



ASIAKKAAN ODOTTAMA ARVO MAASEUTUMATKAILUN SEGMENTOINNIN JA  
TUOTEKEHITYKSEN PERUSTANA

**Kysyntälähtöiset maaseutumatkailutuotepaketit**

**12.6.2012**

**Veera Tahvanainen ja Juho Pesonen**

**juho.pesonen@uef.fi**



## Tiivistelmä

Asiakkaiden mieltymysten ja toiveiden tietäminen on tärkeää tarjonnan kehittämiseksi ja suuntaamiseksi. Tässä raportissa käsitellään tuotepakettien kautta eri matkailutuotteiden kysyntää maaseutumatkailussa. Kysyntää selvitettiin internetkyselyllä kolmella maaseutumatkailuaiheisella suomalaisella verkkosivustolla kesällä 2011

Esimerkkituotepaketit on kehitelty aineistoanalyysien perusteella. Analyyseissä tuotetut ryhmät saatiin yhdistelemällä maaseutumatkailijoiden matkustusmotiveja, toivottuja kohteen tai loman ominaisuuksia, matkaseuraa sekä joitakin sosiodemografisia tekijöitä. Lopulta tutkimuksessa löydettiin 11 maaseutumatkailun tuotepakettia joille löytyy huomattavaa kysyntää vastaajien joukossa 11:

1. Loma nuorille aikuisille luonnon helmassa
2. Loma aikuisille luonnossa rentoutuen
3. Perheloma 1. (lapsiperheille, joissa on pieniä lapsia)
4. Perheloma 2. (lapsiperheille, joissa on monenikäisiä lapsia)
5. Loma maatilamatkailumajoituksessa
6. Hemmotteluloma maaseudulla
7. Aktiivinen urheiluloma
8. Romanttinen loma maaseudulla
9. Kesäloma uimarannalla
10. Lasketteluloma
11. Kalastusloma luonnon rauhassa

Tarkemmat kuvaukset tuotepakettien kysynnästä on esitetty raportin tulokset-luvussa sekä tiivistelmänä taulukossa raportin lopussa.

## Sisällysluettelo

1. Johdanto .....	3
2. Aineisto ja menetelmät .....	4
Aineisto .....	4
Menetelmät .....	4
3. Tulokset .....	5
Loma nuorille aikuisille luonnon helmassa .....	5
Luonnossa rentoutumista aikuisille .....	7
Perheloma perheille, joissa on pieniä lapsia .....	9
Perheloma lapsiperheille, joissa on monen ikäisiä lapsia .....	11
Loma maatilamatkailumajoituksessa .....	13
Hemmotteluloma .....	15
Aktiivinen urheiluloma .....	17
Romanttinen loma .....	19
Kesäloma uimarannalla .....	21
Aktiivinen lasketteluloma .....	23
Kalastusloma .....	25



## 1. Johdanto

Maaseutumatkailu on Suomessa merkittävä matkailumuoto. Suurin osa maaseutumatkailijoista on suomalaisia, vaikka ulkomaalaisten, etenkin venäläisten, matkailijoiden kiinnostus suomalaiseen maaseutumatkailutuotteeseen onkin kasvamassa. Maaseutumatkailijoita on Suomessa tutkittu ainoastaan hieman, joten yritysten käytettävissä on vain vähän perustietoa suomalaisista maaseutumatkailijoista.

Tässä raportissa selvitettiin kyselyaineiston perusteella millaisia maaseutumatkailutuotepaketteja maaseutumatkailijoille kannattaisi tarjota. Eli toisin sanoen minkälaisille tuotteille suomalaisten maaseutumatkailijoiden keskuudessa olisi kysyntää. Tutkittavana ryhmänä on internetiä käyttävät suomalaiset maaseutumatkailijat. Internetin kautta tutkimukseen oli helppoa löytää vastaajia ja lisäksi Internet on ollut jo pitkään suurimmalle osalle matkailijoista tärkein tai ainakin paljon käytetty tiedonhakukanava lomamatkailuun liittyen.



## 2. Aineisto ja menetelmät

### Aineisto

Aineisto kerättiin kymmensivuisen suomenkielisen kyselylomakkeen avulla aikavälillä 4.3. – 31.8.2011. Kyselylomake ([goo.gl/HuQwM](http://goo.gl/HuQwM)) oli jaossa bannerimainoksella Lomarengas.fi, Savonlinna.travel ja Tahko.com internet-sivuilla. Vastaajat houkuteltiin täyttämään kyselylomake 400 € matkalahjakortilla. Käyttökelpoisia vastauksia saatiin yhteensä 1967, joista valtaosa saatiin Lomarengas.fi -sivujen kautta. Kyselylomakkeen avulla pyrittiin selvittämään maaseutumatkailijoiden lomatiedot, motivaatiot, matkustuskäyttäytyminen, aktiviteetit, joista he ovat kiinnostuneita lomansa aikana, toivotut majoituksen ominaisuudet, tietolähteet, joita matkailijat käyttävät lomansa suunnittelussa ja lisäksi selvitettiin vastaajien sosiaalisen median käyttötottumuksia sekä Internet-käyttäytymistä.

Vastaajista naisia on 73 % ja vastaajien keski-ikä on 39 vuotta. Lapsuutensa tai nuoruutensa maaseudulla asuneita on 51 % vastaajista ja 35 % on ammatillinen koulutus. Vastaajat ovat pääosin kotoisin Helsingistä (31 %), Tampereelta (9 %), Turusta (7 %), Oulusta (7 %) ja Jyväskylästä (6 %).

### Menetelmät

Vastaajaa pyydettiin kirjoittamaan ikä tarkkana lukuna, mutta raportoinnin selkeyden vuoksi ne luokiteltiin kuuteen ikäluokkaan: alle 20-vuotiaat, 20–29-vuotiaat, 30–39-vuotiaat, 40–49-vuotiaat, 50–59-vuotiaat sekä vähintään 60-vuotiaat. Matkaseuran vastaajat valitsivat eri vaihtoehtojen joukosta ja myös se täytyi luokitella uudelleen vastauksia paremmin kuvaavaan muotoon. Uudet ryhmät luokittelun jälkeen olivat: puolison/elämäkumppanin kanssa matkustavat, perheet, joissa alle 12-vuotiaita lapsia, perheet, joissa monen ikäisiä lapsia, ystävien ja/tai muiden sukulaisten kanssa matkustavat sekä puolison ja ystävien tai muiden sukulaisten kanssa matkustavat maaseutumatkailijat.

Kvantitatiivisessa analyysissä ryhmiteltiin maaseutumatkailijoita motiivien, matkailukohteen ominaisuuksiin liittyvien mieltymysten ja odotusten sekä sosiodemografisten tekijöiden perusteella. Aineistoa analysointiin SPSS-ohjelmalla rajaamalla aineistoa eri muuttujien mukaan ”select cases” -työkalun avulla. Lopuksi uusista ryhmistä laskettiin tarvittavat keskiluvut sekä frekvenssit.

Liekert-asteikolliset muuttujat on koodattu uudelleen niin, että asteikolla 1 – 7, jossa 1 = ei ollenkaan tärkeä ja 7 = erittäin tärkeä, vastaukset 5, 6 ja 7 on koodattu: 1 = tärkeää maaseutumatkailijalle ja vastaukset 1-4 on koodattu: 0 – ei erityisen tärkeää. Miesten vähäisemmän vastaajamäärän vuoksi naisten suhteellinen osuus on jokaisessa ikäluokassa huomattavasti suurempi, jonka takia raportoinnissa sukupuolijakauma on jätetty kokonaan pois.

### 3. Tulokset

#### Loma nuorille aikuisille luonnon helmassa

Luonnosta ja maisemista nauttiminen tärkeää valitessa matkakohdetta **JA** on kiinnostunut marjastuksesta ja sienestyksestä **TAI** kalastuksesta **JA** on alle 40-vuotias nuori tai nuori aikuinen.

Loma nuorille aikuisille, jotka ovat iältään alle 40-vuotiaita. Heille luonnosta ja maisemista nauttiminen on tärkeää matkakohdetta valitessa ja he ovat kiinnostuneet harrastamaan lomansa aikana marjastusta ja sienestystä tai kalastusta.

#### KYSYNTÄ:

N=339 (17 %)

#### LOMAN TIEDOT:

##### Matkatiedot

- Matkatyyppi: puolet pysyisi yhdessä majoituskohteessa koko lomansa ajan (50 %) ja kiertomatkan tekisi moottoripyörällä tai omalla autolla (47 %)
- Kesto: viikonlopun mittaiset, 2 yötä (23 %), alle viikon mittaiset, 3-5 yötä (56 %) ja viikon – kahden viikon (20 %)
- Matkustusajankohta: kesällä (87 %) ja syksyllä (9 %), mutta aktiviteettien puolesta kannattaa markkinoida myös kevätkaudelle sijoitettavia matkoja

##### Majoitus

- Majoitusmuoto: mökki (72 %) ja maatilamajoitus (15 %)
- Mökkikoko: 2 (27 %) - 4 (46 %) henkilön mökkejä ja muutamia kuudenkin hengen mökkejä (17 %)
- Kohteen ominaisuudet: oma sauna (71 %), matala ranta (42 %), oma suihku (60 %), vedellä toimiva wc (46 %), lemmikkieläimet sallittu (30 %) ja hyvät kalastusmahdollisuudet (29 %)
- Etäisyys mökkinaapuriin: vähintään 100m (62 %), vähintään 250m (23 %)
- Majoituksen hinta/hlö/yö:  
50 – 100€ (60 %)  
Alle 50€ (27 %)  
Yli 100€ (10 %)

