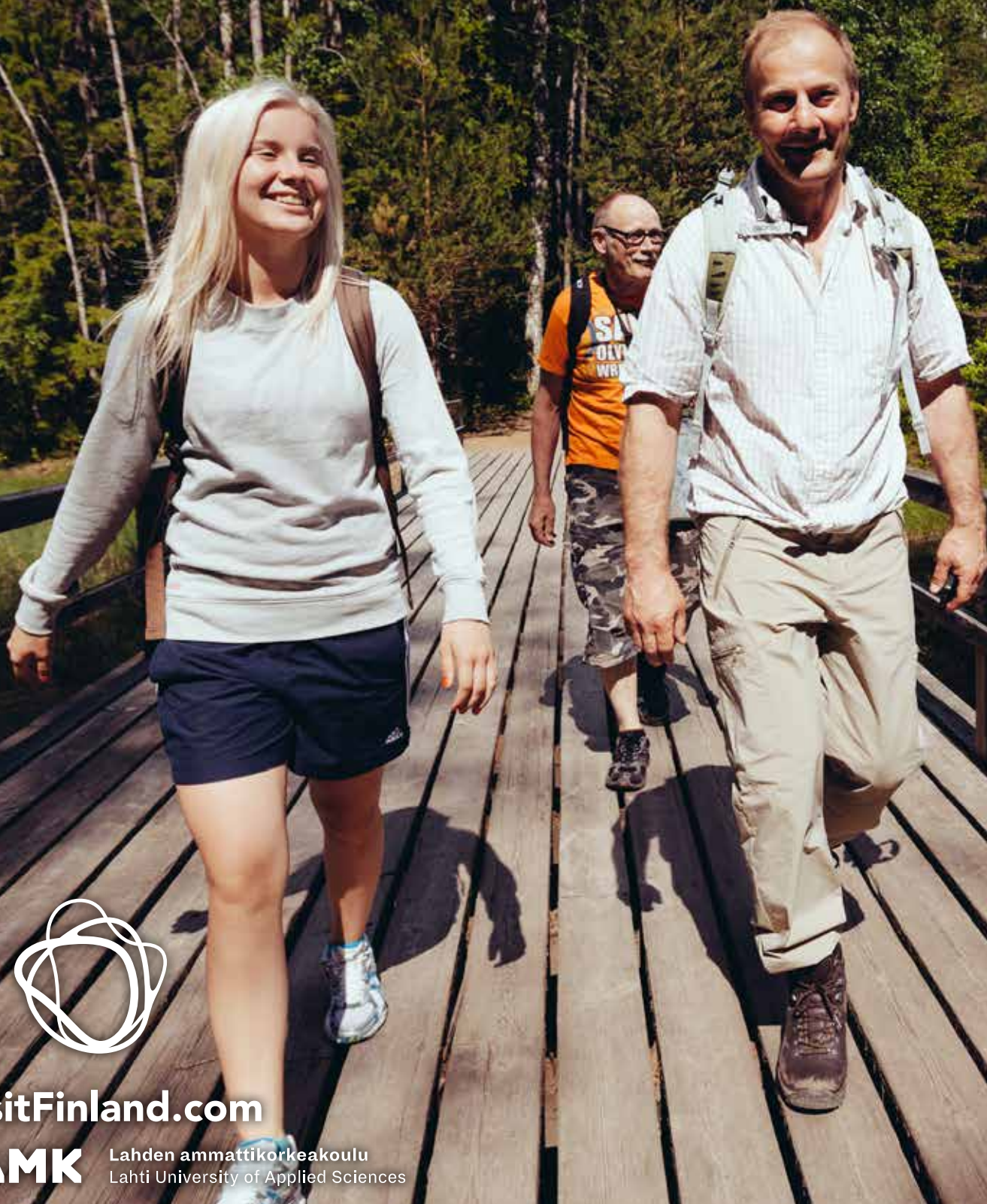




Suunnitteluopas

OutdoorsFinland.fi



VisitFinland.com

LAMK

Lahden ammattikorkeakoulu
Lahti University of Applied Sciences



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto.
Eurooppa investoi maaseutualueisiin.



Lukijalle



Retkeilystä liiketoimintaa!

Suomen keskeisin vetovoimatekijä on luonto. Rikkaat ja monipuoliset vesistöt, metsät, luonnonrauha ja neljä vuodenaikaa kiinnostavat yhä enenevässä määrin ulkomaisia kävijöitä ja houkuttelevat myös suomalaisia liikkumaan.

Maassamme vierailleet nostavat edellä mainitut seikat usein esille kertoessaan mikä Suomessa on parasta. Luonto on meille suomalaisille itsestäänselvyys ja luonnossa liikkuminen poluilla, reiteillä tai marjastaen ja sienestäen kuuluu arkeemme. Luonto tuottaa meille sekä fyysistä että psyykkistä hyvinvointia. Hyvinvointi- ja luontomatkailu ovat kansainvälisesti kasvavia aloja ja luonnon merkitys hyvinvoinnin tuottajana ja ylläpitäjänä on viime vuosina noussut vahvaksi trendiksi. Suomen hyvinvointimatkailu perustuukin kevyeen luontoliikuntaan, joka on nostettu tuotekehityksen eturintamaan.

Tämän oppaan tarkoituksena on valottaa retkeilyn merkitystä matkailussa ja nostaa retkeily- ja vaelluskohteiden suunnittelu esimerkiksi hiihto- ja golf-keskusten suunnittelun rinnalle yhtä vahvana ja tärkeänä suunnittelukohteena. Retkeilymatkailun suunnittelu kannattaa. Metsähallitus on laskenut, että keskimäärin kansallispuistoissa kävijöiden rahankäyttö tuo lähialueelle noin 10 euroa jokaista puiston retkeilypalveluihin ja luontokeskuksiin sijoitettua euroa kohti. Matkailualueilla sijaitsevilla kansallispuistoissa hyötysuhde on vielä tätä korkeampi, keskimäärin 14 euroa. Saksassa on laskettu, että ns. laaturetkeilyreitteihin sijoitetut eurot tulevat noin kymmenkertaisena takaisin. Taloudellisten hyötyjen lisäksi tulevat vielä lähivirkistys- ja terveyshyödyt, jotka korostuvat varsinkin isojen kaupunkien ja pääkaupunkiseudun läheisyydessä.

Suomi on retkeilijän paratiisi:

- Luonnon rikkaus ja runsaus: saaristo, rannikkoseutu ja vesistöt, itärajan taigametsät ja Lapin erämaat
- Luonnon ja ilman puhtaus
- Luonnonrauha ja hiljaisuus
- Neljä vuodenaikaa

Tekijät ja rahoittajat

Oppaan on laatinut *Outdoors Finland Etelä* –hankkeen projektipäällikkö **Pirjo Räsänen**. Lahden ammattikorkeakoulun lehtori Annamaija Tolonen on tehnyt runsaasti taustatyötä. Oppaan laatimisen ovat rahoittaneet *Outdoors Finland II* –aktiviteettien kehittämisohjelman kansallinen koordinointi 2012–2014- ja *Outdoors Finland Etelä* -hankkeet. Molempia hankkeita on rahoitettu Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta.

Markkinat & asiakkaat



Retkeilevä matkailija, vaellusmatkailija, retkeilijä, kävelijä... tässä oppaassa käytetään nimeä retkeilijä, joka kattaa kaikki edellä luetellut. Retkeillä voi luontopoluilla taajamissa, syvällä luonnon helmassa erämaa-alueilla tai kallioisessa saaristossa. Retkeillä voi myös kaupungeissa, puistoissa ja rantoja seuraten.

Monilla suurilla markkina-alueilla retkeilyä harrastavien määrä on kasvanut ja sitä myötä retkeilymatkailu kasvaa. Saksalaisista aktiivisessa iässä olevista yli puolet kokee olevansa retkeilijöitä ja Skotlannissa retkeily on yksi kolmesta tärkeimmistä matkailun motivaatiotekijöistä. Suomessa kansallispuistojen kävijämäärät ovat kasvaneet voimakkaasti viime vuosina.

Retkeily on kokenut viime vuosina selkeän imagomuutoksen. Luonto- ja ympäristökokemukset sekä hyvinvointitekijät ovat entistä tärkeämpiä motiiveja. Retkeilijöiden tarpeet ovat myös eriytyneet, on heitä, jotka vaativat yhä haasteellisempia kokemuksia ja heitä, jotka nauttivat kevyestä kävelystä luonnon keskellä. Retkeilijät ovat myös entistä kriittisempiä ja vaativampia. Reiteiltä ja retkeilykohteilta vaaditaan yhä enemmän ja palveluiden pitää vastata luvattua.

Suurimman haasteen meille asettaa vahva mielikuva retkeilystä. Mielikuvissamme retkeilijä on reppu selässä erämaahan suuntaava ”Erä-Eero”, joka taitaa omatoimisen retkeilyn ja hallitsee erätaidot. Suurin osa retkeilijöistä hakee kevyitä, kohtuullisen pitkiä ja rasittavia päiväretkiä, jonka jälkeen he nauttivat palveluista ja itsensä hemmottelusta.

