

Visit Finlandin Saksan ja Hollannin markkinakatsaus -webinaari 6.10.2022

Kysymykset ja vastaukset

Kysymys: Saksassa ja Hollannissa on paljon matkustuspotentiaalia. Mitä toimenpiteitä tehdään, jotta saisimme lisää matkailijoita myös muille alueille kuin Lappiin ja Helsinkiin?

Vastaus: Visit Finland B2B toimenpiteet ja kuluttajakampanjat ovat auki kaikille suomalaisille alueille ja yrityksille. Etenkin Lapissa on satsattu enemmän markkinointiin ja suosittellemme panostusten kasvattamista tunnettuuden lisäämiseksi ja lisäksi alueen näkyvyyden lisäämistä jakelukanavissa.

Kysymys: airBaltic lentää talvikaudesta alkaen päivittäin Amsterdamista Tampereelle. Tullaanko tätä hyödyntämään hollantilaisten matkailijoiden saamisessa myös muualle Suomeen Visit Finlandin toimenpiteissä?

Vastaus: Visit Finland esittelee kaikkia saapumistapoja Suomeen mm. osana taktisia joint promotion -kampanjoita Hollannin matkanjärjestäjille. Lähtökohtaisesti kutsumme Tampereen alueen matkailutoimijat mukaan yhteiseen markkinoinnin ja kysynnän lisäämiseen uudelle reitille.

Kysymys: Osaatko sanoa miksi Suomen ennuste näyttää näin positiiviselta versus muut Pohjoismaat?

Vastaus: Hollannin ennusteessa (Oxford Economics) Suomi toipuu 2019 tasolle ensi vuonna (2023) yhdessä Islannin kanssa, mutta Ruotsi, Norja ja Tanska toipuvat jo tänä vuonna. Ensi talven lentovaraukset sen sijaan ovat edellä Norjaa ja Ruotsia, joka voisi kertoa siitä, että Suomi on Hollannissa vahvempi talvimarkkina verrattuna Ruotsiin ja Norjaan. Viime talvena toteutuneita lentovarauksia oli enemmän kuin Ruotsissa ja Norjassa (Forward Keys data).

Kysymys: Jyrki kerroit myös, että Saksan markkinoilla haasteena on pienentynyt ohjelmatarjonta. Millaisia ohjelmia puuttuu? Ja puuttuuko niitä ylipäättään yrityksiltä vai eikö niitä ole saatu matkanjärjestäjien tarjontaan mukaan?

Tarjonnan lasku liittyy matkanjärjestäjillä pandemiasta alkaneeseen kriisiin. Lomautuksien seurauksena työvoimapula on päässyt siihen, ettei tuotteita pystytä julkaisemaan yhtä paljon kuin aiemmin. Toinen syy liittyy tuotannon keskittämiseen pienenevällä markkinalla joillakin segmenteillä, kuten ryhmämatkoilla. Kiinnostus on erilaisiin matkoihin ja jopa pitkään myynnissä olleet tuotteet otetaan myynnistä. Sen tilalle tulee uudenlaista pienryhmätuotantoa ja monet matkanjärjestäjät puhuvat alle 20 hengen ryhmistä täysien isojen bussien sijaan.

Kysymys: Miten DataHubia osataan käyttää Saksassa? Välillä tuntuu siltä, että käytetyt systeemit eivät ole kovin kehittyneitä.

Vastaus: DataHubiinhan tuotteita ja palveluita voivat lisätä vain suomalaiset yritykset eli te. Systeemi itsessään ei siis ole täällä tunnettu ollenkaan, vaan pyörii ns. taustalla. Me täällä markkinoilla yritämme koko ajan löytää sopivia yhteistyökumppaneita, jotka voivat DataHubin rajapintaa käyttäen integroida tuotteita sivulleen. Ensimmäinen esimerkki tästä on Jyrkin mainitsema Airtrotter-yhteistyö.

Kysymys: Onko tutkittua, suht tuoretta dataa "sustainability"stä matkailun ostopäätöksissä?

Vastaus: Tilasimme kesällä Saksan markkinalta analyysin, jossa oli mukana muutamia AS Median tekemän sustainability-haastattelututkimuksen tuloksia, mutta ajan puutteen vuoksi sitä ei tähän webinaariin saatu mahdutettua mukaan. Nämä tulevat kuitenkin saataville nettisivuille myöhemmin.

Kysymys: Onko keskusteluja käyty siitä, milloin DataHubista saadaan rajapinta tunnettuihin OTA-kanaviin (Expedia, Opodo, GetYourGuide jne)?

Vastaus: DataHubista ei tällä hetkellä ole integraatiota jälleenmyyntikanaviin. Visit Finland käy keskusteluja eri kanavien kanssa mahdollisesta yhteistyöstä. Kuitenkin DataHubin APIa voi hyödyntää eri digitaaliset kanavat, myös jakelukanavat, jo nyt halutessaan.

Kysymys: Mikä on matkanjärjestäjän rooli nyt ja tulevaisuudessa saksalaisten matkailussa?

Vastaus: Tällä hetkellä yli puolet matkoista Saksassa varataan matkanjärjestäjien kautta. Toki koronan myötä matkat varataan nyt lähempänä matkustusajankohtaa. Saksalaiset ovat yleisesti usein hieman perinteisempiä, joten tuskin tämän kovin nopeasti muuttuu.

Kysymys: Osaatko sanoa miksi Suomen ennuste näyttää näin positiiviselta versus muut Pohjoismaat?

Vastaus: Saksan markkinalta Suomen yöpymisten toipuminen 2019 tasolle on Oxford Economicsin ennusteessa ensi vuonna yhdessä Islannin ja Ruotsin kanssa, mutta Norjan ja Tanskan on ennustettu toipuvan jo tänä vuonna. Hollannin osalta samansuuntainen ennuste, mutta Ruotsi toipuu sen mukaan jo tänä vuonna Norjan ja Tanskan ohella, kun taas Suomi ja Islanti ensi vuonna. Lentovarausten osalta (marras-helmikuu) Suomen parempi tilanne selittyy varmasti paljolti sillä, että Suomi on vahva talvimarkkina sekä Saksassa että Hollannissa.