##### Palvelut

- Aktiviteetit: kalastuksen (78 %) ja marjastuksen ja sienestyksen (60 %) lisäksi myös: uimista (81 %), kävelyä tai patikointia (84 %), soutamista (68 %), melontaa (38 %), pyöräilyä (41 %) ja eläinten tarkkailua (56 %)
- Ruokapalveluita majoituspaikassa (89 %), joista päivittäin (22 %)
- Hyvinvointipalvelut: Terveyskylpylöissä käyminen (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.) (40 %) Perinteiset terveydenhoitopalvelut (esim. kasvo- tai jalkahoito) (32 %), vaihtoehtoiset hoitopalvelut (esim. reiki tai shiatsu) (21 %) ja erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (54 %) sekä hierontapalvelut majoituspaikassa (28 %)

#### KOHDERYHMÄ:

- Ikä: alle 40-vuotiaita aikuisia ja nuoria aikuisia (20 – 29-vuotiaita 43 % ja 30 – 39-vuotiaita 50 %) Keski-ikä: 29
- Matkaseura: elämäkumppanin kanssa (32 %), perheen kanssa (36 %) ja ystäväporukoissa, jotka koostuvat ystävästä/sukulaisista/ tai puolisoista ja ystävästä/sukulaisista (23 %). Perheet suurimmaksi osaksi perheitä, joissa on alle 12-vuotiaita lapsia

- Seuruekoot: 2 henkilön (35 %), kolmen – neljän hengen (34 %) tai viiden – kuuden hengen porukoita (16 %)
- Koulutus: Ammatillinen koulutus (34 %), Ylioppilastutkinto (23%) sekä Ylempi ammatillinen koulutus (AMK) (22 %)
- Kotitalouden vuotuiset bruttotulot:
  - Alle 30 000€v (52 %)
  - 30 000 -59 000€v (35 %)
- Matkailijatyypit: Perhematkailijoita (48 %), hyvinvointimatkailijoita (41 %) ja sosiaalisia matkailijoita (15 %)

#### MARKKINOINTI:

- Markkinointi aloitetaan 3-6kk (60 %) tai jopa vuosi ennen (18 %) matkustusajankohtaa
- Mieluiten matkustaisivat maaseudulle (38 %), aurinkorannalle (27 %) ja kaupunkiin (14 %)
- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: yhteinen ajanvietto perheen (38 %) ja elämäkumppanin kanssa (38 %) nähtävyydet ja kulttuurikohteet (35 %), hemmottelu ja mukavuus (25 %), voi nauttia auringosta ja olla rannalla (20 %), joustavuus ja spontaanien valintojen tekeminen (19 %)
- Markkinointikanava: internet (97 % etsii tietoa internetistä), tuttavat (58 %), esitteet (54 %), aikakauslehdet (25 %) ja matkaoppaat (23 %)
- Sosiaalisen media: Facebook (75 %), YouTube (69 %), Google Maps (45 %), Wikipedia ja muut wikit (45 %), Suomi24 (32 %) sekä blogit (27 %)

#### KAIKKI KULUT: €/vrk/hlö

50 – 99€	(46 %)
Alle 50€	(38 %)
Yli 100€	(16 %)



### Loma aikuisille luonnossa rentoutuen

Luonto ja maisemat tärkeitä tekijöitä lomaa suunnitellessa **JA** (Kalastus **TAI** Marjastus ja sienestys) **JA** 40 vuotta tai vanhempi

Lomapaketti niille, jotka pitävät luontoa ja maisemia tärkeinä tekijöinä lomamatkaa suunnitellessaan sekä haluavat harrastaa kalastusta tai marjastusta ja sienestystä maaseutulomallaan. Lisäksi he ovat vähintään 40-vuotiaita aikuisia.

#### KYSYNTÄ:

N=388 (20 %)

#### LOMAN TIEDOT:

##### Matkatiedot

- Kesto: kolmesta viiteen yötä kestäviä lomiam (54 %) ja kuudesta neljääntoista yötä kestäviä lomiam (28 %) kannattaa markkinoida (kahden yön lomiam (15 %))
- Matkatyyppi: lomamatkat, joissa pysytään samassa kohteessa koko loman ajan, ovat suosituimpia, mutta noin kolmannesta kiinnostaa myös kiertomatkan tekeminen omalla autolla tai moottoripyörällä

##### Majoitus

- Majoitusmuotona mökin lisäksi myös maatilamatkailu (17 %)
- Mökkikokona neljän hengen (48 %), kahden hengen (28 %) ja muutamille myös kuuden hengen mökit (17 %)
- Etäisyys mökkinaapurin: mökin tulisi sijaita mielellään vähintään 100 m päässä naapurimökistä (53 %), osa vielä kauempana (250 m 18 %), rauhaa arvostetaan
- Majoituspaikassa: omaa sauna (76 %), oma suihku (62 %), vedellä toimiva wc (52 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (43 %), matala ranta (39 %), mahdollisuus tuoda lemmikkieläin (29 %) ja hoidetut ladut lähistöllä (22 %)
- Sopiva hinta majoituksesta/yö/henkilö  
50 -99€ (59 %)  
Alle 50 € (20 %)  
100 €tai enemmän (13 %)

##### Palvelut

- Majoituskohteen ruokapalveluita tarjolla: 35 % käyttäisi päivittäin (vähintään muutaman kerran loman aikana niitä käyttäisi (90 %))
- Aktiviteetit: kävelemiseen /patikointiin (80 %), uimiseen (77 %), kalastukseen (76 %), marjojen ja sienten keräämiseen (64 %), soutamiseen (66 %), pyöräilyyn (46 %), eläinten tarkkailuun (41 %), murtomaahiihtoon (34 %), melomiseen (24 %)
- Hyvinvointipalvelut: erilaisia liikunnallisia aktiviteetteja (47 %), terveyskylpylöitä (rentoutumista, erikoissaunoja, joogaa ja hoitoja ym.)(43 %), hierontapalveluita majoituspaikassa (41 %) sekä perinteisiä terveydenhoitopalveluita (esim. kasvo- tai jalkahoitoja)(26 %)

#### KOHDERYHMÄ:

- Matkailijatyypit: suurin osa on hyvinvointimatkailijoita (51 %) ja perhematkailijoita (41 %) (Sosiaalisia maaseutumatkailijoita (13 %) ja kotiseutumatkailijoita (10 %))
- Tausta: asunut maalla lapsuutensa (60 %)
- Iältään 40 vuotta tai vanhempia, heistä noin puolet 40 -49-vuotiaita, keski-ikä 51 vuotta
- Matkaseurana 40 % puoliso tai elämäkumppani ja 35 % perhe
- Seurueen koko on 40 % kaksi henkilöä ja 40 % 3 -4 henkilöä
- Kotitalouden bruttotulot vuodessa:





**MATKAILUALAN**  
opetus- ja tutkimuslaitos



**ITÄ-SUOMEN**  
YLIOPISTO

30 000 – 44 999€(24 %)

15 000 – 29 999€(23 %)

45 000 – 59 999€(22 %)

#### **MARKKINOINTI:**

- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: luonnosta ja maisemista nauttimisen lisäksi yhdessäolo perheen (38 %) ja elämäkumppanin kanssa (35 %), samoin nähtävyydet ja kulttuurikohteet (38 %), rannalla olo ja auringosta nauttiminen (23 %) sekä hemmottelu ja mukavuus (21 %)
- Markkinointi aloitetaan 1 -3 Kuukautta aikaisemmin (60 %) Tai 12 -6kk aikaisemmin (36 %) kuin matkustusajankohta
- Markkinoidaan erityisesti kesäaikaan, mutta myös muihin vuodenaikoihin, etenkin syksyyn kannattaa panostaa
- Internetin käyttö: eivät kovin ahkeria internetin käyttäjiä, valtaosa käyttää internettiä enintään 10 tuntia viikossa.
- Markkinointikanava: internetin kautta (91 %), esittessä (52 %), tuttujen kautta (31 %), sanomalehdissä (22 %), aikakauslehdissä (21 %) ja matkaoppaissa (20 %)
- Sosiaalisen median kanavat: Facebookia (44 %), GoogleMapsia (43 %), You Tubea (30 %), Suomi24 (27 %), wikipediaa ja muita wikejä (24 %) käytetään jonkin verran.
- Arvosteluja internetiin käyttämistään tuotteista ja palveluista kirjoittaa 23 %

#### **KAIKKI KULUT:** €/vrk/hlö

50 – 99 € (56 %)

Alle 50 € (26 %)

Väh. 100 € (19 %)



### Perheloma 1. (perheille, joissa on pieniä lapsia)

Motivaationa halu lähteä maaseutalomalle, jotta vastaajalla olisi mahdollisuus olla yhdessä perheeni kanssa, tärkeys 5,6 tai 7 **JA** tärkeimpiä tekijöitä valitessa lomakohdetta, mahdollisuus viettää aikaa perheen kanssa **JA** matkaseura = 2 (perhe, jossa on alle 12-vuotiaita lapsia)

Loma perheille, joissa lapset ovat alle 12-vuotiaita, ja jotka lähtevät maaseutalomalle, jotta heillä olisi mahdollisuus viettää aikaa perheensä kanssa. Heille myös yksi tärkeimmistä tekijöistä lomakohdetta valittaessa on mahdollisuus olla yhdessä perheen kanssa.

