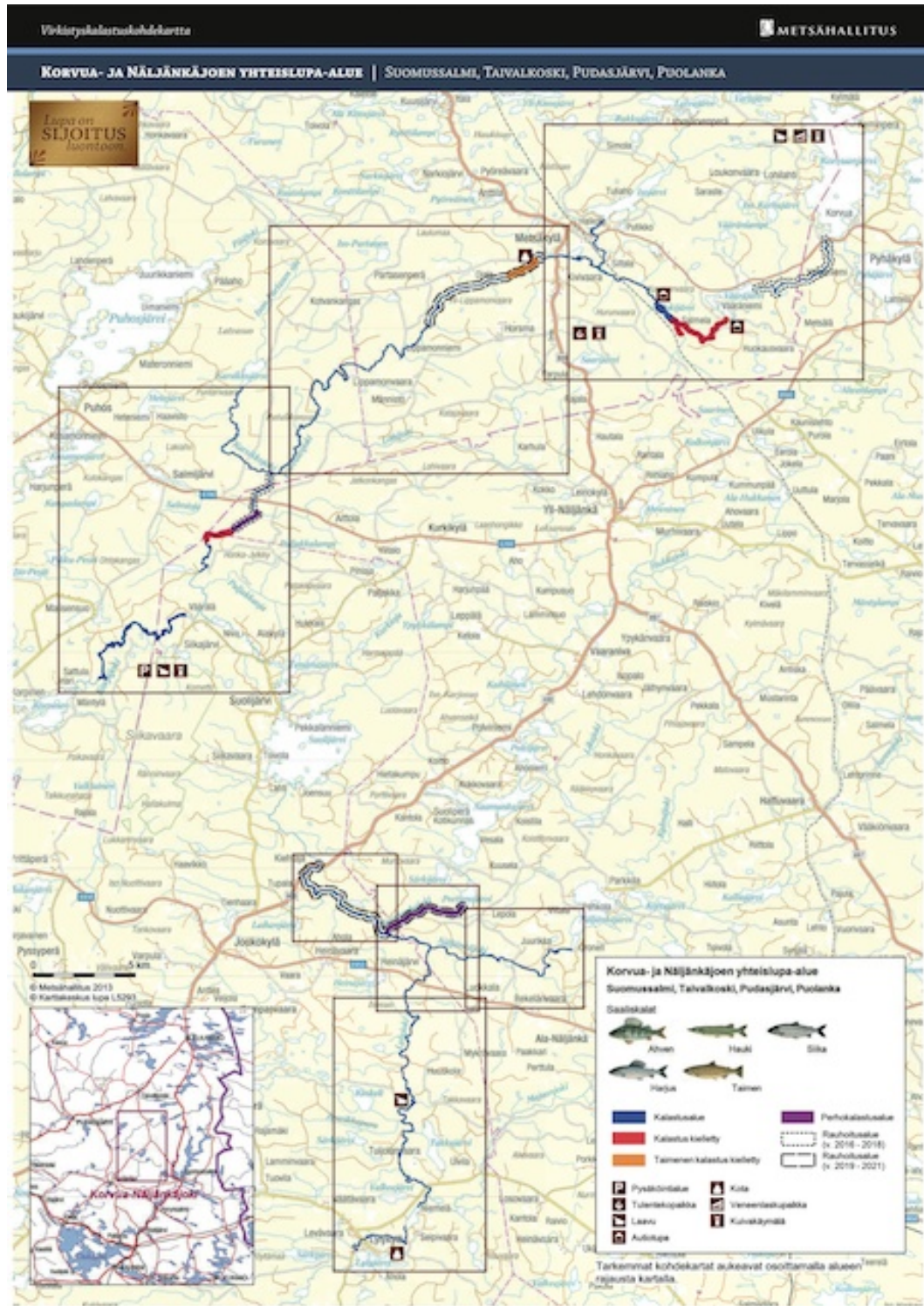
8.9 Korvua-Näljänkäjoki

110 kilometriä pitkä Korvua-Näljänkäjoen yhteislupa-alue virtaa Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun rajamailla. Reitti kulkee seitsemän eri osakaskunnan, yhden yksityistilan sekä Metsähallituksen vesialueilla. Siihen kuuluu yli 60 eripituista koskea ja lukuisia pienempiä virtapaikkoja. Lupa-alueen joet ovat Korpjojoki, Korvuanjoki, Lylyjoki, Välijoki, Näljänkäjoki, Naamankajoki ja Karsikkojoki.