Retkeilyn tärkeys matkakohteen valinnassa:

- pääsyy 39%
- yksi valintatekijöistä 40%
- vähemmän merkityksellinen 18%
- ei suunniteltu 3%

– Tourism Intelligence Scotland

”Retkeily, sen kaikissa muodoissa, on nopeasti nousemassa yhdeksi suosituimmista lomalla harrastetuista aktiviteeteista. Sen kasvu jatkuu ja ennusteiden mukaan retkeilymatkailu tuottaa 22 % Skotlannin matkailutulosta vuonna 2015.

– Tourism Intelligence Scotland

Luonto rauhoittaa

- luonnon katselu tai siellä oleilu rentouttaa noin 4–7 minuutin kuluttua
- jo viisi minuuttia liikuntaa vihreässä ympäristössä edistää mielenterveyttä
- vaikutus tehostuu, jos alueella on myös järvi, joki tai muu vesistö
- erityisen suotuisasti luonnonympäristö vaikuttaa nuoriin.

5 min

syke hidastuu
ja lihasjännitys
laukeavat

20 min

negatiiviset
tunteet
vähenevät

40 min

tarkkaavaisuus
kasvaa

150 min

immuunivaste
ja vastustuskyky
lisääntyvät

Retkeilijäryhmät



Metsähallitus on kerännyt jo vuosia tietoja luontomatkailijoiden motiiveista. Retkeilijät voidaan jakaa neljään eri ryhmään. Toisistaan eroavat ryhmät ovat:

- *sosiaaliset itsensäkehittäjät*
- *kuntoilevat luontoseikkailijat*
- *henkistä hyvinvointia hakevat nostalgikot*
- *luontosuuntautuneet rentoutujat.*

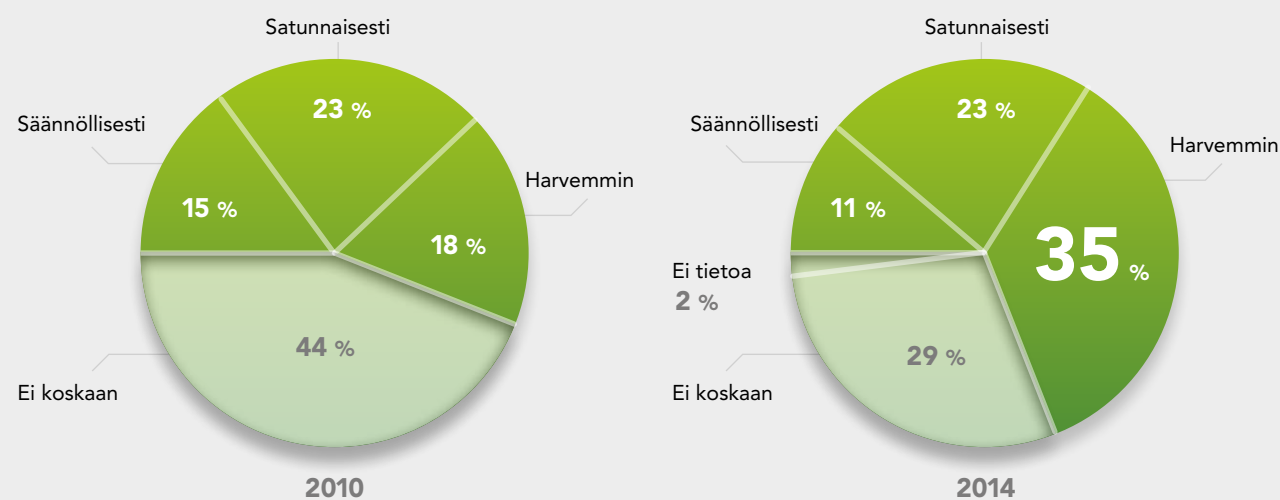
Erottavia motiiveja ovat aiemmat muistot, halu kokea jännitystä ja halu tutustua uusiin ihmisiin. Ryhmät voidaan pelkistää kahteen ryhmään, joita erottaa toisalta uskollisuus aluetta kohtaan, toisalta halu löytää mieluista toimintaa.

Sosiaaliset itsensäkehittäjät ja henkistä hyvinvointia hakevat ovat erittäin *uskollisia tietylle alueelle* ja palaavat sinne yhä uudestaan. Sosiaaliset itsensäkehittäjät käyvät muita enemmän valtion retkeilyalueilla ja muilla alueilla, kuten kulttuurikohteissa tai erämaa-alueilla.

Henkistä hyvinvointia hakevat nostalgikot retkeilivät muita enemmän kansallispuistoissa kun taas luontosuuntautuneet rentoutujat ja kuntoilevat luontoseikkailijat ovat suurimpia ryhmiä muilla luonnonsuojelualueilla.

Vaellustutkimus / Saksa 2010 ja 2014

Saksassa retkeilyn suosio kasvaa sekä loma- että vapaa-ajan-aktiviteettina.



Kokonaiskysyntä kasvaa > ei-retkeilevien osuus vähentyy > retkeily saa uusia harrastajia

Lähde: German Hiking Market 2014, Project M GmbH



Sosiaaliset itsensäkehittäjät:

- Tärkeimpiä motiiveja aikaisemmat muistot, omien taitojen kehittäminen, jännityksen kokeminen sekä jossain määrin luonnon kokeminen, maisemat ja rentoutuminen.
- Muita ryhmiä halukkaampia tapaamaan uusia ihmisiä retkellään ja matkustavat muita useammin suuremmissa ryhmissä.
- Yli puolet 45–65-vuotiaita, miehiä enemmän kuin naisia.
- Harrastavat muita useammin muun muassa kalastusta, veneilyä ja keltkailua.



Kuntoilevat luontoseikkailijat:

- Tärkeimpiä motiiveja kuntoilu, luonnosta oppiminen, omien taitojen kehittäminen ja jännityksen kokeminen.
- Matkustavat useimmiten oman perheen kanssa pienissä ryhmissä.
- Yleisimmät ikäryhmät 45–54-vuotiaat ja 35–44-vuotiaat, miehiä hieman enemmän kuin naisia.
- Harrastavat muita useammin lintuja, kasveja, luonnon tarkkailua ja luontovalokuvausta sekä ovat muita kiinnostuneempia melonnasta, vaeltamisesta, yöpymisestä maastossa ja luontopolkuihin tutustumisesta

Lähde: Metsähallitus (2012) <http://www.metsafi-lehti.fi/era-retkeily-ja-matkailu/kuntoilevat-luontoseikkailijat-hakevat-toimintaa-ja-jannitys>



Henkistä hyvinvointia hakevat nostalgikot:

- Tärkeimpiä motiiveja henkinen hyvinvointi, aikaisemmat muistot ja mahdollisuus olla itsekseen. Luonnon kokeminen, maisemat, rentoutuminen sekä pääsy pois melusta ja saasteista ovat myös tärkeitä.
- Matkustavat useimmiten oman perheen kanssa tai yksinään.
- Suurimmat ikäryhmät 45–54- ja 55–65-vuotiaita, miehiä ja naisia likimain yhtä paljon.
- Harrastavat muita useammin muun muassa marjastusta, sienestystä, koiran ulkoilutusta ja maastohiihtoa.



Luontosuuntautuneet rentoutujat:

- Tärkeimpiä motiiveja luonnon kokeminen, maisemat, rentoutuminen, yhdessäolo oman seurueen kanssa sekä pääsy pois melusta ja saasteista.
- Matkustavat useimmiten oman perheen tai ystävien kanssa.
- Muita ryhmiä enemmän alle 35-vuotiaita, joskin keski-ikä 42 vuotta. Naisia hieman enemmän kuin miehiä.
- Harrastavat muita enemmän kävelyä, eväretkeilyä, vierailuja alueen luonto-keskukseen ja tutustumista kulttuuriperintöön. Suosittuja harrastuksia luonnosta nauttiminen, maisemien katselu ja uinti.

Lähde: Metsähallitus (2012) <http://www.metsafi-lehti.fi/era-retkeily-ja-matkailu/kuntoilevat-luontoseikkailijat-hakevat-toimintaa-ja-jannityn>

Skotlanti

Skotlannissa retkeilijät on myös jaettu neljään eri ryhmään.

Sitoutuneet vaeltajat etsivät kaukaisia ja syrjäisiä alueita ja seikkailua. Hän tulee matkakohteeseen vain vaeltaakseen. Hän osaa lukea karttaa ja käyttää kompassia. Suomessa Lapin ja itärajan jylhät metsät ovat häntä varten. Hän edustaa mielikuvaa, joka Suomessa on vallalla retkeilyn harrastajista.