#### KYSYNTÄ:

N = 283 (14 %)

#### LOMAN TIEDOT:

##### Matkatiedot

- Matkustusajankohta: kesällä, myös muulloin yleisten kouluvuoden aikana olevien lomien aikaan
- Kesto: 3 -5 yötä (56 %), 2 yötä (24 %) tai 6 – 14 yötä (20 %)
- Mahdollisuus tehdä myös kiertomatka omalla autolla tai moottoripyörällä (38 %) yhdessä paikassa pysymisen sijaan (62 %)

##### Majoitus

- Majoitus: mökissä (70 %) tai maatilamajoituksessa (17 %)
- Mökkikoko: neljän hengen mökki (66 %), kuuden hengen mökki (24 %)
- Majoituksen ominaisuudet: matala ranta (77 %), oma sauna (74 %), oma suihku (65 %), vedellä toimiva wc (60 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (22 %) sekä lemmikkieläimet sallittu (21 %)
- Majoituksen hinta: €/yö/henkilö:  
50 – 99€ (62 %)  
Alle 50 € (17 %)  
Väh. 100 € (17 %)

##### Palvelut

- Ruokapalveluita tarjolla (88 %) myös päivittäin (31 %)
- Aktiviteetit, joita mahdollisuus harrastaa: uimista (84 %), kävelyä/patikointia (72 %), soutamista (60 %), kalastusta (51 %), eläinten tarkkailua (40 %), pyöräilyä (33 %), marjojen ja sienten keräämistä (30 %), melontaa (26 %) ja murtomaahiihtoa (22 %)
- Hyvinvointipalvelut: erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (50 %), terveyskylpylät (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.)(46 %), hierontapalvelut majoituspaikassa (31 %), perinteiset terveydenhoitopalvelut (esim. kasvo- ja jalkahoidot) (31 %) ja vaihtoehtoiset hoitopalvelut (esim. reiki ja shiatsu) (21 %)

#### KOHDERYHMÄ:

- Matkaseura: perhe, jossa on alle 12-vuotiaita lapsia
- Matkailijatyypit: perhematkailijoita (93 %)
- Matkustaisi mieluiten: maaseudulle (35 %) tai aurinkorannalle (34 %)
- Ikä: Eniten 30 – 39-vuotiaita (47 %), 40 – 49-vuotiaita (26 %) sekä 20 – 29-vuotiaita (23 %), keski-ikä: 36 vuotta
- Seuruekoko: 3 – 5 henkilön seurueet (90 %) (4 henkilöä (42 %), 3 henkilöä (31 %))
- Kotitalouden vuotuiset bruttotulot: 30 000 – 44 999 €(25 %), 45 000 – 59 999 €(22 %), 60 000 – 74 999 €(19 %) ja 15 000 – 29 999 €(15 %)
- Korkein suoritettu tutkinto: ammatillinen koulutus (35 %), ylempi ammatillinen tutkinto (AMK) (24 %), Yliopistotutkinto (17 %)



### MARKKINOINTI:

- Markkinointiajankohta: 1-3 kk ennen matkustusajankohtaa (58 %) tai vuosi (15 %) tai 6-9 kk ennen (13 %) matkustusajankohtaa, huomioidaan lasten lomat koulusta
- Markkinointikanavat: internet (93 %), esitteet (47 %), tutut, (46 %), aikakauslehdet (23 %) sekä sanomalehdet (19 %)
- Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa: Facebook (67 %), YouTube (48 %), Google Maps (45 %), Wikipedia tai muut wikit (29 %), Suomi 24 (24 %) ja blogit (18 %)
- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: perheen kanssa yhdessä olon lisäksi luonnosta ja maisemista nauttiminen (57 %), nähtävyydet ja kulttuurikohteet (30 %), hemmottelu ja mukavuus (30 %) ja mahdollisuus nauttia auringosta ja olla rannalla

### KAIKKI KULUT: €/vrk/hlö

50 – 99 €	(48 %)
Alle 50 €	(36 %)
Väh. 100 €	(16 %)



## Perheloma 2. (perheille, joissa on monen ikäisiä lapsia)

Haluaisin lähteä maaseutulomalle, jotta minulla olisi mahdollisuus olla yhdessä perheeni kanssa = 5,6,7 **JA** tärkeimpiä tekijöitä valitessa lomakohdetta, mahdollisuus viettää aikaa perheen kanssa = 'x' **JA** matkaseura = perhe, jossa on monen ikäisiä lapsia

Loma perheille, joissa on monen ikäisiä lapsia ja jotka lähtevät maaseutulomalle, jotta heillä olisi mahdollisuus viettää aikaa yhdessä perheen kanssa. Lisäksi he pitävät lomakohdetta valitessaan tärkeimpänä tekijänä mahdollisuutta viettää aikaa oman perheensä kanssa.

### KYSYNTÄ:

N=243 (12 %)

### LOMAN TIEDOT:

#### Matkatiedot

- Matkustusajankohta: kesällä, myös muulloin yleisten kouluvuoden aikana olevien lomien aikaan
- Kesto: 3 -5 yötä (54 %), 6 – 14 yötä (25 %) tai 2 yötä (19 %)
- Mahdollisuus lomailuun yhdessä paikassa (68 %) tai tehdä myös kiertomatka omalla autolla tai moottoripyörällä (30 %)

#### Majoitus

- Majoitus: mökissä (72 %) tai maatilamajoituksessa (18 %)
- Mökkikoko: neljän hengen mökki (57 %), kuuden hengen mökki (30 %)
- Majoituksen ominaisuudet: matala ranta (54 %), oma sauna (76 %), oma suihku (70 %), vedellä toimiva wc (60 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (33 %) sekä lemmikkieläimet sallittu (31 %)
- Etäisyys mökkinaapuriiin: vähintään 100 m (30 %), vähintään 250 m (28 %), vähintään 50 m (20 %)
- Majoituksen hinta: €/yö/henkilö:  
50 – 99€ (58 %)  
Alle 50 € (17 %)  
Väh. 100 € (17 %)

#### Palvelut

- Ruokapalveluita tarjolla (88 %) myös päivittäin (29 %)
- Aktiviteetit, joita mahdollisuus harrastaa: uimista (85 %), kävelyä/patikointia (70 %), soutamista (66 %), kalastusta (60 %), eläinten tarkkailua (36 %), pyöräilyä (42 %), marjojen ja sienten keräämistä (35 %), melontaa (23 %), murtomaahiihtoa (26 %) ja laskettelua (17 %)
- Hyvinvointipalvelut: erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (51 %), terveyskylpylät (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.)(41 %), hierontapalvelut majoituspaikassa (34 %) ja perinteiset terveydenhoitopalvelut (esim. kasvo- ja jalkahoidot) (30 %)

### KOHDERYHMÄ:

- Matkaseura: perhe, jossa on monen ikäisiä lapsia
- Matkailijatyypit: perhematkailijoita (83 %) ja hyvinvointimatkailijoita (21 %)
- Matkustaisi mieluiten: maaseudulle (47 %) tai aurinkorannalle (31 %)
- Ikä: Eniten 40 – 49-vuotiaita (54 %), 50 – 59-vuotiaita (21 %) sekä alle 40 -vuotiaita (23 %), keski-ikä: 44 vuotta
- Seuruekoko: 3 – 5 henkilön seurueet (82 %), josta 4 henkilöä (44 %), 3 henkilöä (20 %), 5 henkilöä (18 %)

### MARKKINOINTI:



- Markkinointiajankohta: 1-3 kk ennen matkustusajankohtaa (63 %) tai vuosi (18 %) tai 6-9 kk ennen (17 %) matkustusajankohtaa, huomioidaan lasten lomat koulusta
- Tuttuun kohteeseen matkustaisi 14 %, markkinointi myös aikaisemmille asiakkaille (tuttuun kohteeseen ei matkustaisi (56 %))
- Markkinointikanavat: internet (93 %), esitteet (49 %), tutut, (37 %), aikakauslehdet (22 %) sekä sanomalehdet (21 %)
- Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa: Facebook (51 %), YouTube (37 %), Google Maps (41 %), Suomi 24 (28 %) ja Wikipedia tai muut wikit (22 %)
- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: perheen kanssa yhdessä olon lisäksi luonnosta ja maisemista nauttiminen (64 %), nähtävyydet ja kulttuurikohteet (28 %), mahdollisuus nauttia auringosta ja olla rannalla (28 %) sekä hemmottelu ja mukavuus (22 %)

**KAIKKI KULUT:** €/vrk/hlö

50 – 99 €	(53 %)
Alle 50 €	(33 %)
Väh. 100 €	(14 %)



### Loma maatilamatkailumajoituksessa

majoitus = maatilamatkailumajoitus

Loma niille, jotka viettäisivät maaseutulomansa mieluiten yöpyen maatilamatkailumajoituksessa.

### KYSYNTÄ:

N= 315 (16 %)

### LOMAN TIEDOT:

#### Matkatiedot

- Matkustusajankohta: kesällä tai syksyllä (10 %), hieman myös muina vuodenaikoina
- Loman kesto: 3 – 5 yötä (49 %), 2 yötä (35 %)
- Mahdollisuus tehdä kiertomatka omalla autolla tai moottoripyörällä (41 %)

#### Majoitus

- Majoitus maatilamajoituksessa (aitta, maatalon huone tms.)
- Majoituskohteen ominaisuudet: oma suihku (59 %), vedellä toimiva wc (49 %), matala ranta (34 %), lemmikkieläimet sallittu (23 %)
- Majoituksen hinta: €/yö/henkilö:
  - 50 – 99 € (57 %)
  - Alle 50 € (27 %)
  - Väh. 100 € (10 %)

#### Palvelut

- Ruokailupalveluita tarjolla majoituspaikassa (99 %) päivittäin (45 %)
- Aktiviteetit, joita kohteessa on mahdollista harrastaa: uimista (73 %), kävelyä/patikointia (72 %), soutamista (57 %), eläinten tarkkailua (49 %), oma sauna (47 %), pyöräilyä (46 %), kalastusta (41 %), marjojen ja sienien keräämistä (35 %), melontaa (31 %), murtomaahiihtoa (21 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (18 %) sekä ilmainen internet-yhteys (17 %)
- Hyvinvointipalvelut: erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (54 %), terveyskylpylät (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.) (48 %), hierontapalvelut majoituspaikassa (41 %), perinteiset terveydenhoitopalvelut (jalka- ja kasvohoidot) (40 %), vaihtoehtoiset hoitopalvelut (esim. reiki ja shiatsu) (28 %),