Uiton aikana joet on aikoinaan perattu, mutta myöhemmin niitä on kunnostettu lohikaloille suotuisammiksi. Reitille ei ole tehty istutuksia vuosiin, ja kalasto on pääosin luontaista. Alueen pääkohdekalana on harjus, mutta paikoittain kosket kätkevät kuohuihinsa myös upeita taimenia. Luontaisten ja elinvoimaisten kalakantojen turvaamiseksi alueella on tiukemmat lupaehdot kuin istutuksilla hoidettavilla kalastuskohteilla.

Joillekin virtapaikoille pääsee autolla, mutta osa koskista on vaikeammin tavoitettavissa ja vaativat hiukan kävelyä. Myös rannat voivat olla vaikeakulkuista pusikko tai luohikkoa. Osa rannoista on suojelussa vanhojen metsien suojelualueilla.

Alueelta löytyy muutama autiotupa, ja laavut nuotiopaikkoineen sijaitsevat Lylyjoen Kinkelinkosken- ja Korvuanjoen Lahnasenkosken alla. (kuva 11).



Kuva 11. Korvua-Näljänkäjoki (Metsähallitus 2013).

9 KOHDE-ESITTELYVIDEOIDEN TUOTANTOPROSESSI

9.1 Suunnittelu

Kainuun kalastuskohteiden esittelyvideoiden suunnittelu käynnistettiin alkupalaverilla Kajaanissa huhtikuussa 2013. Palaverissa käytiin läpi uusi eräluvatsivusto sekä viestinnän ja markkinoinnin uusi visuaalinen ulkoasu, joka tuli olla yhtenäinen myös tulevissa videoissa. Palaverissa tutustuttiin esitettäviin kohteisiin ja käytiin läpi, millaisena kutakin kohdetta haluttiin markkinoida. Keskustelussa koottiin yhteen asioita, joita videossa tulisi kohteesta korostaa, kuten kohdekalalajit, kohteen kalastusmuodot, retkeilyrakenteet ja mahdolliset muut kohteessa olevat aktiviteetit. Nämä asiat oli tietysti jo ennakkoon määritetty suunnittelijoiden toimesta. Jokaisesta kohteesta tuli kuvata myös useita maisemaotoksia.

Kohteiden kuvaamista koskevat aikataulut suunniteltiin pääosin sen mukaan, milloin ns. kohdekalaja oli paras mahdollisuus saada pyydettyä ja kuvattua. Kuvaukset pyrittiin ajoittamaan vuodenaikoihin, jolloin kohteet olisi ”elävimmillään” ja paikalla olisi muitakin kalastajia sekä kohteesta nauttijoita. Läpi vuoden toimivista kohteista päätettiin kuvata sekä talvi- että kesämateriaalia. Lopuksi kartoitettiin käytössä olevaa kalustoa ja kirjattiin puutelista niistä asioista, mitä videoiden tuottamista varten tulisi hankkia.

9.2 Kuvauskalusto

Materiaalia kuvatessa käytössä oli Canon- ja Nikon-järjestelmäkamerat. Maisemaa kuvatessa objektiivina kameroissa käytettiin pääosin 11-16 mm f2.8 laajakulmaobjektiiveja. Yksityiskohtaisissa lähikuvissa käytettiin 50mm f1.8 kiinteäpolttovälistä objektiiveja. Tukikamerana käytettiin Gopro-actionkameraa. Sillä kuvattiin muun muassa vedenalaiset otokset. Gopro asennettiin nippusiteillä

teleskooppi-sauvaan vakaamman kuvan saavuttamiseksi ja sen varassa kameran saattoi myös laskea esimerkiksi avantoon pilkkiotoksia kuvatessa. Järjestelmäkameroissa käytettiin äänenlaadun parantamiseksi ulkoista mikrofonia. Yleensä käytössä oli videopäällä varustettu kolmijalkainen jalusta vakaamman kuvan saamiseksi. Niin sanottu videopää auttaa kameran vapaamman liikuttamisen eri asentoihin säilyttäen samalla vakaamman kuvan. Muutamissa kohteissa käytetössä oli kahden kolmijalkaisen jalustan väliin asennettava kisko, jota pitkin kameraa pystyi liu'uttamaan. Tällä saatiin erilaista liikettä muun muassa maisemakuviin. Hossan ilmakuvat kuvattiin päivän käytössä olleella kauko-ohjattavalla kopterikameralla.

9.3 Kuvausten ajankohdat

Talven materiaali kuvattiin huhtikuussa 2013 viidessä päivässä.

-Laahtanen 9.4.

-Seitenahveninen 9.4.

-Hossa 9.-10.4.

