

Eteläinen Saimaa kalastusmatkailun ykköskohteeksi-hanke

Otto Arajärvi

Projektipäällikkö, *Eteläinen Saimaa kalastusmatkailun ykköskohteeksi-hanke*
arajarvi.otto@gmail.com

Joonas Häkkinen

Toiminnanjohtaja, *Etelä-Karjalan Kalatalouskeskus ry*, Lappeenranta
joonas.hakkinen@ekkalatalouskeskus.fi



Hankehakija: Etelä-Karjalan Kalatalouskeskus ry
Raportointipäivä: 16.10.2025
POSELY/3251/2023

1. Hankehallinto	3
Hankkeessa mukana olevat tahot	3
Hankkeen yhteistyökumppanit	3
Yhteyshenkilö	3
2. Hankkeen tausta ja tavoite	4
3. Kohdemarkkinoiden määrittäminen ja matkatoimistojen tapaamiset	5
Rybomania – Euroopan suurin kalastusmessutapahtuma	5
Eurooppalaisten kalastusmatkojen järjestäjien kontaktointikampanja	6
Kampanjan tulokset	6
Etäpalaverit ja saadut havainnot	7
Matkanjärjestäjien vierailut Saimaalla	8
4. Verkkosivujen luominen, hakukoneoptimointi, markkinointi ja jatkokehitys	10
Esimerkkejä onnistuneesta verkkonäkyvyyden optimoinnista	11
5. Markkinointi ja kohderyhmät	12
Digitaalinen näkyvyys ja jatkokehitys	13
6. Tuotekehitys	14
Trooliristeilyn pilotointi	14
Pilkkitapahtuma	15
Sähköinen myynti- ja varausjärjestelmä	15
7. Yhteenveto	17
Hankkeen tulokset	17
Jatkokehitys	17

1. Hankehallinto

Hankkeessa mukana olevat tahot

Etelä-Karjalan Kalatalouskeskus Ry
Saimaa Fishing Travels
Blue Saimaa Oy
Nestorinranta Oy
Lakeland GTE
Projektityöntekijä Otto Arajärvi

Hankkeen yhteistyökumppanit

Crane Ivents Oy (markkinointinimi: Taipalsaaren Karhupirtit Oy)
Okkolan lomamökit
Sahanlahti Resort Oy
Pistohiekka Resort
Wislet Oy
Puumalan kalastus ja matkailu (M/S Kaunis Veera)
Paikalliset osakaskunnat
Kalatalousalueet

Yhteyshenkilö

Joonas Häkkinen
Etelä-Karjalan Kalatalouskeskus ry
joonas.hakkinen@ekkalatalouskeskus.fi
040 735 4021

2. Hankkeen tausta ja tavoite

Itä-Suomi on perinteisesti tunnettu upeista kalastusmahdollisuuksistaan ja on pitkään ollut suosittu kalastusmatkailukohde. Viime vuosina alue on kuitenkin kohdannut merkittäviä haasteita.

Saimaan matkailun huippuvuonna 2013 alueen kahteen maakuntaan kirjattiin lähes 500 000 venäläisten rekisteröityä yöpymistä, mutta vuoteen 2024 mennessä määrä oli romahtanut vain 720 yöpymiseen. Tämä muutos on ollut dramaattinen ja aiheuttanut hankeyrityksille merkittäviä taloudellisia menetyksiä. Monet yritykset olivat aiemmin rakentaneet kansainvälisen toimintansa venäläisten asiakkaiden varaan, eivätkä olleet kokeneet tarvetta suunnata palveluiden markkinointia muualle Eurooppaan, sillä asiakasvirta idästä täytti ulkomailta tulleen kapasiteetin.

Venäjän matkailijavirran päättyminen, globaalit muutokset matkailualalla sekä COVID-19-pandemian vaikutukset investointeihin ja kehitykseen loivat tarpeen suunnata katse uusille markkinoille ja sopeutua muuttuneeseen toimintaympäristöön.

Tässä tilanteessa Itä-Suomi ja erityisesti Etelä-Karjala sekä Puumala haluavat vahvistaa asemaansa kalastusmatkailun vetovoimaisena kohteena ja kasvattaa tunnettuuttaan uusilla markkinoilla. Saimaalla on poikkeuksellisen monipuoliset kalastusmahdollisuudet, mutta alueen kalastusoppaat ja matkailuyritykset ovat olleet vaikeasti löydettävissä kansainvälisille asiakkaille, mikä on heikentänyt liiketoiminnan kehitystä.

On tärkeää panostaa alueen näkyvyyteen ja saavutettavuuteen erityisesti Euroopan markkinoilla, kuten Baltian maissa, Puolassa, Sveitsissä ja saksankielisissä maissa, joissa kiinnostus luonto- ja kalastusmatkailuun on voimakkaassa kasvussa.

Näistä syistä hankkeen tavoitteena oli luoda perusta Saimaan kalastusmatkailun uudistumiselle, tunnistaa eurooppalaisten kalastusmatkailijoiden tarpeita, luoda uusia palveluita, jotka vastaavat asiakastarpeita sekä kehittää alueen tunnettuutta, houkuttelevuutta ja saavutettavuutta kokonaisvaltaisesti.

3. Kohdemarkkinoiden määrittäminen ja matkatoimistojen tapaamiset

Hankkeessa kohdemarkkinoiden määrittely toteutettiin kahdella tavalla:

- Osallistumalla Euroopan suurimpaan kalastusmessuun – [Rybomania-messuun](#) Poznańissa Puolassa.
- Kontaktoimalla EU:n alueella toimivia kalastusmatkojen järjestäjiä erillisen kampanjan kautta.