### KOHDERYHMÄ:

- Sosiaalisia maaseutumatkailijoita (22 %), perhematkailijoita (42 %), hyvinvointimatkailijoita (42 %)
- Mieluisin matkustuskohte: maaseutu (35 %), aurinkoranta (23 %), kaupunki (19 %) ja vuoristo (11 %)
- 18 % ei ole juuri maaseudulla
- Kotitalouden bruttotulot vuodessa 15 000 – 44 999 €(51 %) 45 000 – 74 999 €(25 %) ja alle 15 000 €(16 %)
- Koulutus: ammattikoulutus (29 %), ylempi ammatillinen koulutus (26 %), ylioppilastutkinto (18 %) ja yliopistotutkinto (16 %)
- Ikä: eniten 40 – 49-vuotiaita (31 %) ja 20 – 39-vuotiaita (45 %)
- Matkaseura: puoliso (37 %) tai perhe (36 %)
- Seuruekoko: kaksi (40 %), 3 – 4 henkilöä (41 %)

### MARKKINOINTI:

- Markkinointiajankohta: kuukausi- kolme (55 %) matkustusajankohtaa aikaisemmin tai vuosi aiemmin (26 %)



MATKAILUALAN  
opetus- ja tutkimuslaitos



ITÄ-SUOMEN  
YLIOPISTO

- Markkinointikanava: internet (91 %), esitteet (47 %), tutut (41 %), aikakauslehdet (28 %) ja sanomalehdet (24 %)
- Sosiaalinen media: Facebook (66 %), youTube (48 %), Google Maps (42 %), Wikipedia ja muut wikit (33 %), Suomi 24 (27 %) sekä blogit (21 %)
- Matkailijoiden tärkeinä pitämiä tekijöitä kohdetta valitessa, eli myös huomion arvoisia markkinoinnissa: luonnosta ja maisemista nauttiminen (63 %), nähtävyydet ja kulttuurikohteet (43 %), hemmottelu ja mukavuus (38 %), yhteinen ajanvietto elämäkumppanin (36 %) ja perheen kanssa (37 %), mahdollisuus tehdä joustavia ja spontaaneja valintoja (25 %) sekä mahdollisuus nauttia auringosta ja olla rannalla (18 %)

**KAIKKI KULUT:** €/vuorokausi/henkilö

50 – 99 €	(55 %)
Alle 50 €	(28 %)
Väh. 100 €	(18 %)



### Hemmotteluloma maaseudulla

Vastaaja haluaisin lähteä maasutalomalle, jotta voisi kokea hemmottelua JA valitessa kohdetta tärkeää on hemmottelu ja mukavuus **JA** (Kiinnostunut ostamaan: terveyskylpylöissä käyminen TAI perinteiset terveysdenhoitopalvelut TAI vaihtoehtoiset terveydenhoitopalvelut TAI hierontapalveluita majoituspaikassa)

#### KYSYNTÄ:

N=401 (20 %)

#### LOMAN TIEDOT:

##### Matkatiedot

- Matkustusajankohta kesällä tai syksyllä mieluiten, mutta myös muita vuodenaikoja markkinoidaan
- Kesto: 3 – 5 yötä (58 %) tai kaksi yötä (27 %) 6 yötä tai enemmän (14 %)
- Loma: yhdessä majoituspaikassa (61 %) tai kiertomatkan tekemismahdollisuus omalla autolla tai moottoripyörällä (37 %)

##### Majoitus

- Majoitus: mökissä (57 %), maatilamajoituksessa (21 %) tai hotellissa (18 %)
- Mökkikoko: neljän hengen mökki (43 %), kahden hengen mökki (32 %) tai kuuden hengen tai suuremmassa mökissä (19 %)
- Majoituksen ominaisuudet: oma suihku (74 %), oma sauna (68 %), vedellä toimiva wc (63 %), matala ranta (42 %), lemmikkieläimet sallittu (24 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (24 %) ja ilmainen internet-yhteys (17 %)
- Etäisyys mökkinäapuriiin: vähintään 100 m (29 %), vähintään 250 m (24 %), vähintään 50 m (20 %) ja ei väliä (26 %)
- Majoituksen hinta €/yö/henkilö:  
50 – 99 € (56 %)  
Alle 50 € (25 %)  
Väh 100 € (13 %)

##### Palvelut

- Majoituspaikassa tarjolla ruokailupalvuita (59 %) myös päivittäin (38 %)
- Mahdollisuus harrastaa: uimista (78 %), kävelyä/patikointia (75 %), soutamista (51 %), kalastusta (48 %), eläinten tarkkailua (42 %), pyöräilyä (42 %), marjojen ja sienten keräystä (33 %), melontaa (31 %), murtomaahiihtoa (25 %), moottorikelkkailua (20 %) ja laskettelua (18 %)
- Hyvinvointipalvelut: terveyskylpylöissä käyminen (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.) (73 %), hierontapalveluita majoituspaikassanne (63 %), perinteiset terveydenhoitopalvelut (esim. kasvo- ja jalkahoidot) (61 %), erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (42 %) ja vaihtoehtoiset hoitopalvelut (esim. reiki ja shiatsu) (36 %)

#### KOHDERYHMÄ:

- hyvinvointimatkailijat (54 %), perhematkailijoita (37 %) ja sosiaalisia maaseutumatkailijoita (18 %)
- Matkustaisivat mieluiten aurinkorannalle (38 %), maaseudulle (27 %) ja kaupunkiin (19 %)
- vuotuiset bruttotulot: 15 000 – 29 999 €/kotitalous (26 %), 30 000 – 44 999 €/kotitalous (23 %) 36 % vuotuiset bruttotulot kotitaloudessa on 45 000 €tai yli, 16 % alle 15 000 €/kotitalous
- koulutus: ammatillinen koulutus (38 %) ja ylempi ammatillinen tutkinto (AMK) (22 %)
- Ikä: eniten ikäluokkaan 40 – 49-vuotiaat kuuluvia (29 %), keski-ikä: 39 vuotta
- Matkaseura: puoliso/elämäkumppani (39 %), perhe (31 %), ystävät ja muut sukulaiset (+puoliso) (24 %)
- Seuruekoko 2 hlö.ä (43 %) tai 3-4 henkilöä (37 %), 5-6 henkilöä (14 %)





### MARKKINOINTI:

- Aloitetaan 1-3 kuukautta ennen matkustusajankohtaa (51 %) tai vuosi ennen (22 %) aikaisemmin
- Markkinointikanava: internet (92 %), esitteitä (50 %), tuttuja (38 %), sanomalehti (25 %), matkaoppaita (22 %), aikakauslehti (21 %) ja matkatoimistoja (17 %)
- Sosiaalisen median kanavat markkinoinnissa: Facebook (65 %), Youtube (51 %), Google Maps (37 %), Suomi 24 (31 %), Wikipedia ja muut wikikit (30 %) ja Blogit (20 %)
- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: hemmottelun ja mukavuuden lisäksi luonnosta ja maisemista nauttiminen (43 %), yhteinen ajanvietto elämäkumppanin (35 %) ja perheen kanssa (30 %), nähtävyydet ja kulttuurikohteet (27 %) ja voin nauttia auringosta ja olla rannalla (25 %)

### KAIKKI KULUT: €/vrk/hlö

50 – 99 €	(51 %)
Alle 50 €	(30 %)
Väh. 100 €	(19 %)



### Aktiivinen urheiluloma

Vastaajille tärkeänä motivaationa mahdollisuus olla fyysisesti aktiivinen = 5,6,7 (1= ei ollenkaan tärkeä, 7 = erittäin tärkeä) **JA** Erilaiset liikunnalliset aktiviteetit **JA** (motivaationa mahdollisuus urheilla TAI olla fyysisesti aktiivinen).

### KYSYNTÄ:

N =659 (34 %)

### LOMAN TIEDOT:

#### Matkatiedot

- Matkustusaika: kesällä ja syksyllä erityisesti, mutta myös muina vuodeaikoina
- Loman kesto: 3 – 6 yötä (60 %) tai kaksi yötä (22 %) (vähintään 6 yötä kestävät lomat 17 %)
- Loma yhdessä kohteessa (58 %), mutta myös mahdollisuus tehdä kiertoloma omalla autolla tai moottoripyörällä (39 %)

#### Majoitus

- Mökkimajoitus (68 %) tai maatilamajoitus (19 %)
- Mökkikoko: neljän hengen (49 %), kahden hengen mökki (25 %) ja vähintään kuuden hengen mökki (20 %)
- Majoituspaikan ominaisuudet: oma sauna (70 %), oma suihku (68 %), vedellä toimiva wc (55 %) matala ranta (36 %), lemmikkieläimet sallittu (25 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (24 %) ja lähistöllä hoidettuja latuja
- Vähimmäisetäisyys mökkinaapuriin: vähintään 100 m (31 %), vähintään 50 m (22 %) ja vähintään 250 m (20 %)
- Majoituksen hinta €/yö/henkilö:  
50 – 99 € (60 %)  
Alle 50 € (22 %)  
Väh. 100 € (12 %)

#### Palvelut

- Ruokapalveluita majoituspaikassa tarjolla (94 %) päivittäin (31 %)
- Mahdollisuus harrastaa: kävelyä/patikointia (82 %), uimista (78 %), soutamista (56 %), pyöräilyä (52 %), kalastusta (50 %), marjojen ja sienten keräämistä (43 %), eläinten tarkkailua (43 %), melontaa (38 %) murtomaahiihtoa (36 %), laskettelua (24 %), moottorikelkkailua (17 %) ja retkiluistelua (14 %)
- Hyvinvointipalvelut: terveyskylpylöissä käyminen (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.) (48 %), hierontapalvelut majoituspaikassa (39 %), perinteiset terveydenhoitopalvelut (esim. kasvo- ja jalkahoidot) (37 %), vaihtoehtoiset terveydenhoitopalvelut (esim. reiki ja shiatsu) (23 %) ja fysikaalinen tutkimus/kuntotesti (18 %)