-Manamansalo 10.-11.4.

Kesän materiaali kuvattiin kesä-heinäkuussa 2013

-Manamansalo 25.6.

-Saarijärvi 26.6.

-Laahtanen 27.6.

-Kalliojoki 27.6.

-Syväjärvi 28.6.

-Seitenahveninen 1.7.

-Hossa 1.-4.7.

-Yli-Vuokki 9.-10.7.

-Korvua-Näljänkäjoki 10.7.

9.4 Kuvaaminen talvella

Kohteiden talvikuvaukset aloitettiin 9. huhtikuuta Laahasella, Ristijärvellä. Oli aurinkoinen talvisää, ja materiaalia kuvattiin Lahtasen retkeilyrakenteista, nuotiosta ja kirjolohen pilkinnästä. Tiedettiin että kirjolohen saamiseen pilkillä menisi luultavasi niin kauan, että kohdekalan kuvaaminen päätettiin jättää kesäksi. Tarkoituksena oli kuvata Lahtasen tarjoamia talvisia aktiviteetteja, ja materiaalissa haluttiin tuoda esille järven läpi saaresta saareen kulkevat sillat ja rannoilla sijaitsevat nuotiopaikat. Nuotiolla keitettiin pannukahvia, jota kuvatessa pyrittiin lisäämään videon tunnelmaa. Kuvatessa kohteesta otettiin yleensä ensin laajempi yleiskuva ja sen jälkeen tarkempi lähikuva. Lähikuvalla haluttiin korostaa esimerkiksi käytettäviä vieheitä, kohdekalalajeja tai vaikka nuotiontekoa.



Kuva 12. Lähikuvaa nuotiosta ja kahvipannusta Seitenahvenisella.

Samana päivänä jatkettiin kuvausmatkaa Suomussalmelle, Seitenahvenisen virkistyskalastuskohteelle. Kohteena Seitenahveninen on hyvin Laahtasen kaltainen, joten kuvaamista koskeva kaava oli melko samanlainen. Myös täällä kuvattiin muutama talvinen otos lampimaisemasta ja haluttiin tuoda esille kirjo-lohen pilkkimahdollisuus sekä järven rannalla oleva laavu nuotiomahdollisuuk-sineen. Maisemaa kuvatessa otettiin yleensä noin 10 sekunnin mittainen otos paikoillaan ja muutama otos panoroiden eli kameraa hitaasti jalustan varassa liikuttaen. Panoroimalla saatiin kuvattua maisemasta laajempi otos. On tärkeää varmistaa, että jalusta on suorassa, jotta maisema pysyisi myös kuvassa va-kaana.

10. huhtikuuta kuvauksia jatkettiin Hossan virkistyskalastusalueella. Aluksi ku-vattiin Iso-Valkeaisella koiravaljakkoa, joka haluttiin videoon mukaan yhtenä kohteen talviaktiviteeteista. Samasta paikasta yritettiin myös pilkkiä kohdekalo-ja. Oli aurinkoinen sää, ja kohteesta kuvattiin järvimaisemaa sekä vedenalais-

materiaalia. Iso-Valkeaisesta siirryimme Umpi-Valkeaiselle, missä yritettiin kalastaa suurta ahventa ja taimenta niiden kuvaamista varten. Kohteesta kuvattiin maisemaotokset, vedenalaismateriaalia, pilkkimistä ja rannalla olevaa laavurakennelmaa. Kirkasvetinen Umpi-Valkeinen oli hyvä kohde vedenlaiseen kuvaamiseen. Tässä käytettiin vedenpitävällä kotelolla varustettua Gopro-kameraa. Kamera kiinnitettiin nippusiteillä teleskooppisauvaan, jolloin kameran saattoi laskea avannosta jään alle ja kuvata esimerkiksi viereisessä avannossa liikkuvaa viehettä.

Lopuksi kuvattiin Hossan kirjolohitriplan talviotokset. Lammella oli kirjolohen pilkkijä, joka antoi luvan kuvata häntä. Myöhemmin saatiin kuvattua tärkeä otos hänen saamastaan kirjolohesta, lammen kohdekalasta. Kirjolohitriplalla kuvattiin vielä lammen rannalla olevaa taukopaikkaa sisältä ja ulkoa.



Kuva 13. Lähikuvaa nuotiosta.