Osa-aikainen vaeltaja liikkuu samoilla alueilla mutta käyttää enemmän palveluita. Päivän rasitus palkitaan hemmottelulla, hyvällä aterialla ja lasilla viiniä. Myös muut aktiviteetit kiinnostavat, paikallinen kulttuuri ja historia ovat avainasemassa.

Sitoutuneet retkeilijät hakevat kohtuullisen vaativia reittejä ja liikkuvat ”työn jälkeen palkinto” –asenteella. Kohteessa on kuitenkin oltava riittävästi erilaisia reittejä.

Neljännän ja suurimman ryhmän muodostavat *osa-aikaiset retkeilijät*, jotka harrastavat kaikkia aktiviteetteja retkeilyn lisäksi. Sekä Skotlannissa että Saksassa on havaittu, että suurin kohderyhmä on noin 45–65-vuotiaat.

Retkeilijä- tyyppi	Todennä- köisimmin kävelee...	Miksi on matkailu- kohteessa?	Minkä tasoista palvelua ja tietoa tarvitsee?	Asenne	Henkilötyyppi	Majoitustapa
 23 % Sitoutunut vaeltaja	Tuntureilla ja vuorilla sekä erämaa-alueilla	Vain vaeltamassa	Hyvin vähän – haluaa kulkea yksin ja nauttia seikkailusta, tai- tavia suunnistaja	Puhtaasti urheilumielessä, syrjäseuduilla, rankkaa	Nuorehko, nai- maton, ei lapsia, sekä miehiä että naisia	Leirintäalueet, mökkit, tarkoi- tuksenmukainen majoitus
 18 % Osa-aikainen vaeltaja	Seikkailee tuntu- reilla, vuoristos- sa ja erämaassa	Harrastaa eri aktiviteetteja	Haluaa tietää paikkakunnasta, myös tapahtu- mista ja muista aktiviteeteista	Kovia haasteita ja seikkailuja. Sen jälkeen rentoutumista lasillisen ääressä	Miehiä ja naisia, ei lapsia	B&B, majatalot. Haluaa kokea paikallista tun- nelmaa
 7 % Sitoutunut retkeilijä	Kohtuullisia kävelymatkoja	Enimmäkseen vain retkeile- mässä	Asiantunteva, haluaa tarkkaa tietoa reiteis- tä. Tarvitsee pysäköintipaikan autolleen ja ha- luaa, että siellä on WC.	Suhtautuu vaka- vasti retkeilyyn, mutta omilla ehdoillaan	Varttuneempia, naimisissa sekä miehiä että naisia	B&B, majatalot. Majoitus on yö- pymistä jossakin
 33 % Osa-aikainen retkeilijä	Kohtuullisia kävelymatkoja	Paljon erilaisia mielenkiin- non kohteita: eläimet, historia, kulttuuri	Tietoa muusta kuin retkistä ja erityisesti retkikohteen pysäköintipai- koista	Rentoutumista ja maisemista nauttimista	Perheryhmiä, naimisissa olevia naisia, varttu- neempia	Hotellit, majata- lot, B&B; haluaa mukavuutta ja lämpöä.
 19 %	Loput 19% tutkituista ovat yhdistelmä kaikista edellä kuvatuista tyypeistä.					

Lähde: Tourism Intelligence Scotland

Saksa
Saksassa on tunnistettu viisi erilaista retkeilijäryhmää

Retkeilijäryhmä	Ominaispiirteet	Määrä suhteutettuna kaikkiin retkeilystä kiinnostuneisiin
 Kultaisen iän saavuttaneet	• 50–65-vuotiaita • ei alle 14-vuotiaita lapsia samassa taloudessa	• 6,7 milj. (27%) 27%
 Naimattomat ja pariskunnat ilman lapsia	• 30–49-vuotiaita • ei alle 14-vuotiaita lapsia samassa taloudessa	• 6,4 milj. (26%) 26%
 Vanhemmat henkilöt	• yli 65 vuotiaita • ei alle 14-vuotiaita lapsia samassa taloudessa	• 4,3 milj. (17%) 17%
 Perheet	• vähintään yksi alle 14-vuotias lapsi samassa taloudessa	• 4,1 milj. (17%) 17%
 Nuoret henkilöt	• alle 30-vuotiaita • ei alle 14-vuotiaita lapsia samassa taloudessa	• 3,2 milj. (13%) 13%

Lähde: German Hiking Market 2014, Project M GmbH



Arvojen ja tarpeiden muutos

Retkeilymatkan muut aktiviteetit:



– Tourism Intelligence Scotland

Luonto, hiljaisuus ja kiireettömyys jokapäiväisen kiireen ja stressin vastapainoksi. Lifeseeing instead of sightseeing –elämän kokeminen nähtävyyksien näkemisen sijasta

Retkeilijän arvot ovat muuttuneet

Luonnossa liikkumisen ja kokemisen rinnalle on noussut motiiveja, jotka liittyvät enimmäkseen retkeilijän sisäiseen kokemusmaailmaan ja arjesta irrottautumiseen. Luonnosta haetaan entistä enemmän henkistä hyvinvointia fyysisen terveyden lisäksi. Stressin vähentäminen, itsetuntemus ja arjesta toipuminen ovat näitä motiiveja.

Retkeilijät ovat myös muuten aktiivisia. Suurin osa heistä liikkuu ja harrastaa muitakin aktiviteetteja ja vierailee kulttuuri- ja historiakohteissa. Kanssakäynti ja oleilu perheen ja ystävien kanssa ovat yhä tärkeämpiä. Suurimmalle osalle retkeilijöistä ruoka ja juoma on erittäin merkittävässä roolissa. Monet nauttivat hyvän illallisen retkipäivän jälkeen ja arvostavat paikallista ruokaa. Ulkomaisen retkeilijän näkökulmasta suomalainen luonto on tuntematon ja joskus jopa pelottava. Mutta hän pitää siitä, että reitit ja kohteet ovat valtaosin ruuhkattomia ja suomalainen retkeilykulttuuri, nuotiopaikat ja evästely on jo elämys.

Retkeilijät yöpyvät kaiken tasoisissa majoituspaikoissa. Osa valitsee laadukkaan hotellin, osa etsii kodikasta aamiaismajoitusta tai mökkiä. Vain kokeneimmat retkeilijät yöpyvät luonnon keskellä ja heille sopii retkeilymatkan aikana yksi yö luonnon keskellä vaatimattomissa olosuhteissa. Muuten mukavuudesta, WC:stä ja puhtaista lakanoista, ei haluta tinkiä.

Valtaosa retkeilijöistä hakee helppoja reittejä ja päiväretkeily on suosituinta. Suosituimmat retkeilyreitit ovat alle 8 km pitkiä. Suomessa vaellusretkiä voidaan toteuttaa melkein missä vain. Kumpuileva maasto ja metsät tarjoavat eniten mahdollisuuksia, mutta retkiä voi tehdä myös maaseudulla kylien läpi kulkien sekä kaupungeissa että taajamissa. Vesistöjen läheisyys ja matkan varrella olevat hyvät näköalapaikat kruunaavat retken. Retkeilyä on myös jo lyhyt kävely nuotiopaikalle.

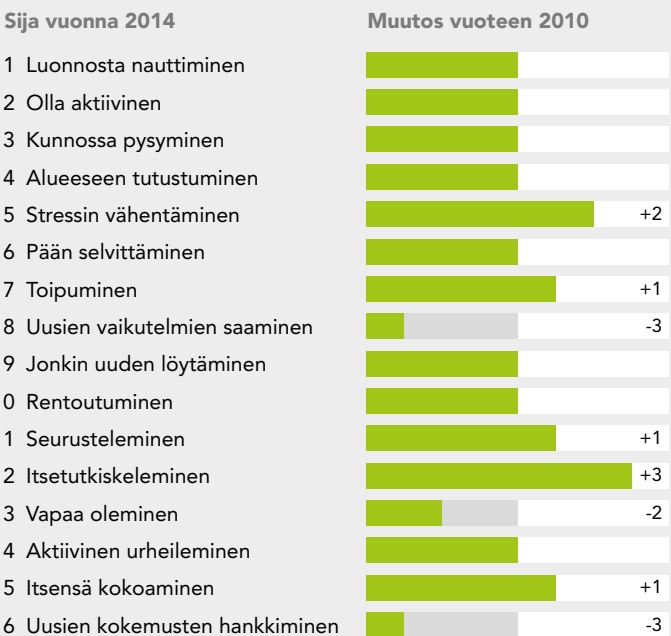
Hyödyntämätöntä retkeilypotentiaalia on talviretkeilyssä. Kävely ja retkeily lumen keskellä kävelyväyliä pitkin ja lumikengillä metsässä ovat unohtumattomia elämyksiä. Varsinkin Alppien alueella on rakennettu ylläpidettyjä talvikävelyreittejä laskettelukeskuksiin ja kylien välille.