### KOHDERYHMÄ:

- Matkustajaryhmät: perhematkailijoita (47 %), hyvinvointimatkailijoita (44 %) ja sosiaalisia maaseutumatkailijoita (18 %)
- Mieluisin matkailukohde: maaseutu (33 %), aurinkoranta (28 %), kaupunki (18 %) ja vuoristo (12 %)
- Kohderyhmä iältään: 20 – 59-vuotiaita, keski-ikä 38 vuotta
- Matkaseura: puoliso (33 %), tai perhe (36 %) sekä ystävä- ja/tai sukulaistorukka (24 %)
- Seuruekoko: kaksi (36 %) tai 3-4henkilöä (42 %) ja viiden (10 %) tai yli viiden hengen ryhmiä (11 %)



### MARKKINOINTI:

- Mitä matkailijat haluaisivat erityisesti lomaltaan, eli mitä mielikuvia markkinoinnissa kannattaa käyttää: luonnosta ja maisemista nauttiminen (66 %), hemmottelu ja mukavuus (30 %), yhteinen ajanvietto elämäkumppanin kanssa (36 %), yhteinen ajanvietto perheen kanssa (38 %), nähtävyydet ja kulttuurikohteet (36 %), mahdollisuus tehdä joustavia ja spontaaneja valintoja (24 %), nauttia auringosta ja olla rannalla sekä mahdollisuus urheilla (16 %)
- Markkinointi aloitettava: 1 – 3 kk ennen matkustusajankohtaa (53 %), 6 – 9 kk ennen (23 %) tai (19 %)
- Markkinoinnissa sosiaalisen median lähteistä käytetään: Facebookia (66 %), YouTubea (55 %), googlemapsia (45 %), Wikipediaa ja muita wikejä (37 %), Suomi24 (27 %) sekä blogeja (20 %)
- Markkinointikanava: internet (95 %), esitteitä (52 %), tuttuja (46 %), matkaoppaita (24 %), aikakauslehdet (24 %) sekä sanomalehdet (23 %)

### KAIKKI KULUT: €/henkilö/vuorokaus

50 – 99 €	(53 %)
Alle 50 €	(27 %)
Väh. 100 €	(20 %)



## Romanttinen loma maaseudulla

Matkaseura puoliso **JA** lomalta haluaa romantiikkaa **JA** kahden henkilön kokoinen matkaseurue

### KYSYNTÄ:

N = 379 (19 %)

### LOMAN TIEDOT:

#### Matkatiedot

- Matkustusajankohta kesän lisäksi myös syksyllä
- Markkinoidaan 3 – 5 yön lomia (53 %) ja 2 yön lomia (27 %) (yli 6 päivää 18 %)
- Mahdollisuus tehdä kiertoloma omalla autolla tai moottoripyörällä (46 %) ja loma, joissa pysytään yhdessä majoituskohteessa (52 %)

#### Majoitus

- Majoitus mökissä (65 %), maatilamajoituksessa (20 %) tai hotellissa (11 %)
- Mökkikoko: kahden (61 %) ja neljän hengen mökkejä (30 %)
- Majoituksen ominaisuudet: oma sauna (69 %), oma suihku (68 %), vedellä toimiva wc (60 %), matala ranta (27 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (23 %), lemmikkieläimet sallittu (22 %) ja ilmainen Internet-yhteys (17 %)
- Vähimmäisetäisyys naapurimökkiin: Vähintään 100 m (32 %) vähintään 250 m (27 %) ja vähintään 50 m (19 %)
- Majoituksen hinta: €/yö/henkilö  
50 – 99 € (57 %)  
Alle 50 € (27 %)  
Yli 100 € (11 %)

#### Palvelut

- Ruokapalveluita tarjolla (92 %) ja päivittäinen mahdollisuus hyödyntää ruokailupalveluita (28 %)
- Aktiiviteetit: kävelyä/patikointia (77 %), uimista (72 %), kalastusta (47 %), soutamista (52 %), eläinten tarkkailua (43 %), pyöräilyä (37 %), marjojen ja sienien keräystä (34 %), melontaa (31 %) ja murtomaahiihtoa (23 %)
- Hyvinvointipalvelut: Terveyskylpylöissä käyminen (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga hoidot jne.) (50 %), erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (44 %) hierontapalvelut majoituspaikassa (42 %) ja vaihtoehtoiset hoitopalvelut (esim. reiki ja shiatsu) (25 %)

### KOHDERYHMÄ:

- Puolison kanssa kahden matkustavat matkailijat
- Matkailijaryhmä: hyvinvointimatkailijoita (67 %), perhematkailijoita (20 %) ja sosiaalisia maaseutumatkailijoita (15 %)
- Matkustaisi mieluiten: maaseudulle (35 %), aurinkorannalle (29 %) ja kaupunkiin (19 %)
- Ikäluokat: 20 – 59-vuotiaat, keski-ikä 39 vuotta, eniten 20 – 29-vuotiaita (30 %)

### MARKKINOINTI:

- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: yhteinen ajanvietto puolison tai elämänkumppanin kanssa (77 %), luonnosta ja maisemista nauttiminen (59 %), hemmottelu ja mukavuus (38 %), nähtävyydet ja kulttuurikohteet (36 %) ja voin nauttia auringosta ja olla rannalla (26 %)
- Markkinointikanava: Internetin kautta (96 %) pääasiassa, mutta myös esitteitä (49 %), tuttavien kautta markkinointi (38 %), aikakauslehtiä (24 %), sanomalehtiä (20 %) ja matkaoppaita (20 %) käytetään markkinointiin



MATKAILUALAN  
opetus- ja tutkimuslaitos



ITÄ-SUOMEN  
YLIOPISTO

- Markkinointi osiaalisien median kautta: Facebook (64 %), YouTube (52 %), GoogleMaps (39 %), Wikipedia ja muut wikit (35 %) ja blogit (19 %)

**KAIKKI KULUT:** €/henkilö/vuorokausi

50 – 99 €	(53 %)
0 – 49 €	(25 %)
Väh. 100 €	(22 %)



## Kesäloma uimarannalla

Uiminen **JA** (Matala ranta **TAI** Aurinkorannalle) **JA** Aurinkoranta

Harrastaisi uimista lomansa aikana ja pitää tärkeänä tekijänä maaseutuloman majoitusta valitessa matalaa rantaa. Heidän mielestään mieluisin matkakohdetyyppi on aurinkoranta ja tärkeimpiä asioita valitessa matkakohdetta on, että voi nauttia auringosta ja olla rannalla.

### KYSYNTÄ:

N=358 (18 %)

### LOMAN TIEDOT:

#### Matkatiedot

- Matkustusajankohta kesällä
- Pituudeltaan lomat ovat 3 -5 yötä (54 %) tai 6 -14 yötä (26 %) pitkiä
- Maaseutuloma, jolla pysytään yhdessä majoituskohteessa (65 %) kolmannes kiinnostuneita kiertomatkasta omalla autolla tai moottoripyörällä

#### Majoitus

- Majoitus mökissä (76 %) tai hotellissa (13 %)
- Mökkikoko: neljän hengen mökki (46 %), kuuden hengen mökki (25 %) tai kahden hengen mökki (20 %)
- Majoitusta valitessa tärkeitä tekijöitä: oma sauna (83 %), oma suihku (71 %), vedellä toimiva wc (61 %), matala ranta (59 %), hyvät kalastusmahdollisuudet (29 %) ja lemmikkieläimet sallittu (27 %)
- Sopiva etäisyys naapuriin mökillä majoittuessa: vähintään 100m (33 %), vähintään 250m (21 %), vähintään 50m (19 %) (18 % ei välitä)
- Majoituksen hinta/yö/henkilö  
50 – 99 € (59 %)  
Alle 50 € (24 %)  
Väh. 100 € (12 %)

#### Palvelut

- Majoituskohteen ruokailupalveluita tarjolla (88 %) päivittäin (27 %)
- Uimismahdollisuuden lisäksi, kohteessa tarjolla mahdollisuus soutaa kävellä/patikoita (70 %), (60 %), kalastaa (53 %), pyöräillä (38 %), marjastaa tai sienestää (36 %), tarkkailla eläimiä (esim. karhujen katselua) (33 %) ja meloa (27 %)
- Kiinnostus ostaa seuraavia hyvinvointipalveluita: terveyskylpylöissä käyminen (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.) (52 %), erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (43 %), perinteiset terveydenhoitopalvelut (esim. kasvo- tai jalkahoidot) (42 %), hierontapalvelut majoituspaikassa (42 %) ja vaihtoehdot hoitopalvelut (esim. reiki tai shiatsu) (21 %)

### KOHDERYHMÄ:

- Perhematkailijoita (48 %), Hyvinvointimatkailijoita (42 %) ja Sosiaalisia maaseutumatkailijoita (17 %)
- Puolet ovat asuneet maaseudulla lapsuutensa ja/tai nuoruutensa
- Kotitalouden bruttotulot vuodessa:  
15 000 – 29 999€ (26 %)  
30 000 – 44 999€ (22 %)  
Alle 15 000 € (16 %)  
Vähintään 45 000€(37%)
- Korkein suoritettu tutkinto: ammatillinen koulutus (38 %), ylioppilastutkinto (20 %), ylempi ammatillinen tutkinto (AMK) (18 %)



- Kohderyhmien ikäjakauma: Keski-ikä 38 vuotta
  - 20 – 29-vuotiaita (24 %)
  - 40 – 49-vuotiaita (24 %)
  - 30 -39-vuotiaita (21 %)
  - 50 – 59-vuotiaita (18 %)
- Matkustusseura: perhe (42 %), puoliso (31 %) tai kaveri/sukulaisporukka (21 %)
- Seurueen koko: Kaksi (30 %), 3-4 henkilöä (42 %) tai 5-6 henkilöä (22 %)

#### MARKKINOINTI:

- Aloitetaan 1 – 3 kk (56 %) ennen matkustusajankohtaa ja vuosi ennen (21 %)
- Internetin käyttö tuttua (97 % käyttää internettiä):
- Tietolähteet: internet (97 %), esitteet (51 %), tutut (37 %), sanomalehdet (19 %), aikakauslehdet (19 %), matkaoppaat (19 %), matkatoimistot (17 %)
- Sosiaalinen media: Facebook (65 %), YouTube (48 %), GoogleMaps (42 %), Wikipedia ja muut wikit (33 %), Suomi24 (30 %) ja blogit (16 %)
- Mieluisin lomakohte mihin matkustaisi: Aurinkoranta (76 %), Maaseutu (18 %)
- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohteita eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: hemmottelu ja mukavuus (31 %), luonnosta ja maisemista nauttiminen (42 %) yhteinen ajanvietto perheen (41%) ja elämäkumppanin (31 %) kanssa sekä nähtävyydet ja kulttuurikohteet (22 %)

#### KAIKKI KULUT: €/vrk/hlö

50 – 59 €	(53 %)
Alle 50 €	(31 %)
Väh. 100€	(16 %)



## Lasketteluloma

Laskettelu = 'x'

Laskettelisin lomallaan.