Manamansalon talviotokset kuvattiin seuraavana päivänä 11. huhtikuuta Peuralammilta sekä Särkiseltä, mistä saatiin kuvattua haluttuja otoksia ahvenista. Kaloista onnistuttiin myös kuvaamaan vedenalaisotoksia Gopro-kameralla. Särkisellä oli muita pilkkijöitä, jotka antoivat luvan heidän kuvaamiseen. Toisella heistä oli kirjolohi saaliina, josta kuvattiin lyhyt otos. Kaikista Manamansalon kohteista kuvattiin myös maisemaotokset sekä Peuralampien laavurakennelmalta nuotio-otos.

9.5 Kuvaaminen kesällä

Kesän kuvaukset kohteissa aloitettiin 25. Kesäkuuta Oulujärven Manamansalossa. Aluksi kuvattiin maisemaotoksia Oulujärven rannoista ja kohteen leirintäalueesta. Tällä haluttiin tuoda esille kohteen majoitusmahdollisuuksia. Järven rannalla kuvattiin, kuinka perhe oli laiturilla onkimassa. Tämä oli olennaista, kun markkinoidaan perhe- ja lapsiystävällistä kalastuskohdetta.

Iltapäiväksi käytössä oli soutuvene, josta kuvattiin kirjolohen vetouistelua Särkissellä. Lammelta kuvattiin maisemaotokset ja kaikki olennainen veneen laskusta vieheiden asettamiseen. Liikkuvasta veneestä saa kuvattua varsin tunnelmallista maisemakuvaa tyynestä järvestä. Uistelemalla saatiin kirjolohi, josta kuvattiin hyvää materiaalia kohdekalan väsytyksestä veneeseen asti. Kalastettaessa kamera pidettiin aina valmiina lähellä, jotta mahdollisen tapahtuman sai alusta alkaen kuvattua. Rannalta kuvattiin vielä lopuksi muita järvellä veneileviä kalastajia.

Illalla kalastettiin ahventa ja taimenta Peuralammilla, mistä saatiin hyvää materiaalia ahvenen jigikalastuksesta. Tunnelmallinen iltahämärä, tyyni lampi ja suuret ahvenet varmistivat onnistuneen kuvausillan. Kohdekaloja kuvattiin myös vedenalaiskameralla rannalta käsin, ja niistä pyrittiin saamaan mahdollisimman paljon erilaista käytettävää materiaalia. Lopuksi kuvattiin perhokalastusta, koska se mahdollisuus haluttiin tuoda kohteesta esille.

26. kesäkuuta kuvattiin Saarijärveä Puolangalla. Kohteesta yritettiin saada kalastettua kohdekaloja kuvaamista varten, mutta tuloksetta. Kohdetta haluttiin markkinoida rauhallisena erämaajärvenä, joten sen ympäröivää harjumaisemaa kelomäntyineen kuvattiin paljon. Lisäksi kuvattiin kohteessa sijaitsevia retkeilyrakenteita. Lopuksi järvestä saatiin uistimella hauki, josta otettiin saaliskuva.

Laahtasella kuvattiin 27. kesäkuuta heittokalastusta. Koska Lahtasen materiaaleista puuttui vielä kohdekala, mukana oli varmuudeksi valmiina kirjolohi. Kala käsiteltiin paikan päällä ja kuvattiin ikään kuin se olisi saatu kohteesta. Tämä oli

varteenotettava keino säästää aikaa ja vaivaa, jos haluttua kohdelajia oli helpommin saatavissa muuten kuin kalastamalla.

Samana päivänä kuvattiin Syväjärven materiaali Kuhmossa. Kohteesta kuvattiin materiaalia sekä veto-uistelusta että rannalta kalastamisesta. Paikalla oli kaksi poikaa, jotka antoivat luvan kuvata heidän kalastamistaan. Syväjärven kohdekalana on myös kirjolohi, joten Lahtasella mukana ollut kala valmistettiin avotulella Syväjärven laavurakennelmalla. Tapahtuma kuvattiin videolle informoimaan tällaisesta mahdollisuudesta.

Samana iltana kuvattiin materiaalia Kalliojoelta. Pitkää jokikohdetta kuvattiin useasta paikasta, ja joen rannalla olevalla laavurakennelmalla kuvattiin nuotiotoksia ja tunnelmointia. Pienikokoisesta korven keskellä virtaavasta joesta sai hienoa materiaalia, ja virtaavista vesistä löytää yleensä paljon kuvattavaa. Joen parhaat koskiosuudet kalastettiin perhoa käyttäen, ja kuvattavaksi saatiin taimen. Oli jo hämärää, mutta valaistus riitti vielä hyvän materiaalin saamiseen kohdekalasta.