Matka suunnitellaan internetissä ja valtaosa matkoista varataan majoituspaikasta. Tämä johtuu siitä, että valtaosa retkeilijöistä retkeilee omatoimisesti ja varaa vain majoituksen. Retket toteutetaan kartan ja oppaiden avulla. Karttoja käytetään monella tavalla, älypuhelin ja GPS-laitteet ovat nousseet painettujen karttojen rinnalle. Niitä käytetään kuitenkin rinnakkain.



Stressin vähentäminen on nouseva trendi.

Motiivit retkeilyyn ovat muuttuneet

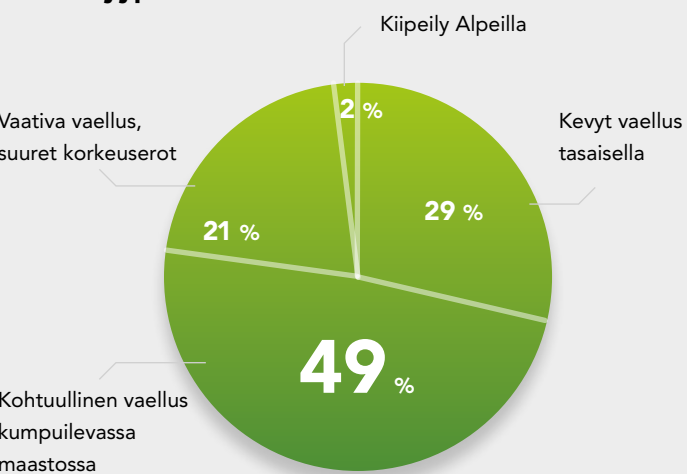


Lähde: German Hiking Market 2014, Project M GmbH



Kohtuullisen helppo vaellus on suosituin.

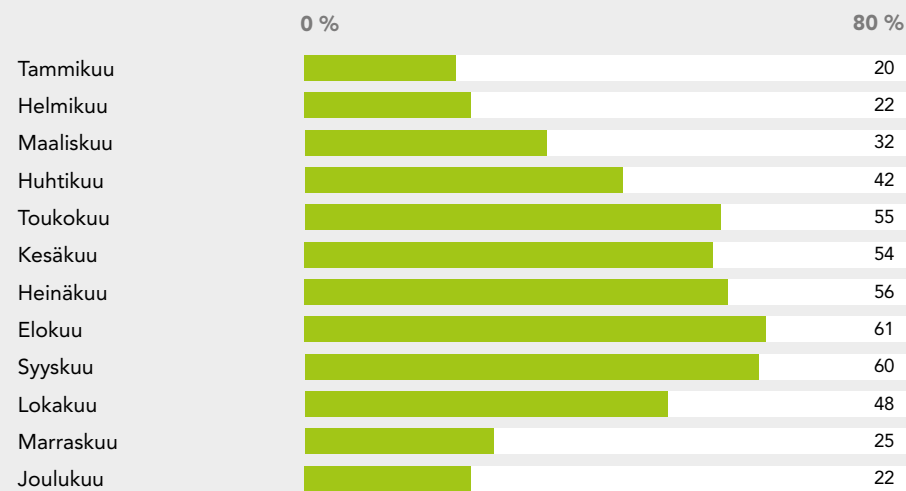
Vaellustyyppit



Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern 2010, www.bmwi.de

Talvi- retkeilyssä on poten- tiaalia.

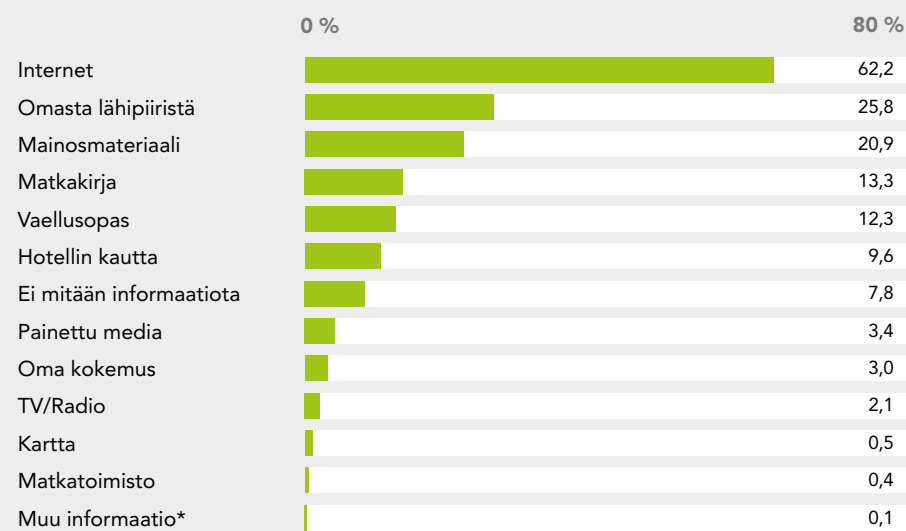
Milloin retkeilette?



Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern 2010, www.bmw.de

Internet on tärkein tiedonlähde.

Mistä haette tietoa ennen retkeilymatkaa?

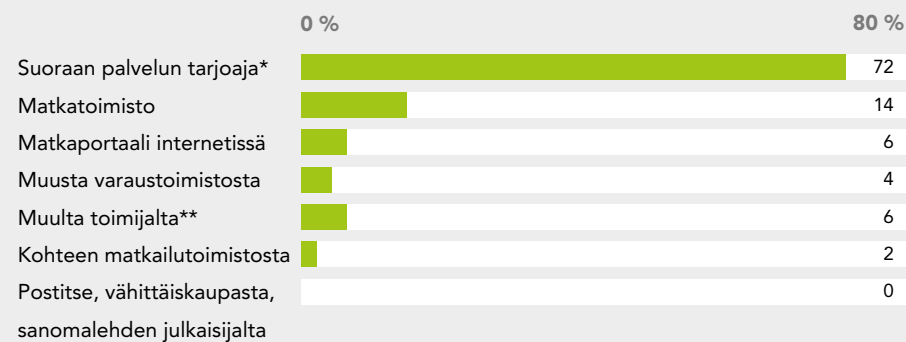


*) esim. paikallinen matkailutoimisto

German Hiking Market 2014, Project M GmbH

Suurin osa retkeily- matkoista varataan suoraan majoitus- paikasta.

Mitä kautta varaat retkeilymatkan?



*) majoitus, liikenneyhtiö

**) klubi, järjestö, koulu, kirkko

German Hiking Market 2014, Project M GmbH

Retkeilymatkailussa on suuri potentiaali ja markkinat kasvavat koko ajan



Tunne potentiaaliset retkeilijä-asiakkaasi. Heitä on mitä moninaisempia ryhmiä, joista löytyy juuri se, jolle voit tarjota parasta mahdollista palvelua.



Ensin sinun on tunnettava oman alueesi reitit ja kohteet. Sitten voi määritellä, millaiset retkeilijät kiinnostuvat palveluistasi.



Opettele tuntemaan lähialueesi luonnon erityispiirteet; puut, kasvit ja pensaat, kukat, linnut ja eläimet.



Tuo terveys- ja hyvinvointi esille tuotteissasi ja markkinoinnissasi.



Paikallinen kulttuuri, elämäntapa ja historia kiinnostaa, mieti miten voit nostaa esille niitä palveluissasi.



Yhtään liioittelematta voi sanoa, että paikallinen, herkullinen ruoka on entistä tärkeämpää.



Retkeilijät eivät vain retkeile – he haluavat tehdä muutakin ja nähdä erilaisia asioita.



Nosta internetissä esille retkeilijän tarvitsema tieto sekä reiteistä että retkeilykohteista.

Retkeilykohteen suunnittelu

Huomioi seuraavat asiat:

1. Saavutettavuus
2. Infrastruktuuri ja palveluvarustus
3. Monikäyttöisyys
4. Elämyksellisyys
5. Turvallisuus
6. Käytettävyys
7. Ylläpito ja huolto
8. Monikanavainen informaatio



1 Saavutettavuus

Reitille tulee päästä helposti joka omalla autolla ja tai julkista liikennettä käyttäen. Mitä helpompi saavutettavuus, sen varmemmin retkeilijöitä riittää. Reitin saavutettavuus ei ole itsestäänselvyys; Suomessa riittää esimerkkejä reiteistä, jotka alkavat vaikeiden liikenneyhteyksien päästä ja jotka loppuvat paikkaan, jonne joutuu järjestämään kuljetuksen erikseen. Suunnittelussa tulee huomioida todennäköisimmät saapumissuunnat ja sijoittaa parkkipaikat ja lähtöpisteet sen mukaisesti. Saavutettavuutta helpottaa, että reitin alku- ja lähtöpisteen osoitetiedot ja/tai GPS-koordinaatit ovat löydettävissä kartoista, internet-sivuilta ja kaikesta informaatiomateriaalista.