### KYSYNTÄ:

N=293 (15 %)

### LOMAN TIEDOT:

#### Matkatiedot

- Kiertomatkamahdollisuutta omalla autolla tai moottoripyörällä (44 %) sekä lomaa yhdessä kohteessa (53 %)
- Matkustusajankohta talvella ja kevättalvella
- Markkinoidaan kahden yön (21 %) tai 3 - 5 yön matkoja (60 %). Hieman myös viikon tai kahden lomia (18 %)

#### Majoitus

- Majoitusmuodoista mökin lisäksi kiinnostusta maaseutumajoitukseen (12 %) sekä hotellimajoitukseen löytyy (8 %)
- Mökkikoko neljän hengen mökki (47 %), kuuden hengen mökki tai suurempi (27 %) ja muutamia kahden hengen mökkejä (18 %)
- Oma suihku (69 %), vedellä toimiva wc (59 %), oma sauna (75 %), mahdollisuus tuoda lemmikkieläimiä (25 %), lähellä hoidettuja latuja (21 %) sekä ilmainen internet-yhteys majoituspaikassa (15 %) tarjolla majoituskohteessa
- Etäisyydellä mökkinäapuriiin ei ole paljoa väliä (30 %), mutta suositeltava etäisyys on vähintään 100 m (51 %)
- Majoituksen hinta/vrk/henkilö  
50 – 99 € (54 %)  
Alle 50 € (28 %)

#### Palvelut

- Mahdollisia ruokailupalveluita majoituskohteessa tarjolla (92 %)
- Mahdollisuus lasketteluun lisäksi hiihtää (48), retkiluistella (18 %), moottorikelkkailla (42 %) sekä kävellä ja patikoida (70 %)
- Mahdollisuus terveyskylpylöissä käymiseen (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.) (56 %), perinteisiin terveydenhoitopalveluihin osallistumiseen (esim. kasvo- ja jalkahoidot jne.) (45 %), vaihtoehtoisin hoitopalveluihin osallistuminen (22 %), hierontapalveluihin majoituspaikassa (45 %) sekä erityisesti erilaisiin liikunnallisiin aktiviteetteihin osallistuminen (65 %)

### KOHDERYHMÄ:

- perhematkailijoita (50 %) sekä hyvinvointimatkailijoita (36 %) ja sosiaalisia maaseutumatkailijoita (22 %)
- Alle 30-vuotiaat (44 %) sekä 30 – 49-vuotiaat (47 %), keski-ikä 33 vuotta
- Matkaseura: perheen (37 %) puolison (30 %) ja ystävien ja sukulaisten (20 %) kanssa
- Seuruekoko 3-4 henkilöä (47 %) 2 henkilöä (31 %), tai 5-6 henkilöä (18 %)
- Kotitalouden bruttotulot alle 30 000 €/vuodessa (43 %)

### MARKKINOINTI:

- Markkinointi aloitettava mieluiten noin 1-3 kk ennen matkustusajankohtaa (49 %), ja vuosi – puoli vuotta etukäteen (46 %)



- Markkinointikanavat: internet (97 %), sanomalehdet (20 %), aikakauslehdet (24 %), televisio (11 %), esitteet (46 %), matkaoppaat (23 %), tuttavat (46 %), messut (16 %) ja matkatoimistot (14 %)
- Sosiaalinen media: Facebookin (74 %), YouTuben (60 %), Google Mapsin (49 %), Suomi 24n (24 %), Wikipedian ja muiden wikien (40 %) sekä blogien (20 %) avulla
- 31 % kirjoittaa joskus arvosteluja käyttämistään tuotteista ja palveluista internetiin
- Mieluisin lomakohte aurinkoranta 39 %, maaseutu 24 %, vuoristo 15 % ja kaupunki 14 %
- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: luonnosta ja maisemista nauttiminen (55 %), yhteinen ajanvietto elämäkumppanin (32 %) ja perheen kanssa (39 %), hemmottelu ja mukavuus (36 %), nähtävyydet ja kulttuurikohteet (34 %), mahdollisuus nauttia auringosta (33 %), mahdollisuus joustavien ja spontaanien valintojen tekemiseen (24 %), mahdollisuus urheilla (13 %) sekä osallistua yöelämään (14 %)

#### **KAIKKI KULUT:**

- Kulut kaikista palveluista/henkilö/vuorokausi
  - 50 – 99 € (55 %)
  - Alle 50 € (28 %)
  - Väh. 100 € (17 %)



### Kalastusloma luonnon rauhassa

Luonnosta ja maisemista nauttiminen JA kalastus JA hyvät kalastusmahdollisuudet ovat tärkeitä tekijöitä

Maaseutumatkailijoille, jotka ovat kiinnostuneita kalastuksesta ja majoituskohdetta valitessaan hyvät kalastusmahdollisuudet on yksi tärkeimmistä tekijöistä. Lisäksi lomamatkaa valitessa luonnosta ja maisemista nauttiminen on tärkeä tekijä.

#### KYSYNTÄ:

N = 274 (14 %)

#### LOMAN TIEDOT:

##### Matkatiedot

- Kohderyhmään kuuluvista 12 % voisi matkustaa samaan paikkaan kuin aikaisemmin
- 40 % tekisi mieluiten kiertoloma omalla autolla tai moottoripyörällä ja 58 % olisi yhdessä paikassa
- Sopiva kesto lomalle: 3-5 yötä (50 %), yli 6 yötä (31 %) 2 yötä (19 %)

##### Majoitus

- Majoitusmuoto: mökki (79 %) ja maaseutumajoitus (13 %)
- Mökkikoko: neljän hengen mökki (47 %), kahden hengen mökki (24 %) ja kuuden hengen mökki (21 %)
- Majoituskohteen ominaisuuksista tärkeitä: oma sauna (83 %), oma suihku (60 %), vedellä toimiva vessa (50 %), matala ranta (45 %) ja mahdollisuus tuoda lemmikkieläin (28 %)
- Majoituksen hinta/henkilö/yö  
50 – 99€(58 %)  
Alle 50 €(22 %)  
Yli 100 €(11%)

##### Palvelut

- Kalastuksen ja hyvien kalastuspaikkojen lisäksi kohteessa tulisi olla: ruokapalveluita tarjolla (ruokapalveluita käyttäisi 88 % ja niistä 30 % päivittäin), mahdollisuus uimiseen (76 %), soutamiseen (68 %), marjojen ja sienten keräämiseen (50 %), kävelyyn ja patikoimiseen (73 %), eläinten tarkkailuun (50 %) ja pyöräilyyn (38 %), ehkä myös melomiseen (27 %)
- Talvilajeista hiihtomahdollisuus (27 %) ja moottorikelkkailu (16 %)
- Hyvinvointipalvelut: erilaiset liikunnalliset aktiviteetit (48 %), terveyskylpylöissä käyminen (rentoutuminen, erikoissaunat, jooga, hoidot jne.) (43 %), hierontapalvelut majoituspaikassa (37 %) ja perinteiset terveydenhoitopalvelut (esim. kasvo- tai jalkahoito) (25 %)

#### KOHDERYHMÄ:

- Hyvinvointimatkailijoita (48 %) ja perhematkailijoita (42 %) myös sosiaalisia maaseutumatkailijoita 15 % sekä kotiseutumatkailijoita 11 %.
- Juuret maalla, asunut lapsuutensa ja /tai nuoruutensa maaseudulla (56 %)
- Kotitalouden bruttotulot vuodessa:  
15 000 – 29 999€(26 %)  
30 000 – 44 999€(25 %)  
45 000 – 59 999 €(20 %)  
Vähintään 60 000€(17 %)
- Koulutus: ammatillisen koulutuksen saaneita (44 %), ylemmän ammatillisen tutkinnon saaneita (22 %).
- Ikäjakauma: Keski-ikä 43 vuotta  
40 – 49-vuotiaat (29 %)  
30 – 39-vuotiaat (23 %)



50 – 59-vuotiaat (22 %)

- Matkaseura: puoliso (38 %) tai perhe (38 %)
- Matkaseurueen koko: kaksi (37 %) tai 3 – 4 henkilöä (41 %)