Heinäkuun 1. päivä kuvattiin Seitenahvenisen kesämateriaali. Sää kuvaamiseen oli hyvä ja paikalla oli rauhallista. Aluksi kuvattiin muutama panoroiva yleiskuva järven maisemasta. Kohdetta markkinoidaan helposti saavutettavana koko perheen virkistyskalastuskohteena, jota haluttiin tuoda esille kuvaamalla mato-ongintaa kalastukseen tarkoitetuilta laitureilta. Järven kohdekalaa eli kirjolohta yritettiin kalastaa heittokalastaen, mutta tuloksetta. Retkeilyrakenteista kuvattiin myös useampi otos ja ympäröivästä luonnosta, kuten kasveista, kelomännystä sekä suorannoista, saatiin käyttökelpoista materiaalia.

Samana päivänä matkustettiin Hossan virkistyskalastusalueelle. Hossa on tällä hetkellä yksi Kainuun suosituimmista kohteista, ja myös markkinoinnin puolella tarkoitus oli panostaa eniten tähän kohteeseen. Kuvauspäiviä oli varattu Hossaan kolme, jotta saataisiin varmasti laajasta alueesta tarpeeksi kattavaa materiaalia.

Ensimmäinen yö käytettiin Pitkä-Hoiluan kuvaamiseen veneestä käsin. Pitkän järven päästä päähän soutamiseen kesti koko yö. Oli valoisaa ja tunnelmallista

materiaalia saatiin vetouistelusta ja heittokalastuksesta kesäyössä. Aluksi yritettiin kalastaa taimenta uistelemalla, jonka kuvaaminen oli yksi tärkeimmistä asioista Hossan kohdevideota tehdessä. Välillä pysähdyttiin heittokalastamaan ahventa ja saatiin kuvattua komea tämän kohteen tyyppinen ahven. Aamuyöllä tehtiin nuotio järven toisessa päässä olevalle nuotiopaikalle. Nuotiosta ja tyyneistä järvestä aamuhämärässä saatiin tunnelmallista materiaalia videota varten. Auringon noustessa kuvattiin vielä materiaalia heittokalastuksesta. Kohteita kuvatessa valaistus oli usein hyvin tärkeässä asemassa, ja tämän tyyppiset erikoiset valoisuusolosuhteet pyrittiin aina hyödyntämään tehokkaasti. Koska yöt olivat tähän aikaan vuodesta valoisia, kuvausaikatauluja mietittäessä päätettiin painottaa kuvaukset iltaan ja yöhön. Näihin aikoihin oli myös parhaat mahdollisuudet tavoittaa alueen kuvattavia kohdekaloja.

Toisena iltana kuvattiin vetouistelua Umpi-Valkeisessa. Valaistus oli tänäkin iltana hyvä ja järveltä saatiin kuvattua myös materiaalia muista kalastajista. Pientä perhoa veneen perässä vetämällä saatiin veneeseen taimen, joka on yksi järven kohdekaloista. Materiaalin kuvaaminen tästä kalasta oli tärkeää, ja se onnistui hyvin. Kohdekalojen suhteen kuvauspäivä oli muuten hiljainen ja materiaali jäi maisemaa ja kalastusmuotoja sisältävää materiaalia lukuun ottamatta vähäiseksi. Useissa kohteissa materiaalin maisemasta ja kalastusmuodoista sai nopeasti kuvattua, mutta otokset kohdekaloista puuttuivat. Tällöin suurin osa kuvauspäivästä käytettiin kohdekalojen kalastamiseen.

Kolmantena päivänä kuvattiin Hossan kirjolohitriplan materiaali. Kaikilla kolmella lammella oli useita vapaa-ajankalastajia, jotka antoivat luvan kuvata heidän kalastustaan. Otokset muista kalastajista oli tärkeä lisä kohteen materiaaliin. Eräs heittokalastaja sai rantaan kirjolohen, josta saatiin kuvattua kohdekalamateriaali. Kirjolohitriplan kuvaukset saatiin nopeasti valmiiksi, ja samana iltana jatkettiin kuvauksia Iso-Valkeisella. Järvellä uisteltiin ahventa ja taimenta. Veneestä kuvattiin järvimaisemaa sekä itse kalastusta, ja kuvattavaksi saatiinkin muutama suuri ahven. Myöhemmin yritettiin kalastaa siikaa pieniä vaappuja uistelemalla. Siika on yksi Iso-Valkeisen kohdekaloista, mutta sellaista ei saatu sillä kertaa

kuvattua. Auringonlaskun valaistus oli kuvaukseen jälleen mainio, ja sen ansios-
ta saatiin järveltä paljon hyvää materiaalia.