2 Infrastruktuuri ja palveluvarustus

Huomioi reitin palveluvarustuksessa myös elinkeino ja sen mahdollisuudet käyttää reittiä tai kohdetta. Esimerkiksi osan nuotiopaikoista, laavuista ja kodista voi varustaa kattavammin (sähköpistokkeet, varausmahdollisuus). Monipuolisempaa palveluvarustusta on järkevä sijoittaa useamman reitin risteyspisteeseen, jolloin sille on enemmän käyttäjiä, huolto helpottuu ja parhaassa tapauksessa syntyy uutta liiketoimintaa. Esimerkiksi Skotlannissa melonta-, pyöräily- ja vaellusreittien risteämispisteisiin on sijoitettu kaikkien tarvitsemat palvelut, esim. WC:t ja roskahuolto. Laadullisesti korkeatasoisen reitin varrella pitää olla muutaman kilometrin (alle 3 km) välein levähdyspaikka, joka voi olla esimerkiksi penkki tai isompi kokonaisuus. Levähdyspaikkaa voi myös hyödyntää reitin tarinan kertomisessa.

Infrastruktuuriin kuuluu reittien ja polkujen kulku-urat, pinnoite, sillat ja ylityspaikat. Suojele luontoa. Ohjaa kulku-uria pois herkiltä alueilta ja pinnoita, rakenna ylityspaikkoja ja siltoja suojelemaan pesimäpaikkoja ja herkkiä alueita. Sillat yli rotkojen ja vesistöjen lisäävät myös elämyksellisyyttä.

3 Monikäyttöisyys

Monikäyttöisyys on kasvava trendi. Samaa reittiä tai kulku-uraa voi käyttää ympäri vuoden eri lajeihin tai samalla kulku-uralla voi kulkea rinnakkain monta eri lajia. Retkeilijät ovat kuitenkin herkkiä muille liikkujille ja varsinkin motorisoidut liikkumismuodot herättävät voimakkaita tunteita. Maastopyöräilyä, lumikenkäilyä ja talviretkeilyä voi hyvin suunnitella samoille reiteille. Vältä hyvällä viitotuksella ja opasteilla pahimmat sudenkuopat ja eri lajien yhteentörmäykset.



4 Elämys ja tunnelma

Elämys ja reitin tunnelma syntyy luonnosta ja sen erityispiirteistä, historiallisista ja kulttuurikohteista reitin varrella ja mahdollisuudesta kokea ne. Tätä mahdollisuutta tulee avata ja korostaa, rakentaa eräänlainen *draaman kaari* joka reitille. Jokaisen reitin on kerrottava omaa uniikkia tarinaansa retkeilijälle sekä kuvin että sanoin ja paikan päällä. Esimerkiksi huikaisevat näköalat ja maisemakohteet tai vaikkapa hiljaisuus- ja rentoutumiskohteet pitää suunnitella, rakentaa ja varmistaa, että retkeilijä kokee ne niin kuin on tarkoitettu. Nämä kohteet ovat elämyksiä ja luovat sitä tunnelmaa, jota retkeilijä hakee ja jota jälkeenpäin muistellaan.

5 Turvallisuus

Huomioi retkeilijän turvallisuus. Paranna sitä estämällä putoaminen, varoittamalla liukastumisesta ja viime kädessä helpottamalla pelastustoimintaa. Esimerkiksi kulku-urien juurakot, liukkaat kalliot ja jyrkänteet ovat potentiaalisia vaaranpaikkoja. Niistä on muistettava kertoa reitin varrella sekä reitti-informaatioissa, kartoissa ja oppaissa. Muista tuliturvallisuus, miten sijoitat nuotiopaikat ja miten tulen voi sammuttaa. Paranna turvallisuutta viitoittamalla reitti selkeästi. Pelastustilanteessa retkeilijän pitää pystyä paikantamaan itsensä. Karttoihin, reittioppaisiin ja reittiopasteisiin voi sijoittaa pelastusviranomaisten tarvitsemia tietoja.



Huomioi seuraavat asiat:

1. Saavutettavuus
2. Infrastruktuuri ja palveluvarustus
3. Monikäyttöisyys
4. Elämyksellisyys
5. Turvallisuus
6. Käytettävyys
7. Ylläpito ja huolto
8. Monikanavainen informaatio

6 Käytettävyys

Paranna reitin teknistä laatua panostamalla viitoitusjärjestelmään ja luokittelemalla reitti. Retkeilijä arvostaa mahdollisuutta ennakoon arvioida, onko reitti hänelle sopiva. Viitoittamalla varmistat, että reitillä voi kulkea sujuvasti ilman turhauttavaa etsimistä tai eksymisen vaaraa. Viitoittamalla voit karsia poluista selkeän reittiverkoston, joka houkuttelee enemmän kävijöitä. Metsähallitus on julkaissut mainion viitoittamisoppaan, johon kannattaa perehtyä (Tuomarniemi Rami 2013, Hyvän viitoittamisen perusteet, Metsähallitus).

Vaellusreitit voit laskettelurinteiden tapaan luokitella mustaan, punaiseen, siniseen tai vihreään reittiin. Esim. Suomen latu ja outdoorsfinland.fi järjestävät reittiluokittelukoulusta ja luokittelu on vaatimuksena outdoorsfinland.fi –portaalin vaellusreiteille. Toteuttamalla edellä mainitut asiat retkeilijän valinta ja kohderyhmän määrittely helpottuu. Mustat reitit eivät sovi kaikille, mutta ei ole syytä rajata retkeilijöitä esimerkiksi iän perusteella. Retkeilijän kunto, taito ja kyky kulkea erilaisissa maastoissa sekä reitin käytettävyys ja vetovoimatekijät vaikuttavat eniten kohderyhmän määrittelyyn. Jos retkeilijä saa tarvitsemansa tiedot, voi hän itse päättää, sopiiko reitti hänelle.



7 Ylläpito ja huolto

Reittejä pitää huoltaa ja ylläpitää niin, että kävijälle annettu lupaus reittien tasosta ja laadusta täyttyy aina. Suunnittele reitin ylläpidon taso, laske vuotuiset kustannukset ja mieti resurssit, joilla luvattu ylläpito pystytään toteuttamaan. Outdoors Finland –hankkeessa kävi ilmi, että monella kunnalla on valmiutta järjestää retkeilyreittien ylläpito ja huolto, huolletaanhan hiihtolatujaakin. Ensimmäinen edellytys on, että on selkeä reittiverkosto ja on valittu reitit, joita ylläpidetään sekä määriteltä mitä ylläpidetään. Toinen perusedellytys on, että tehdään laaja-alaista yhteistyötä, johon osallistuvat matkailun lisäksi esimerkiksi ympäristö- ja liikuntatoimi sekä erilaiset yhdistykset ja järjestöt. Pohjois-Karjalassa on laadittu Reiteistä traileiksi –hankkeessa materiaali, joka kattaa kärkeireittien ylläpidon rahoitus-, toiminta- ja sopimusmallit (Pohjois-Karjalan liitto, Julkaisu 162 Pohjois-Karjalan maakunnallisten virkistyspalvelujen ylläpito, Osaraportti 1: Kärkeireitit ja ylläpidon rahoitusmalli, Osaraportti 2: Ylläpidon vaihtoehtoiset toimintamallit ja Osaraportti 3: Monikäyttöreitistöjen sopimusmallit).



8 Monikanavainen informaatio

Edellä kuvatuilla toimenpiteillä takaat reitin teknisen ja elämyksen laadun. Retkeilijä tarvitsee vielä monikanavaisen informaatiomateriaalin, jotta hän löytää haluamansa retkeilykohteen, löytää reitille ja pystyy kulkemaan reitillä. Laadi reitti-informaatiota internetiin, mobiiliin joko applikaationa tai mobiililaitteelle suunnitellulla internet-sivustolla, GPS-laitteelle ladattavaksi sekä painettuina karttoina että oppaina. Outdoorsfinland.fi –portaalin taustalle on tehty kattavat kuluttaja- ja benchmarking-tutkimukset siitä, mitä ja miten reitti-informaatiota voi hyödyntää ja miten sitä pitää esittää valtakunnallisesti, alueellisesti ja yrityskohtaisesti. Käy katsomassa sieltä esimerkkiä ja kurkista kansainvälisiin portaalieihin.

Vaelluslaatuohjelmia



Iso-Britannia:
www.walkersarewelcome.org.uk.
 Vaellusmatkailijalle palveluita tarjoaville yrityksille suunnattu laatuohjelma.



Saksa:
www.wanderbares-deutschland.de.
 Laatuksiteerit erikseen vaellusreiteille, vaellusalueille ja yrityksille.

