

# Matkailun näkymät DACH- ja Benelux-maissa 7.10.

## Kysymykset ja vastaukset

**Q: Jyrki, mainitsit esityksessä että ryhmämatkustus tulee laskemaan. Mitä mielestäsi meidän Suomessa tulisi tehdä, jotta tavoitamme jatkossa indikset paremmin? Mistä kanavista indikset Saksassa varaavat? Tuleeko perinteiset ryhmämatkanjärjestävät vaihtamaan kohderyhmäänsä indiksiin vai nouseeko meille ihan uusia relevantimpia kanavia? Kuinka Visit Finland tulee tavoittamaan saksalaisen indis-matkaajan?**

**A:** Hyviä kysymyksiä: olemme jo vuodesta 2016 siirtäneet painopistettä FITmatkailuun. Näin meillä on olemassa kattava jakeluverkosto, noin 500 matkanjärjestäjää, jotka myyvät Suomea. Perinteiset Nordkapin bussiryhmät ovat olleet hiipuva segmentti jo pidempään ja pandemia varmasti vaikuttaa näihin 60+kohderyhmiin pitkään. Tavoitteena on nousta päämatkakohteena ympärivuotiseksi kohteeksi, jossa kuluttajat löytävät luontoa ja paikan rentoutua arjesta.

**Q: Pääseekö Sveitsissä koronatestiin ennen matkaa julkiseen terveydenhuoltoon vai vain yksityiselle?**

**A:** COVID-19 testit tehdään yleensä omalla lääkärillä tai läänen testi-keskuksessa. Tulokset tulevat yleensä 24 tunnin sisällä. Myös lentoasemalla on yksityinen testi-keskus. Jos testin tehdään matkaa varten (ilman oireita), niin sen joutuu maksamaan itse (160 Euro).

**Q: JYRKI Oletteko jo miettineet strategiaa esim ITB Berliinin suhteen? (Vrt Nordic Marketing eilen)**

**A:** Nyt on selvinnyt, ettei Pohjoismaista osastoa voi toteuttaa. Harkitsemme pienempää Visit Finland brändiständiä ja ITBn jälkeistä virtuaali messua. Kiinnostaisiko tämä?

**Q: Jatkokysymyksenä aikaisempaan Jyrkille, miten tavoittaa saksalainen indismatkaailija, miten voisimme yhdessä parhaiten hyödyntää Ryanairin ympärivuotiset yhteydet Berliinin, Memmingenin ja Wienin ja Lappeenrannan välillä (2 x viikossa), ja saada saksalaiset nopean ja edullisen yhteyden myötä Suomeen. Ryanairilla on omat kanavat mutta näkyvyyttä olisi hyvä edistää muutenkin alueilla.**

**A:** OTA-kampanjat voisivat toimia hyvinä tunnettuuden lisääjinä ja majoitusvarauksina lentojen yhteyteen.

**Q: Jyrki: mistä digikanavista saksalaiset indikset ovat nyt tottuneet tekemään varauksensa? Mitkä voisi olla meille suomessa vartenotettavia online kanavia?**

**A:** Saksassa on koko ajan suosituimpia OTA-kanavia. Visit Finland on tehnyt tai suunnittelee kampanjoita mm TripAdvisorin, Skyscannerin, Holiday Checkin, Urlaubsgurun ja Odigeon kanssa. Tavoitteena on lisätä inspiroivaa sisältöä puhtaasti tuotetiedon kylkeen.

**Q: Ulf: How does the point "they want to travel as far as possible in the way they used to" match with the reduced willingness to fly?**

**A:** On the whole, they seem to be torn between the two. Depending on the development of the Covid situation, they will be more reluctant to fly (if it gets worse) or more inclined to travel as normal as possible (if it improves).

On the other hand, the possibilities to travel abroad without quarantine are very limited right now. The capacities of flights anywhere are very low. In this situation, the demand for the "open" destinations should be high enough with those who do not mind to fly, but just want to travel

**Q: Traditional travel catalogues have been preferred in the German market. Is there any trend that the digital sources are getting more attention or is the paper media still to be used to reach the individual travelers?**

**A: Jyrki:** Definitely: many tour operators only publish a kind of inspiration material with top sellers and direct to online. "digibroshures" are easier to promote in online channels.

Ulf: I can confirm from our data, that most Germans use both, digital and paper sources. Digital is definitely on the rise, but paper will stay strong as well.

**Q: Kiitos hyvistä esityksistä! Kyselen tässä millaisia terveisiä Jyrki ja Heli haluaa lähettää Metsähallitukselle, että olemme valmiina kaikille kv-luontomatkailijoille ja DACH-telttailijoille?**

**A:** Kannattaa varautua parempaan ohjeistukseen ja nuo Marloesin mainitsemat opastukset vain suomeksi ei juuri auta. Outdoor Active on toiminut hyvin ja osoittaa, että tieto kulkee myös digitaalisesti ja näin ei ratkaisun tarvitse olla lisää kylttejä.