Seuraavana aamuna kuvattiin alueen virtavesiä. Helposti saavutettavat kohteet
käytiin kuvaamassa nopeasti sillalta käsin tai polkua kävellen. Lopuksi Hossan-
joella kuvattiin kalastusta ja joen varrella sijaitsevia retkeilyrakenteita. Joen
kohdekaloja, eli harjusta ja taimenta, ei saatu kuvattua, mutta virtaavasta ve-
destä sai paljon käyttökelpoista materiaalia. Joella oli ulkomaalainen pariskunta
perhokalastamassa, ja he antoivat luvan kuvata. Oli positiivista saada videoma-
teriaalia muista kalastuksen harrastajista kohteessa.

9. heinäkuuta kuvattiin materiaalia Suomussalmella, Yli-Vuokin virkistyskalas-
tuskohhteessa. Ensimmäinen ilta kuvattiin alueen virtavesiä. Paikalla oli useita
vapaa-ajankalastajia, jotka antoivat luvan kuvata, ja heistä saatiin useita hyviä
otoksia. Myöhemmin saatiin perholla kalastaen taimen, josta kuvattiin huonosta
valoisuudesta huolimatta käyttökelpoista materiaalia. Aamulla kuvattiin kohteen
eri järviä rannalta heittokalastaen. Järviltä saatiin näyttäviä maisemaotoksia se-
kä ympäröivää luontoa, kalastusta ja muun muassa kahvinkeittoa käsittävää
materiaalia.

10. heinäkuuta kuvattiin Korvua-Näljänkäjoella paikallisen kalastuksentralvojan
opastuksella. Pieni ja kirkasvetinen joki oli kuvauksellinen, ja joesta saatiin pal-
jon hyvää materiaalia. Hyvät valo-olosuhteet ja lukuisat tapahtumat kohdekalo-
jen suhteen takasivat onnistuneet kuvaukset. Perholla ja uistimella kalastaen ja
samalla kuvaten saatiin paljon materiaalia kalastusmuodoista ja lähikuvia tai-
menista sekä harjuksista. Seuraavana iltana kuvattiin Naamankajoella, missä
kuvattiin tunnelmallisia nuotio-otoksia ja perhokalastusta kohteessa. Joesta ku-
vattiin useita maisemaotoksia ja ympäröivästä luonnosta informoivaa materiaa-
lia.

9.6 Muu videomateriaali

Näiden kuvausten lisäksi Metsähallituksen työntekijät kuvasivat lisämateriaalia
kohteissa syksyllä ja talvella käydessään. Lisämateriaali sisälsi paljon tärkeitä

otoksia muun muassa puuttuvista kohdekalalajeista, kalanistutuksista ja kalastusmuodoista. Hossassa oli myös käytössä kopterikamera, jolla saatiin ainutlaatuista ilmakuvaa Hossanjoesta ja Umpi-Valkeisesta.

9.7 Editointi

Kohde-esittelyvideoiden editointi aloitettiin marraskuussa 2013. Editoinnissa käytettiin Apple Macbook Pro-tietokonetta ja Adobe Premiere Pro CC-editointiohjelmaa. Kohde-esittelyvideon ensimmäisen vedoksen editointiin kului aikaa keskimäärin 8–10 tuntia kohteesta riippuen. Tämän jälkeen vedos lähetettiin tilaajalle eli Metsähallituksen suunnittelijoille, jotka tekivät sen nähtyään listan korjausehdotuksista. Ehdotusten pohjalta editoitiin toinen vedos, johon kului aikaa noin 2–4 tuntia. Lopullisen videon saavuttamiseen editoitiin yleensä 3 tai 4 vedosta.

9.7.1 Leikkaus

Ensimmäiseen vedokseen leikattiin yleensä kaikki käyttökelpoinen materiaali eli klipit (*clip*) loogiseen järjestykseen, jotta kaikki osapuolet saivat käsityksen käytössä olevasta materiaalista. Ensimmäinen vedos oli aina 3-4 kertaa lopullisen videon mittainen, josta sitä leikattiin vähitellen lopulliseen mittaansa. Vedoksesta leikattiin pois keskenään samanlaiset klipit, ja jäljelle jätettiin niistä paras. Huonot klipit ja ne, jotka eivät olleet relevantteja kohde-esittelyssä, leikattiin pois. Jotta videosta saatiin lyhyt ja ytimekäs, sääntönä leikkaamisessa oli, ettei sama asia esiinny videolla kuin kerran. Jäljellä olevia klippejä lyhennettiin, jotta videossa olisi tietynlainen rytmi ja jotta video säilyisi mielenkiintoisena loppuun asti.