#### MARKKINOINTI:

- Markkinoinnin aloitetaan kuukausi – kolme kuukautta (60 %) tai vuosi – puolivuotta (35 %) ennen matkustusajankohtaa
- Matkustusajankohta: kesä (85%) tai syysy (11 %) myös kesäisin ja keväisin hieman
- Markkinointi internetin välityksellä (93 %), esitteet (53 %), tutut (40 %), aikakauslehdet (24 %), matkaoppaat (22 %) ja sanomalehdet (20 %)
- Sosiaalisen median kanavista: Facebook (53 %), YouTube (46 %), Google Maps (43 %), mutta myös Suomi 24 (31 %), Wikipedia ja muut wikit (28 %).
- Arvosteluja internetiin kirjoittaa 25 %.
- Mieluisin lomakohte mihin matkustaisi: maaseudulle (59 %) ja aurinkorannalle (19 %)
- Mitkä tekijät ovat tärkeitä valitessa kohdetta eli suositellut mielikuvat markkinoinnissa: mahdollisuus viettää yhteistä aikaa perheen (39 %) tai elämäkumppanin (39 %) kanssa, tutustua nähtävyyksiin ja kulttuurikohteisiin (32 %), rannalla olemisesta ja auringosta nautimisesta (26 %) hemmottelusta ja mukavuudesta (22 %)

#### KAIKKI KULUT: €/vrk/hlö

50 – 99 €	(50 %)
Alle 50 €	(28 %)
Yli 100 €	(22 %)



#### 4. Yhteenvedo tuloksista

<p><b>Loma nuorille aikuisille luonnon helmassa (N=339) 17 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Arvostavat lomallaan mahdollisuutta harrastaa luonnossa ja majoitua rauhassa mökillä luonnon keskellä</li><li>- Luonnosta ja maisemista nauttiminen erityisen tärkeää valitessa kohdetta</li><li>- Harrastaisivat marjastusta ja sienestystä (60 %) sekä kalastusta (78 %), uimista (81 %), kävelyä ja patikointia (84 %) sekä soutamista (68 %) ja eläinten tarkkailua (56 %) erityisen mielellään</li><li>- Majoituksen ominaisuuksista vedellä toimiva wc ei kovinkaan pakollinen (46 %), mutta lemmikkieläimet tuomiseen mielellään mahdollisuus (30 %)</li><li>- Erityisen moni tekisi kiertomatkan omalla autolla tai moottoripyörällä (47 %)</li><li>- Alle 40 – vuotiaille, keski-ikä 29 vuotta</li><li>- Matkaseurana: elämäkumppani, perhe, (suurimmaksi osaksi alle 12-vuotiaita lapsia) sekä ystäväporukat</li><li>- Bruttotulot pienet (52 % alle 30 000 €/vuosi)</li><li>- Käyttävät ahkerasti internetiä tiedonetsintään ja sosiaalista mediaa. Etenkin ahkeria blogien käyttäjiä ja saavat tietoa tuttaviltaan</li><li>- käyttäisivät vähän rahaa matkansa aikana (Alle 50 €/vrk/hlö kaikkiin kustannuksiin 38 %)</li></ul>
<p><b>Luonnossa rentoutumista aikuisille (N=388) 20 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Arvostavat luonnon rauhaa ja harrastamista itsenäisesti luonnon helmassa. He haluavat myös lomaila kauan</li><li>- Erityisen mielellään harrastaisivat loman aikana murtomaahiihtoa (34 %), kastusta ja marjojen ja sineten keräämistä sekä soutamista (66 %)</li><li>- Loman kesto voi olla jopa viikosta kahteen viikkoon (28 %), ei juurikaan viikonloppulomia</li><li>- Lomamatkat, joilla pysytään yhdessä majoituskohteessa</li><li>- Majoittuminen myös maatilamatkailumajoituksessa (17 %)</li><li>- Mökkinaapuri hieman kauempana, rauhaa arvostetaan</li><li>- Hyvät kalastusmahdollisuudet (43 %) ovat tärkeä tekijä sekä hoidetut ladut (22 %) majoituksen lähellä</li><li>- Ruokapalveluita päivittäin käyttäviä paljon (35 %)</li><li>- Hyvinvointimatkailijoita ja perhematkailijoita</li><li>- Iältään kaikki vähintään 40-vuotiaita, keski-ikä 51 vuotta ja matkaseurana puoliso tai perhe</li><li>- Mielenkiintoa kulttuuria ja nähtävyyksiä kohtaan, joten tätä käytettävä markkinoinnissa</li><li>- Markkinoinnissa internet ei ole ainoa kanava, sillä eivät kovin tottuneita internetin käyttäjiä. Muina kanavina esitteet (52 %), tuttavat sekä lehdet</li><li>- Kokonaiskustannukset 50 – 99 €/hlö/vrk</li></ul>
<p><b>Perheloma 1. (perheille, joissa alle 12-vuotiaita lapsia) (N=283) 14 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kesäaikaan painottunutta matkailua, jossa otetaan erityisesti huomioon pienten lasten tarpeet ja perheen yhdessäolo ja yhdessä tekemisen mahdollisuudet</li><li>- Neljän ja kuuden hengen mökkejä</li><li>- Matala ranta (77 %) ja vedellä toimiva wc (60 %)</li><li>- Aktiviteetit: uiminen (84 %), soutaminen (60 %)</li><li>- Kiinnostusta myös hyvinvointipalveluihin</li><li>- Matkaseurana perheet, joissa lapset alle 12-vuotiaita ja keski-ikä 36 vuotta. Seuruekoko 3-5 henkilöä (90 %)</li><li>- Korkeammin koulutettuja (AMK 24 % ja yliopisto 17 %)</li><li>- Markkinointiajankohta aika myöhään (1-3 kk 58 %)</li><li>- Markkinointi internetin, tuttavien ja esitteiden kautta. Sosiaalista mediaakin hyödyntäen</li><li>- Perheen kanssa yhdessä olo erittäin tärkeää ja tätä kannattaa markkinoinnissakin painottaa</li><li>- Melko paljon niitä, joiden mielestä alle 50 €/hlö/vrk on sopiva hinta kaikille kustannuksille maaseutulomalla</li></ul>
<p><b>Perheloma 2. (perheille, joissa on monen ikäisiä lapsia) (N=243) 12 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kesäaikaan painottunutta matkailua, jossa otetaan erityisesti huomioon tekemisen mahdollisuus monen ikäisten lasten kanssa ja mahdollisuus yhdessäoloon perheen kanssa. Matkaseurana perhe, jossa on monen ikäisiä lapsia</li><li>- Ei vain kahden yön lomaa ja mielellään viiptyn yhdessä majoituskohteessa</li><li>- Maatilamatkailumajoitusta (18 %) mökkimajoituksen rinnalla neljän (57 %) ja kuuden hengen (30 %) mökeissä</li><li>- Etäisyys naapurimökkiin vähintään 250 m (28 %)</li><li>- Uiminen, kävely ja patikointi, pyöräily, kalastus sekä laskettelu ovat suosittuja aktiviteetteja</li><li>- Kiinnostuneita hyvinvointipalveluista ja matkailijaryhmään kuuluu perhematkailijoiden lisäksi myös hyvinvointimatkailijoita (21 %)</li><li>- Keski-ikä 44 vuotta, 2-5 henkilön seurueissa (82 %)</li><li>- Tuttuun kohteeseen matkustaisi 14 % ja markkinointia kannattaa suunnata internetin lisäksi myös muita kanavia hyödyntäen: esitteet, tutut sekä lehdet. Sosiaalista mediaa käyttää harvemmat</li><li>- Perheen kanssa yhdessä olemisen lisäksi tärkeitä on myös luonto ja maisemat sekä nähtävyydet ja kulttuurikohteet, joita kannattaa hyödyntää markkinoinnissa</li></ul>