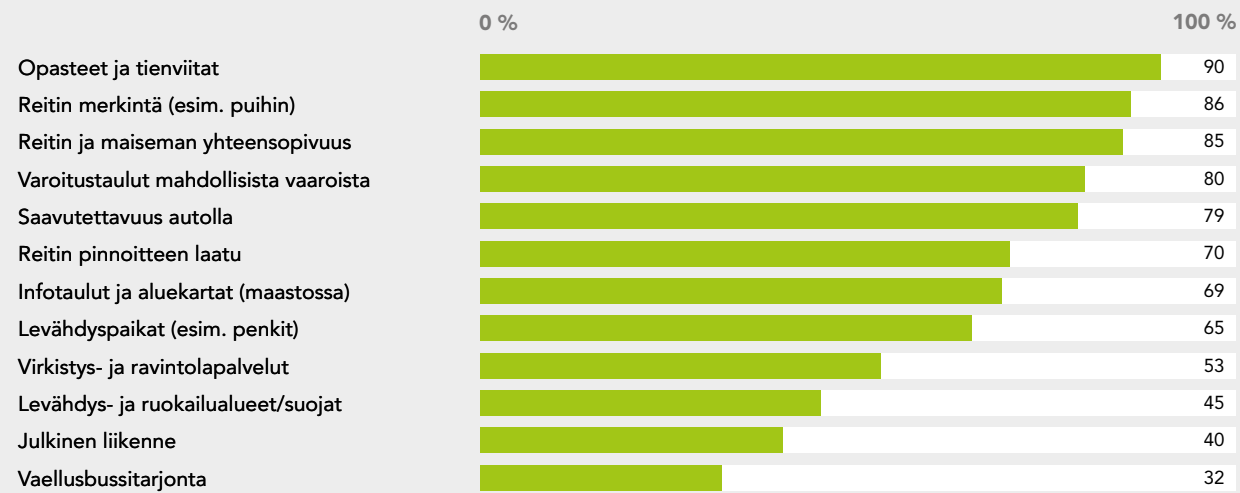


Slovenia:
<http://www.slovenia.info/hiking>.
 Majoitusyritysten laatuohjelma.

Hyvä reittisuunnittelu ottaa huomioon erilaiset käyttäjäryhmät ja laaja-alaiset vaikutukset



Näitä retkeilijä arvostaa



Lähde: German Hiking Market 2014, Project M GmbH

Panosta reitin elämyksen ja tunnelman luomiseen



- Retkeilijät etsivät luonnosta voimakkaita, uusia ja epätavallisia tunne- ja aistielämyksiä.
- Maisema on tunne-elämyksen keskeisin tekijä. Varmista infrastruktuurin tekninen laatu ensin ja panosta sitten maiseman kokemiseen.

Lähde: German Hiking Market 2014, Project M GmbH



Kommunikaatio

Huomioi viestinnässä ja markkinoinnissa asiakkaan matka sen suunnittelusta matkan päättymiseen. Panosta digitaaliseen mediaan ja pyri välittämään sekä tietoa että tunteita. Sopeuta informaatio asiakkaan matkan aikana jokaiselle haluamallesi kohderyhmälle ja pyri rakentamaan juuri heille sopivaa viestiä. Digitaalinen media on tässä hyvin tehokas väline.



Outdoorsfinland.fi

- Some-kanavat (Instagram, Facebook, Flickr, Twitter)
- Arvostelu- ja palautekanavat (Tripadvisor, omat internet-sivut)

- Oudoorsfinland.fi
- Facebook, Internet
- Printtimedia
- Videot ja kuvat (Youtube, Vimeo, Flickr, Picasa, Instagram)



Asiakkaan matka alkaa inspiraation hakemisella; mitä haluaisin tehdä seuraavalla lomallani. Kun inspiraatio ja innostus on löytynyt, siirrytään informaation ja tiedon hakemiseen. Retkeilijä haluaa tietää, onko kohteessa juuri hänelle sopivia ja häntä kiinnostavia reittejä. Hän hakee yksityiskohtaistakin tietoa reittien pituudesta ja kestosta sekä maisemista ja elämyksistä niiden varrella.

Mieti varaamisen helppoutta. Internetissä on paljon palveluita, joista matkan tai osan siitä voi varata. Mieti kannattaako munat panna yhteen koriin vai käyttää useampaa palvelua. Varaaminen on tehtävä helpoksi sekä omatoimiselle että pakettimatkan ostavalle retkeilijälle. Varaukset tehdään entistä useammin suoraan majoituspaikkaan, mutta mitä kauempaa tullaan, sitä useammin käytetään matkatoimistoa. Markkinoilla on runsaasti esim. vaellus- ja luontomatkoihin erikoistuneita matkanjärjestäjiä. Matkatoimiston myynnissä oleva vaellustuote toimii myös informaation ja inspiraation lähteenä ja voi johtaa omatoimiseen varaukseen.

Paikan päällä pitää olla riittävästi palvelutarjontaa ja kunnolliset reittioppaat ja kartat sekä reittitiedot GPS-laitteisiin ja älypuheliin. Parhaimmillaan asiakas hoitaa markkinoinnin yrityksen puolesta, toisten kertomat kokemukset ja suositukset vaikuttavat paljon matkailijoiden matkapäätöksiin. Jo infrastruktuurin suunnittelussa voi huomioida kuvaus- ja videointipaikat. Näkykö kohteen nimi retkeilijän ottamissa kuvissa?

Vaellusmatkailuportaaleja:

www.outdooractive.com/de/wanderung
www.wanderland.ch/de/wanderland.html
www.wanderkompass.de/
www.walkingbritain.co.uk/
www.visitleevalley.org.uk/en/content/cms/outdoors/walks-walking

Matkanjärjestäjiä ja matkatoimistoja:

Wandern und Mehr Aktiv Reisen / WM Reisen,

www.wm-aktiv-reisen.de

Vaellus-, pyöräily- ja kiertomatkoja noin 20 maahan.

Natours,

www.natours.de/natours

Pyöräily-, melonta- ja vaellusmatkat.

Wikingen reisen,

www.wikingen-reisen.de

Suurin ja vanhin Saksan markkinoilla. Matkatuotanto laajentunut vaellusmatkoista kaikenlaisiin aktiviteetteihin. Hyvinvointiteema vahvistunut.

Ramblers Walking Holidays

www.ramblersholidays.co.uk

Vaellusmatkoja ympäri maailmaa.

Inntravel, Slow holidays,

www.inntravel.co.uk

Vaellus-, pyöräily-, maaseutumatkat.

SoMe:





Matkanjärjestäjiä ja matkatoimistoja:

The Carter Company,
www.the-carter-company.com
 Helppoja vaellus- ja pyöräilymatkoja, paljolti Iso-Britanniassa ja Euroopassa.

Solos Activity Holidays,
www.solosholidays.co.uk
 Kaikenlaisia aktiviteettimatkoja ympäri maailmaa.

Headwater Holidays,
www.headwater.com
 Aktiviteetti- ja luontomatkoja ympäri maailmaa.

Walks Worldwide,
www.walksworldwide.com
 Vaellusmatkoja ympäri maailmaa, myös muita aktiviteettejä, Suomeen lumikenkä-, vaellus- ja karhunkatselumatkoja.

Matkailualueen yritysten ja matkailuorganisaatioiden yhteistyöllä alue profiloituu retkeilyalueeksi. Yhteistyössä tehtäviä asioita ovat esimerkiksi seuraavat:

- *Verkoston rakentaminen:* Määritä avainverkoston kokoonpano, kunkin rooli ja vastuu. Kuka vastaa reiteistä ja millä resursseilla? Entäpä palvelutarjonnasta, tuotteistamisesta ja markkinoinnista?
- *Reittiverkoston valinta ja reittien rakentaminen:* Mitkä ovat parhaat reittimme, joista muodostuu reittiverkosto. Panosta laatuun, ei määrään.
- *Alueen ydinviestin ja palvelulupauksen määrittely ja toteuttaminen:* Mitä lupaamme retkeilijälle? Mikä on alueemme elämys ja tunnelma? Mikä on alueemme ydinviesti?
- *Laatukriteereiden luominen ja viestintä:* minkä taseisia reittejä meillä on ja miten ne on varusteltu? Miten takaamme laadun? Mistä elementeistä elämys syntyy?
- *Kommunikaatio* asiakkaan matkan ajan. Huolehdi, että asiakas sekä inspiroituu että saa informaatiota. Panosta visuaalisiin reittikarttoihin sekä kuviin ja videoihin.
- *Palveluyritysten koulutus:* Yritykset tarvitsevat koulutusta, jotta luonto, reitti ja reittiverkosto osataan tuotteistaa ja markkinoida.