9.7.2 Logot ja tekstit

Kohde-esittelyvideon ensimmäiseen klippiin lisättiin eräluvut.fi-osoitepalkki sekä ”Lupa on sijoitus luontoon”-logo. Toiseen klippiin lisättiin kohdetiedot: kohteen nimi ja numero, sijainti sekä kohdekalalajit. Samaan klippiin lisättiin myös symbolit, joista ilmenee, onko kyseessä luonnonkalakohde ja istutetaanko kohteseen kaloja pyyntikokoisina tai poikasina. Jokaisessa videossa nämä symbolit ovat esillä, mutta paikkaansa pitävät symbolit näkyvät kirkkaina ja loput himmeinä. Viimeisiin klippeihin lisättiin Metsähallituksen sekä hankkeiden rahoittajien logot. Logoja ja informaatiota lisätessä oli tärkeää ottaa huomioon, että tiedot erottuivat taustalla näkyvän klipin päällä. Taustana informaatiolle ja logoille käytettiin yleensä paikkallaan olevaa maisemaklippiä.

9.7.3 Musiikki ja sen hankinta

Kohde-esittelyvideoiden editointivaiheessa mietittiin, käytettäisiinkö ääniraitana videoissa pelkästään luonnon omia ääniä vai lisätäkö taustalle musiikki. Videoihin päätettiin lisätä musiikki tunnelman lisäämiseksi, jättämällä kuitenkin luonnon äänet musiikin taustalle. Sopivan musiikin löytäminen informatiivisen videon taustalle oli haastavaa. Musiikkia yritettiin etsiä internetistä sivustoilta, joilta löytyy erilaisilla lisensseillä ostettavaa musiikkia omia videoita varten. Musiikin hinta riippuu sen käyttötarkoituksesta. Esimerkiksi omaan käyttöön ostettava musiikki on huomattavasti halvempaa kuin markkinointivideoon ostettu musiikki. Jos tarkoituksena on julkaista musiikkia sisältävää videomateriaalia, on tärkeää ottaa selvää, että käytettävään musiikkiin on hankittu asianmukaiset luvat. Kappalekohtaiset tiedot näistä luvista löytyvät internet-sivustolta, josta musiikkia saa tähän tarkoitukseen ladattua. Tällaisia sivustoja ovat esimerkiksi www.jamendo.com ja www.vimeo.com/musicstore.

Kohde-esittelyvideoiden taustalle haluttiin yhtenäinen, mutta vaihteleva musiikki. Koska videoita oli yhdeksän, oli hankala löytää niin paljon yhtenäistä

musiikkia internetistä. Kaikissa videoissa ei kuitenkaan haluttu käyttää samaa musiikkia. Käytössä oli kuitenkin mahdollisuus tehdä musiikki videoita varten itse. Lopulta päädyttiin ratkaisuun, jossa yksi Metsähallituksen suunnittelijoista nauhoitti musiikit itse kitaralla soittaen. Videoita varten nauhoitettiin useita, erilaisia ja eri mittaisia ääniraitoja tunnelmaa vaihdellen. Itse nauhoitettua kitaramusiiikkia ja klippien sisältämiä luonnon ääniä käyttäen rakennettiin siis kohde-esittelyvideoiden äänimaailma.

9.7.4 Värisäädöt ja viimeistely

Kohde-esittelyvideoiden viimeistelyssä säädettiin klippien värit miellyttäväksi editointiohjelman väri työkalua käyttäen. Liian kirkkaat värit säädettiin himmeämmäksi ja liian tummia värejä nostettiin kirkkaammaksi. Miellyttäviä värejä korostettiin hillitysti kontrastia ja saturaatiota lisäämällä. Viimeistelyssä säädettiin myös äänet. Musiikki ja luonnon äänet eivät saaneet häiritä toisiaan. Äänenvoimakkuuksia säädeltiin sopiviksi, ja ääniraitoja leikkaamalla saatiin poistettua tunnelmaa häiritsevät, ylimääräiset äänet.

9.8 Videoiden jakaminen

Kun kohde-esittelyvideot oli kuvattu, editoitu ja lähetetty Metsähallitukselle, ne julkaistiin eräluvafin sivustolla. Videot ladattiin ensimmäisenä sisältöpalvelu Youtubeen, jossa eräluvafin sivustolla on oma kanavansa. Tämän kanavan kautta jokainen video linkitettiin ja upotettiin omalle kohde-esittelysivulle www.eräluvafin.fi-osoitteeseen. Sivuston kautta videoita on mahdollista jakaa edelleen esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, kuten Hossan retkeilyalue teki yhteisöpalvelu Facebookissa. Hossan retkeilyalue jakoi Hossan kohde-esittelyvideon facebook-sivullaan ja video saavutti muutamassa päivässä sadat katsojat.