**Q: Outdooractivessa voi panostaa myös matkakohteen esittelyyn nostamalla esille nuo asiat, joita kävijät haluavat tietää COVID-tilanteesta**

**A:** Monilla alueilla onkin jo sopimus OAn kanssa: sehän on myös jakelukanava.

**Q: Monesti tullut esiin, että kesä 21 tulee olemaan tärkeä. Olisiko meidän hyvä panostaa kevään 21 toimenpiteisiin eli esim. workshopit ym.**

**A:** Sara esittelee juuri virtuaalitapahtumia: niissä on 4/5 osaa kesään 2021 suuntautuvaa sisältöä. Tällä hetkellä arvioimme, että ensi kesänä 70 % vuoden 2019 volyymi tasosta voisi olla mahdollinen. Riippuen saavutettavuuden kehityksestä ja matkutusrajoituksista.

**Q: Ulf: Second question - is there a tendency to revenge travel - meaning people are willing to travel more when a vaccine is available?**

**A:** That's a bit of guesswork from my side. My estimate is, that the Germans will not travel more in total compared to pre-Covid. They have been travelling quite a lot even in 2020, but often domestically. I can imagine that there will be some compensation-travel for what has not been possible in Covid-times - so maybe we will see a spike in European travel in 2021 and then in long-haul travel in 2022, depending on what is possible.

**Q: Jyrki: onko oletettavissa, että sopimushinnat 2022-23 tarvitaan entistäkin aiemmin? Jotta matkanjärjestäjät osaavat suunnitella tulevaisuutta**

**A:** Uskon, että kelluvat hinnat tulevat yleistymään myös jakelukanaviin ja toisaalta varmasti odotetaan myös sopimushintoja jopa 20 kk ennakkoon, eli joustavuus on iso haaste.

**Q: SARA; saatteko videoissa myös äänen online speed dating:issä jatkossa mukaan?**

**A:** Äänen pitäisi toimia jo, säätövirhe;-)

**Q: Kuinka tuttuja saksalaisille jakelukanaville on API-pohjaiset inventaarinhallintajärjestelmät joita suomalaiset palveluntarjoajat käyttävät? Esim. Bokun, Johku ym ym. ovatko jakelukanavat valmiita siihen, että saisivat tuoteinventaarin kanaviinsa näiden kautta eikä manuaalisesti?**

**A: Jyrki:** Olen DataHubin kehitysryhmässä mukana ja pilotit ovat nyt alkamassa. Nyt ollaan valitsemassa ensimmäisiä partnereita, joihin API/tuoteportfolia aletaan ajamaan. Partnerit tulevat eri maanosista, todennäköisesti Saksastakin aluksi 1-2. Talven aikana pyritään suorittamaan ensimmäiset onnistuneet testit. Bokun on osa TripAdvisorin – globaali tunnettu toimija. Viimeviikolla TUI julkaisi oman kilpailijan, eli koko ajan tulee lisää toimijoita ja mahdollisuuksia meille saattaa meidän sisältöä eri kanaviin. Toivomme, että meillä on pian hyvät portfoliot API:n kautta OTA-kanavissakin, koska se edellyttää panostamista, että meidän tuotteet ovat siellä löydettävissä ja ostettavissa.

**Q: Speed dating-missä videoita jaetaan, howspaceako?**

**A:** Sielläkin on mahdollista, mutta siis online speed dating- tapaamisen aikana voi näyttää myös videon, jos haluaa.

**Q: Jyrki - miten uskot MICE-ryhmien liikkeelle lähtöön, onko mitään tuntumaa uskaltavatko lähteä liikkeelle jossain vaiheessa, jos matkustusrajoitukset poistuvat?**

**A:** Varmasti on kasvava tarve motivointiin ja palkitsemiseen. Varmasti matkat tulevat vasta kun terveysturvallinen tilanne sen sallii.

**Q: Mikä on ajankohtainen lentojen tilanne talven osalta Saksasta Rovaniemelle/Lappiin? Onko saavutettavuus taattu vai odotetaanko vielä päätöksiä koskien maakohtaisia rajoituksia? Kuinka nopeasti on mahdollista saada lentoja lisää, jos rajoituksia höllennetään?**

**A:** Rajoituksilla on tietysti merkitystä asiaan. Toistaiseksi esim. Lufthansan suorat lennot vielä myynnissä. Finnairilla varmasti tahtotila lisätä lentoja nopeastikin mikäli rajoituksiin tulee selvennystä ja sitä myötä kasvua kysyntään.

**Q: Jyrki, Onko kesälle 21 suunnitteilla imago kampanjointia DACH ja BENE markkinoille?**

**A:** On suunnitteilla ja päätöksiä tehdään heti kun tilanne rajoitusten osalta selkeämpi.

**Q: Paras arvionne siitä, että ovatko asiakkaat valmiita maksamaan itse tuon testauksen, jotta matkustaminen on mahdollista? Onko tästä mitään tutkimustietoa?**

**A:** Ei ole tutkimustietoa, tässä varmasti iso merkitys testien määrällä ja karanteenilla. Yhden testin riittäessä tilanne olisi varmasti helpompi kaikille.

**Q: Onko Suomessa mietitty, että voisiko olla omassa asuntovaunussa karanteenissa?**

**A:** Ilmeisesti karanteenia ei ole, jos testi on maahan tullessa negatiivinen 23.11.20 alkaen.