Tietoinen yhteinen investointi ainutkertaiseen luontoon ja maisemaan ja tehokas kommunikointi on tiivistettynä retkeilyalueen keskeinen menestystekijä. Majoitusyrityksen kannattaa panostaa seuraaviin asioihin:

- Yhteistyö: reitit ja kohteet syntyvät vain yhteistyöllä. Yhteistyötä tarvitaan myös markkinoille mentäessä. Kilpailuilla markkinoilla profiloitumiseen tarvitaan yhtenäinen retkeilyalue, joka vetää kävijöitä puoleensa.
- Alueen reittitiedot löytyvät majoitusyrityksen internet-sivuilta. Monistettuja päiväretkikarttoja kannattaa pitää saatavilla vastaanotossa ja/tai huoneessa.
- Huomioi eri asiakasryhmät ja jakelukanavat. Rakenna omatoimisia



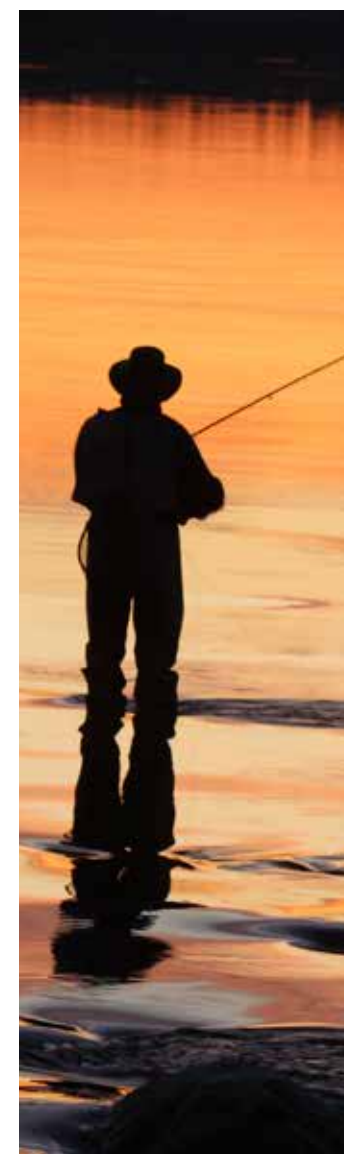
ja opastettuja retkeilytuotteita ja –paketteja ryhmille ja yksittäisille asiakkaille erilaiset jakelukanavat ja kansainvälisten asiakkaiden erityistarpeet huomioiden. Suunnittele eripituisia kokonaisuuksia päiväretkistä viikon mittaisiin.

- Panosta herkulliseen ja paikalliseen ruokaan. Panosta kattaukseen.
- Hyödynnä ja tuo esille paikalliset erikoisuudet, oma historia ja kulttuuri
- Älä unohda saunaa ja saunomista.

Retkeilijälle voi aina kertoa paikallissään, antaa vinkkejä päivän reitille ja kertoa paikallisista tapahtumista.

Keski-Euroopassa retkeilyreitit ovat jo korkeatasoisia. Retkeilyinfrastruktuuriin, reittien teemoittamiseen, maiseman kokemiseen ja kommunikaatioon on panostettu viime vuosina paljon, myös alueilla, jotka eivät ole aiemmin olleet tunnettuja ja suosittuja retkeilykohteita. Tarjontaa on enemmän ja laatu on korkea. Terveys- ja hyvinvointitrendi on vahva ja siihen panostaminen on yksi tie menestymiseen. Suomella on luontaiset edellytykset yhdistää terveys- ja hyvinvointi luontomatkailuun. Meillä on luontoa ja suomalainen elämäntapa nojaa luonnossa rentoutumiseen ja viihtymiseen. Tulevaisuuden menestystekijöitä voivat olla esimerkiksi seuraavat:

- Retkeilyreitit ja –kohteet, jotka yhdistävät retkeilyn terveyteen ja hyvinvointiin, esim. hiljaisuuteen, stressin poistoon, kiirettömyyteen ja aistielämyksiin
- Hyvinvointi- ja matkailuyritysten yhteistyö ja yhteiset tuotteet
- Uudet opastetut terveys- ja hyvinvointiretket, esim. paljasjalka- ja yrttiretket
- Saunan monipuolinen hyödyntäminen
- Teknologian hyödyntäminen
- Tapahtumatuotannon laajentaminen: paljasjalkajuoksut, retkeilytapahtumat



Aistien tie, Trail of Senses

Case Rothaarsteig

www.rothaarsteig.de, www.toptrails.de



Rothaarsteig – aistien reitti – on 154 km pitkä vaellusreitti läntisessä Saksassa. Se alkaa Brilonin kaupungista ja päättyy Dillenburgiin. Reitin keskeinen teema on luonnon ja kulttuurin kokeminen kaikilla aisteilla. Reitti kulkee vaihtelevissa maisemissa, metsässä, vuoristossa ja halkien kylien. Reitille on lisätty koko reittiä yhdistäviä elämyksiä:

- *Jännitys:* riippusillat
- *Nenälle:* Rothaarsteig–ruusu, joita kasvaa ja kasvatetaan reitin varrella. Myös matkamuistotuote.
- *Silmille:* reitillä olevat korkeatasoiset veistokset, taiteellisesti suunnitellut levähdyspaikat
- *Älylle:* luontotietoisuus, luentoluennot (audio) ja luonto-opasteet
- *Rentoutuminen:* lepopaikat, erityisesti reitille suunnitellut lepotuolit

Reitti kuuluu Saksan parhaimpien, laatuluokiteltujen top-reittien verkostoon. Reitti on jaettu useisiin etappeihin ja siihen on liitetty alueellisia reittejä ja reittiverkostoja. Reitin ympärillä järjestetään jatkuvasti suuria tapahtumia, vaellusfestivaali, säännöllisiä vaellusviikkoja, kulinaarisia vaelluksia ja maraton. Lisäksi järjestetään erilaisia pienempiä teemallisia tapahtumia. Teemoina ovat esimerkiksi yrtit, sienet ja kasvit, eri vuodenaajat ja rentoutuminen ja luontoterapia.

Rothaarsteig-yhdistys ylläpitää reittiä ja koordinoi markkinointia ja kehitystä. Se järjestää ja suunnittelee myös tapahtumat. Reitin varrella on 111 vaelluslaatuluokiteltua (www.wanderbaredeutschland.de) majoituspaikkaa, jotka ovat sitoutuneet mm. huomioimaan paikallisen kulttuurin ja elämäntavan, jakamaan reitti-informaatioita ja tarjoamaan vaeltajille sopivaa ruokaa.



Alpe Adria Trail

Case Alpe Adria Trail

www.alpe-adria-trail.com



Kolmen maan yhteinen matkailuprojekti

Reitti alkaa Itävallan korkeimmalta vuorelta (Grossglockner) ja kulkee Slovenian halki Adrianmerelle (Muggia/Trieste). Reitin kokonaispituus on 750 km, ja se on jaettu 43 etappiin. Etapit ovat keskimäärin 15–20 km pitkiä ja niiden vaeltaminen kestää enintään 6 h.

Reitti yhdistää olemassa olevia polkujen kulku-uria ja uusia polkuja ei ole rakennettu. Projekti toteutettiin markkinatutkimuksen perusteella, jossa havaittiin, että markkinoilla on kasvava tarve paremmille retkeilyreiteille ja tuotteille.

Ensiksi luotiin kriteerit, joka takaa jokaisen etapin riittävän laadun, reitti-infrastruktuurin tason. Sen jälkeen rakennettiin yhteinen tarina *Vaella Edenin puutarhassa*, joka koostuu kolmesta osasta:

Glory =	loisto, kunnia, maine, mahtavuus
Chill =	viileys, kylmyys, väristys, rentoutuminen
Intensity =	kiihkeys, kiivaus, voimakkuus, teho