9.9 Metsähallituksen kohde-esittelyt videoineen

Seitenahveninen

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5504-lahivirkistyskalastuskohde-seitenahveninen.html>

Syvjäjärvi

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5525-syvajarvi.html>

Saarijärvi

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5540-saarijarvi.html>

Manamansalo

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5571-manamansalo.html>

Laahtanen

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5561-laahtanen.html>

Yli-Vuokki

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5505-yli-vuokki.html>

Hossa

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5502-hossa.html>

Hossan kirjolohitripla

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5503-hossan-kirjolohitripla.html>

Kalliojoki

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5575-kalliojoki.html>

Korvua-Näljänkäjoki

<http://www.eraluvat.fi/kohteet/kalastusalueet/virkistyskalastuskohteet/pohjanmaa-ja-kainuu/5574-korvua-naljankajoki.html>

10 YHTEENVETO

Audiovisuaalinen markkinointiviestintä on suosittu ja yhä nopeammin yleistyvä markkinoinnin muoto, jota tullaan tulevaisuudessa käyttämään yhä enemmän myös virkistyskalastuskohteiden markkinoinnissa. Videomarkkinoinnin kustannustehokkuus, käytännöllisyys, tehokas levittäminen, ympäristöystävällisyys ja havainnollisuus ovat sen valtteja yleistyessään vallitsevien markkinointiformaattien joukkoon.

Tehokkaan markkinointivideon tuottaminen ei välttämättä vaadi ammattitaitoa, kunhan idea on kiinnostava. Videota tehdessä on tiedettävä, mitä halutaan markkinoida ja miten se on parasta tuoda videolla esille asiakkaita kiinnostavalla tavalla. Kuvausten tarkka suunnittelu ja ajoittaminen ovat tärkeitä asioita tuotantoprosessissa. Virkistyskalastuskohteita kuvatessa on tärkeää huomioida, mitä tietoa potentiaalisille asiakkaille halutaan välittää. Kohteen profiili, kalastusmuodot, kalastettavat kalalajit ja mahdolliset oheispalvelut ovat videolla esiteltävistä tiedoista tärkeimpiä.

Jopa kännykkäkameralla saa tuotettua hyvää kuvamateriaalia, ja videoominaisuuden sisältävällä järjestelmäkameralla saa jo lähes ammattimaista videokuvaa. Videon koostamista varten on olemassa eritasoisia editointiohjelmia, joiden avulla materiaali leikataan ja viimeistellään haluttuun muotoon.

Audiovisuaalisen markkinointimateriaalin voi tietysti tuottaa itse, mutta ilman aikaisempaa kuvaus- ja editointikokemusta se voi viedä aikaa. Ulkoisen tuottajan käyttäminen on usein varmempi keino hankkia miellyttävä ja omaa tarvetta vastaava markkinointivideo.

Tätä opinnäytetyötä koskevien Metsähallituksen kohde-esittelyvideoiden tehokkuudesta ei vielä ole varsinaista näyttöä, koska kohteiden toivottu kävijämäärien ja ostettujen kalastuslupien kasvu on nähtävissä vasta muutaman kalastuskauden jälkeen. Nähtävissä olevat eräluvut.fi-sivuston kohde-esittelyvideot ovat kuitenkin muutamassa kuukaudessa keränneet useiden satojen katsojaluvut jo ennen kiivainta kalastuskautta.

LÄHTEET

Huslén, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Helsinki. Tietosykli Oy.

Karjaluoto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Jyväskylä. Docendo Oy.

Maa- ja metsätalousministeriö 2013, Vapaa-ajankalastus. Viitattu 28.5.2014.
http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/kalastus_riista_porot/vapaa_ajankalastus.html.

Merisavo, M. 2008. The interaction between digital marketing communication and customer loyalty. Viitattu 28.5.2014.
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/31635/Santala_Ella.pdf?sequence=1

Metsähallitus 2012. Toimintaohjelma metsähallituksen Kainuun kalavesille 2012-

Myllylä, M. & Laamanen, M. 2005. Tuotteistettu kalastusmatkailu. Helsinki. Kalatalouden keskusliitto.

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos 2014 Vapaa-ajankalastus. Suomen virallinen tilasto (SVT). Viitattu 24.4.2014. http://www.rktl.fi/tilastot/aihealueet/vapaa_ajankalastus.