<p>- Ovat varautuneet, että kulut/henkilö/vrk ovat yli 50 €</p> <p><b>Loma maatilamatkailumajoituksessa (N=315) 16 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Matkustusajankohtana kesän lisäksi myös etenkin syksy</li><li>- Paljon myös viikonloppun mittaisia lomia (2 yötä 35 %) ja kiertomatkan tekijöitä omalla autolla/moottoripyörällä (41 %)</li><li>- Majoitus maatilamajoituksessa kuten aitta, maatalon huone tms. ominaisuuksista oma suihku on monelle tärkeä (59 %)</li><li>- Ruokapalveluita oltava tarjolla majoituspaikassa (99 %) ja päivittäin niitä käyttää moni 45 %</li><li>- Oma sauna ei ole tärkeä (47 %), eläinten tarkkailua ja pyöräilyä harrastaisi useat</li><li>- Myös kaikille hyvinvointipalveluille on paljon kysyntää</li><li>- Matkailijat ovat sosiaalisia (22 %), perhe- (42 %) sekä hyvinvointimatkailijoita (42 %)</li><li>- Heistä monilla ei ole minkäänlaisia juuria maaseudulla (18 %)</li><li>- Koulutukseltaan moninaisia ja pääosin ikäluokkaan 20 -39-vuotiaat (45 %) kuuluvia</li><li>- Matkaseuranaan puoliso (37 %) tai perhe (36 %) ja seuruekoko sen mukainen</li><li>- Markkinointi jopa vuosi ennen matkustusajankohtaa (26 %). Markkinointia etenkin lehtien kautta sekä myös internetin, tuttavien ja esitteiden. Sosiaalinen media ja blogit varsinkin (21 %) kannattaa huomioida</li><li>- Markkinoinnissa mieltymykset nähtävyyksien ja kulttuurikohteiden, hemmotteluun ja mukavuuteen ja mahdollisuuteen tehdä joustavia ja spontaaneja valintoja kannattaa hyödyntää</li></ul>
<p><b>Hemmotteluloma maaseudulla (N=401) 20 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Haluavat rentoutua ja kokea hemmottelua sekä ovat kiinnostuneita hyvinvointipalveluista</li><li>- Myös kahden yön lomia (27 %) pääasiassa yhdessä majoituskohteessa lomailen (61 %)</li><li>- Neljän (43 %) tai kahden hengen mökissä (32 %)</li><li>- Oma suihku ja vedellä toimiva wc ovat tärkeitä sekä ilmainen internet-yhteys (17 %), mutta oma sauna ei välttämätön (68 %)</li><li>- Majoitus mökin (57 %) lisäksi maatilamatkailumajoituksessa (21 %) tai hotellissa (18 %)</li><li>- Ruokapalveluita käyttäisi 97 % ja päivittäin jopa 38 %</li><li>- Murtomaahiihtoa (25 %), laskettelua (18 %) ja moottorikelkkailua (20 %) suositaan etenkin tässä ryhmässä</li><li>- Hyvinvointipalveluille on erittäin paljon kysyntää</li><li>- Hyvinvointimatkailijoita (54 %), perhematkailijoita (37 %) sekä sosiaalisia matkailijoita (18 %)</li><li>- Keski-ikä 39 vuotta, ammatillinen tai ylempi ammatillinen tutkinto ja matkaseurana puoliso (39 %), perhe (31 %) tai ystävät/sukulaiset (+puoliso) (24 %)</li><li>- Haluaisivat mielellään matkustaa aurinkorannalle, maaseudulle tai jotkut myös kaupunkiin ja mielikuvamarkkinoinnissa etenkin hemmottelua ja mukavuutta tulee korostaa</li><li>- Markkinointi internetin välityksellä sekä esitteissä ja tuttuja kautta.</li></ul>
<p><b>Aktiivinen urheiluloma (N=659) 34 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Haluavat urheilla ja harrastaa lomansa aikana ja valitsevat kohteen sen mukaan, missä sille suodaan hyvät mahdollisuudet</li><li>- Matkustusaika mihin aikaan tahansa vuodesta (kesä silti suosituin)</li><li>- Selkeästi 3-5 yötä kestävät lomat suosituimpia</li><li>- Mökki tai maatilamatkailumajoitusta (19 %)</li><li>- Oma sauna ja lähistöllä hoidetut ladut ovat tärkeitä majoituspaikan ominaisuuksia</li><li>- Kävely/patikoiminen, uiminen, soutaminen, pyöräily, kalastus, marjojen ja sienten keräily, melonta, hiihto, laskettelu, moottorikelkkailu ja retkiluistelu kiinnostavat</li><li>- Hyvinvointipalveluista erilaisten liikunnallisten palveluiden lisäksi myös muut palvelut ovat suhteellisen suosittuja, jopa fyysikaalinen tutkimus/kuntotesti (18 %)</li><li>- Perhe- ja hyvinvointimatkailijoita sekä sosiaalisia maaseutumatkailijoita (18 %)</li><li>- Mieluisia matkakohteita ovat maaseutu, aurinkoranta, kaupunki ja vuoristo (12 %)</li><li>- Keski-ikä 38 vuotta ja matkaseura perhe, puoliso tai ystävät/sukulaiset, paljon myös viiden ja yli viiden hengen ryhmiä</li><li>- Pitävät mahdollisuudesta joustaviin ja spontaaneihin valintoihin ja urheiluun ja näitä kannattaakin nostaa esiin markkinoinnissa</li><li>- Markkinoinnissa myös matkaoppaita kannattaa hyödyntää sosiaalisen median, internetin ja muiden tavallisempien kanavien lisäksi</li></ul>
<p><b>Romanttinen loma maaseudulla (N=379) 19 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Matkustavat puolison tai elämänkumppanin kanssa ja haluavat kokea romantiikkaa</li><li>- Syksy ja muut vuodenajat kesän lisäksi ja kestoltaan jopa 2 yön viikonloppulomat ovat sopivia (27 %)</li><li>- Mahdollisuus kiertomatkan tekemiseen (46 %) ja majoitus maatilamatkailumajoituksessa (20 %) tai hotellissa (11 %) mökin lisäksi. Möheistä luonnollisestikin etenkin kahden hengen mökkejä kannattaa markkinoida</li><li>- Oma sauna on melko tärkeä ominaisuus samoin oma suihku. Lisäksi ilmaista internet-yhteyttä arvostetaan</li><li>- Soutaminen ja kalastus ovat melko suosittuja aktiviteetteja ja lisäksi hyvinvointipalveluille on kysyntää</li><li>- Suurin osa on hyvinvointimatkailijoita, tosin osa lukee itsensä myös perhematkailijaksi. Mieluisina matkakohteina pidetään maaseutua, mutta myös aurinkorantaa ja kaupunkia</li><li>- Keski-ikä 39 vuotta ja eniten ikäluokkaan 20 – 29-vuotiaat kuuluvia (30 %)</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>- Halutaan olla yhdessä puolison kanssa, kokea hemmottelua ja mukavuutta ja nauttia maisemista ja luonnosta, näitä korostetaan markkinoinnissa</li><li>- Markkinoinnissa myös matkaoppaat muiden kanavien lisäksi ovat hyviä</li></ul>
<p><b>Kesäloma uimarannalla (N=358) 18 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kesäinen loma jossakin uimarannan läheisyydessä, jossa on mielellään matala hyvä ranta niin, että myös perheen pienimmät pääsevät helposti uimaan</li><li>- Jopa pitkiä lomia (yli 6 päivää) kannattaa markkinoida (26 %)</li><li>- Majoitus mökissä (76 %) tai hotellissa (13 %)</li><li>- Mökkikoko neljän (46 %) tai jopa kuuden hengen mökki (25 %)</li><li>- Oma sauna erityisen tärkeä (83 %), samoin oma suihku (71 %) ja vedellä toimiva wc (61 %) sekä matala ranta (59 %)</li><li>- Vesistöihin liittyvät aktiviteetit ovat suosittuja: soutaminen, uiminen, kalastus ja melominen</li><li>- Kiinnostusta löytyy paljon myös hyvinvointipalveluihin</li><li>- Perhe- ja hyvinvointimatkailijoita</li><li>- Suurin osa ammatillisen tai ylioppilastutkinnon suorittaneita ja keski-ikänsä 38-vuotiaita</li><li>- Matkaseurana perhe tai puoliso, sekä kaveri/sukulaisporukka (21 %)</li><li>- Markkinoinnissa myös matkatoimistoja voi käyttää muiden kanavien lisäksi</li><li>- Lähes kaikki haluaisivat matkustaa mieluiten aurinkorannalle</li></ul>
<p><b>Lasketteluloma (N=293) 15 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Laskettelu on lomalla pääpainona</li><li>- Monet tekisivät kiertomatkan omalla autolla tai moottoripyörällä (44 %) ja ajankohtana talvi ja kevättalvi</li><li>- Pääosin viikonlopun (21 %) tai pidennetyn viikonlopun pituisia lomia (60 %)</li><li>- Mökin lisäksi ihan vähän hotelli (8 %) ja maatilamatkailumajoitusta (12 %)</li><li>- Lomia neljän tai kuuden hengen mökeissä, joissa omaa suihkua, saunaa ja vesi wc:tä arvostetaan samoin kuin latuja majoituksen lähistöllä</li><li>- Monelle ei ole väliä kuinka lähellä naapurimökki sijaitsee</li><li>- Aktiviteeteista suosittuja lasketteluun lisäksi hiihtäminen (48 %), moottorikelkkailu (42 %), retkiluistelu (18 %) sekä patikointi ja kävely</li><li>- Hyvinvointipalveluista etenkin liikunnallisiin aktiviteetteihin on kiinnostusta</li><li>- Matkailijat ovat perhe- ja hyvinvointimatkailijoita, mutta myös sosiaalisia matkailijoita on (22 %)</li><li>- Keski-ikä 33 vuotta ja eniten on 3-4 hengen seurueita, mutta myös sitä suurempia</li><li>- Matkaseurana on myös ystävä/sukulaisporukoita (+puoliso) (20 %)</li><li>- Bruttotulot suurella osalla pienet ja markkinointi kannattaa aloitta ajoissa, jopa vuosi tai puoli vuotta aikaisemmin (46 %)</li><li>- Etenkin sosiaalinen media on hyvä kanava markkinoida tälle kohderyhmälle</li><li>- Ristiriitaisesti mieluisimpana kohteena pidetään aurinkorantaa, mutta myös vuoristoa (14 %)</li><li>- Joustavien ja spontaanien valintojen tekemismahdollisuus ja mahdollisuus urheilla nousevat myös esille, joten niitä voidaan huomioida mielikuvamarkkinoinnissa</li></ul>
<p><b>Kalastusloma (N=274) 14 %</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Matkailijat haluavat kalastaa kaikessa rauhassa eivätkä ole erityisen kiinnostuneita kovinkaan monista muista aktiviteeteista. Oman perheen tai puolison kanssa vietettävää aikaa pidetään myös arvossa</li><li>- Osa voisi jopa matkustaa ennalta tuntemaansa paikkaan ja majoitusmuotona mökki on melko ehdoton</li><li>- Pitkät matkat sopivat tälle ryhmälle (6-14 yötä 31 %)</li><li>- Erityisen tärkeää majoituskohteessa on oma sauna (83 %) ja mahdollisuus tuoda lemmikkieläin</li><li>- Hyvien kalastusmahdollisuuksien lisäksi päivittäin ruokailupalveluita käyttäisi jopa 30 % ja eläinten tarkkailusta on kiinnostunut 50 %. Talvilajeista hiihtäminen on suosittu (27 %)</li><li>- Hyvinvointipalveluille eivät ole yhtä suosittuja kuin muissa ryhmissä</li><li>- Hyvinvointi- ja perhematkailijoita, mutta myös kotiseutumatkailijoita (11 %)</li><li>- Keski-ikä 43 vuotta ja matkaseurana puoliso tai perhe, miesten määrä suuri</li><li>- Markkinoinnissa: sosiaalisen median käyttö hieman vähäisempää, perinteiset markkinointikanavat tavoittavat kaikei parhaiten</li><li>- Maaseutu on selkeästi mieluisin matkustuskohde</li><li>- Monet olisivat valmiita maksamaan myös yli 100 €kaikista vuorokauden kustannuksista /henkilö (22 %)</li></ul>

**Taulukko 1.** Tiivistelmä kustakin maaseutumatkailupaketista