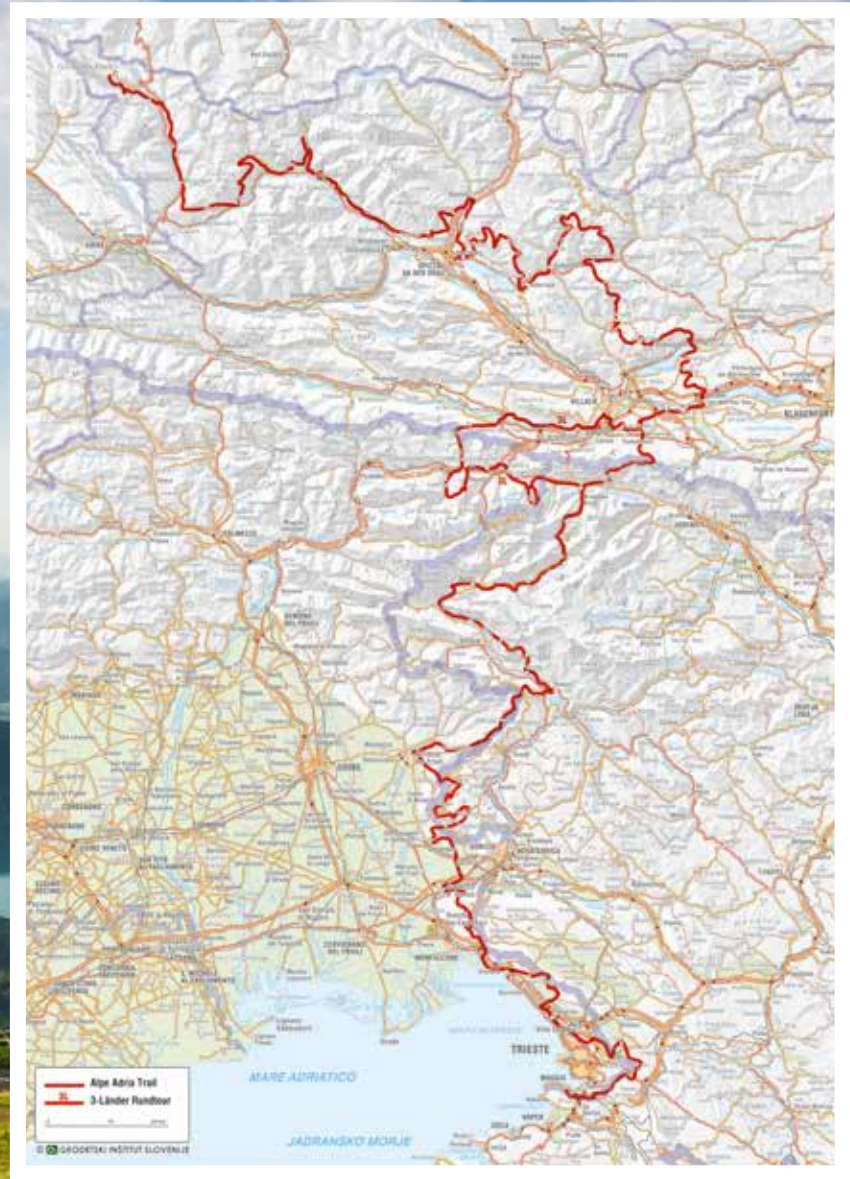
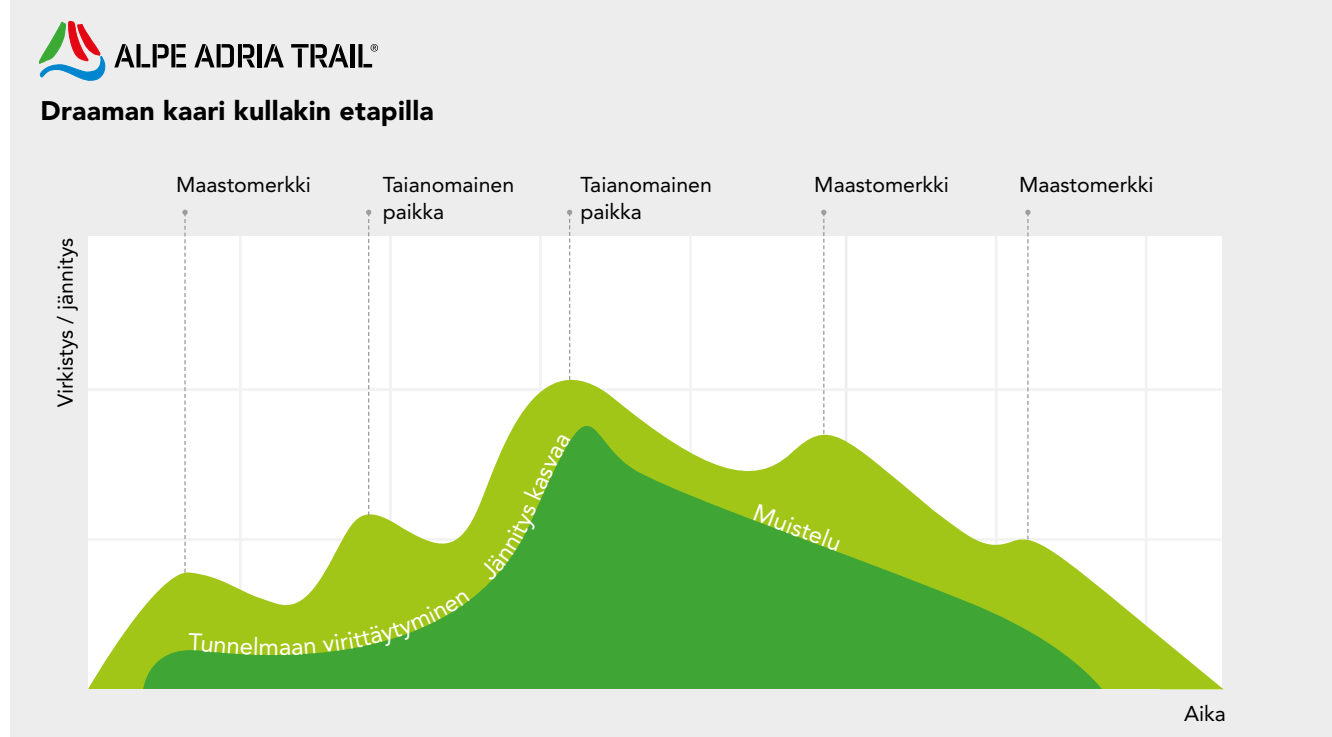
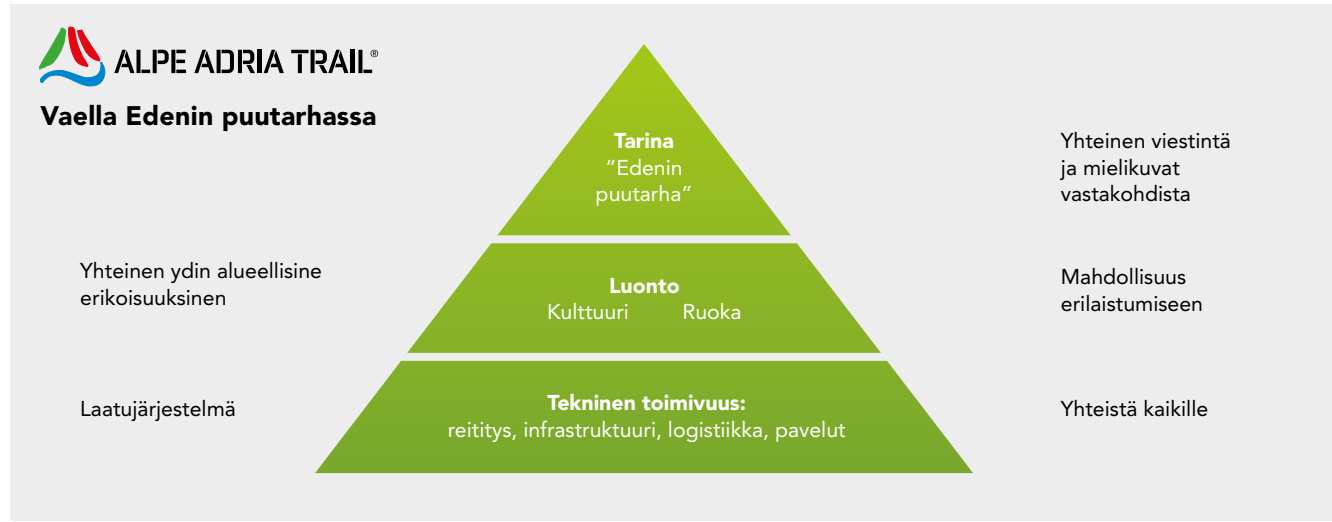
Kullakin etapilla on maamerkkejä, alueelle tyypillisiä historiallisia ja luonnon kohteita, esimerkiksi vesiputoukset, kirkot ja maisemakohteet. Taianomaiset paikat (Magic places) ovat kohteita, joissa retkeilijät voivat nähdä maiseman kauneuden (glory), tuntea sen (chill) ja kokea vahvoja, intensiivisiä elämyksiä ja tunteita (intensity). Maamerkit on opastettu yhtenäisesti ja taianomaisille paikoille on rakennettu "kokemuspaikka". Reittisuunnittelua varten laadittiin ohjekirja.

Reitin varrella on kolme opastuskeskusta, yksi kussakin maassa. Ne tarjoavat Alpe-Adria-Trail –paketteja, vaelluslaatuluoiteltua majoitusta, matkatavarakuljetusta ja transfer-palveluita, reittioppaita ja myyvät Alpe-Adria-Trail –korttia. Reitillä retkeilevät pitkän matkan vaeltajat (5–10 %), jotka vaeltavat viikon tai kaksi ja saattavat palata seuraavana vuonna vaeltamaan lisää, retkeilijät, jotka kulkevat muutaman etapin (50–60%) ja lomailijat, jotka viettävät aktiivilomaa (30–40%). Valtaosa kävijöistä (90%) tekee varaukset itse ja matkanjärjestäjien kautta tulee 10%.

Matkanjärjestäjien osuus on kasvamassa. Markkinointi heille on vasta alkanut ja oikeat kanavat ovat vasta löytyneet. Parhaat myyjät ovat vaellusmatkoihin erikoistuneita.



 ALPE ADRIA TRAIL®





VisitFinland.com

LAMK

Lahden ammattikorkeakoulu
Lahti University of Applied Sciences



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto.
Eurooppa investoi maaseutualueisiin.