Rybomania – Euroopan suurin kalastusmessutapahtuma

Hankkeen edustajat osallistuivat Rybomania-messuille Poznańissa, Puolassa, jotka ovat vuosittain pidettävät Euroopan suurimmat kalastusalan messut. Messut tarjosivat arvokasta tietoa Puolan kalastusmarkkinoista ja antoivat konkreettisia havaintoja siitä, miten suomalaisia kalastusmatkoja ja niihin liittyviä palveluita voidaan jatkossa räätälöidä paremmin puolalaisten asiakkaiden tarpeisiin.

Messuilla esiteltiin hankeyritysten palveluita ja markkinoitiin eteläistä Saimaata kokonaisvaltaisena kalastusmatkailukohteena. [Esittelyvideolla](#) havainnollistettiin, millaista on kalastaa Saimaalla ja minkälaisia kaloja matkailijat voivat alueelta pyytää. Messujen aikana käytiin arviolta 30–40 relevanttia keskustelua potentiaalisten asiakkaiden ja kalastajaryhmien kanssa. Lisäksi tavattiin kaksi puolalaista kalastusmatkojen järjestäjää, joihin oli oltu yhteydessä jo ennen messuja.

Keskusteluissa ilmeni, että useimmat Suomeen kalastamaan haluavat ovat jo aiemmin käyneet Ruotsissa, ja tyypillinen kalastusmatkan kesto on noin viikko. Suurin osa kiinnostuneista halusi vuokrata mökin ja veneen. Omia veneitä ei yleensä tuoda ulkomaan kalastusmatkoille. Opastettuihin kalastusmatkoihin ei sen sijaan messuilla ilmennyt suurta kiinnostusta.

Puolalaisia kalastajia kiinnostivat erityisesti kuha, hauki ja ahven, ja keskusteluissa nousi toistuvasti esiin hinta ja kokonaisbudjetti. Esimerkipaketti, jossa neljä henkilöä majoittuu viikoksi mökissä ja saa käyttöönsä veneen hintaan noin 600–700 euroa per henkilö, vastasi hyvin potentiaalisten asiakkaiden odotuksia.

Kilpailun kannalta todettiin, että puolalaiset valitsevat usein Ruotsin ennen Suomea helpompien ja lyhyempien matkayhteyksien vuoksi. Puolasta Etelä-Ruotsiin on useita laivayhteyksiä

(laivamatkan kesto 6–12 tuntia), ja kalastuskohteet ovat suhteellisen lähellä Ruotsin satamia. Kuitenkin osa puolalaisista kalastajista oli matkustanut myös Pohjois-Ruotsiin ajamalla Suomen kautta, mikä osoittaa, että Suomeen suuntautuvaa kalastusmatkailua on mahdollista kasvattaa tämän asiakasprofiilin keskuudessa.

Rybomania-messut vahvistivat käsitystä siitä, että Puola on potentiaalinen kohdemarkkina, erityisesti mökkimajoitukseen ja veneenvuokraukseen perustuville kalastusmatkailupaketeille. Jatkossa markkinoinnissa on tärkeää huomioida kilpailu Ruotsin kanssa ja korostaa Saimaan järviluonnon ainutlaatuisuutta, monipuolisia kalastusmahdollisuuksia, saalisvarmuutta ja korkeatasoista majoitusta ja veneitä.

Eurooppalaisten kalastusmatkojen järjestäjien kontaktointikampanja

Kohdemarkkinoiden määrittelyä täydennettiin kontaktointikampanjalla, jonka tavoitteena oli löytää eurooppalaisia kalastusmatkojen järjestäjiä, sopia etäpalavereita ja kartoittaa markkinoita sekä niille sopivia palvelukokonaisuuksia. Kampanjan tulosten perusteella valittaisiin kolme yritystä, jotka kutsuttaisiin tutustumaan Saimaan kalastus- ja majoituspalveluihin yhteistyössä hankeyritysten kanssa.

Kampanja toteutettiin seuraavasti:

- Kerättiin yhteystiedot 13 ulkomaisesta kalastusmatkojen järjestäjästä.
- Lähetettiin sähköpostitse lyhyt esittely hankkeesta ja sen tavoitteesta – tehdä Saimaasta Euroopassa tunnettu kalastuskohde – sekä esiteltiin hankeyritysten palvelut ja linkki minuutin mittaiseen [esittelyvideoon](#).
- Toteutettiin seuranta ottamalla yhteyttä sähköpostitse ja puhelimitse.

Kampanjan tulokset

Kontaktointikampanjan perusteella todettiin, että kalastusmatkoihin erikoistuneita yrityksiä on Euroopassa verrattain vähän, ja suurin osa niistä on pieniä, usein muutaman henkilön yrityksiä tai yksinyrittäjiä.

Kampanjan tulokset olivat erittäin hyviä:

- Vastauksia saatiin seitsemältä yritykseltä (vastausprosentti 54 %).

- Viiden yrityksen kanssa pidettiin etäpalaveri (palaverikonversioprosentti 38 %).

Tulokset osoittivat, että aihe oli yrityksistä kiinnostava ja viestintä onnistui jopa ennakoitua paremmin.

Etäpalaverit ja saadut havainnot

Etäpalavereja pidettiin yhteensä viisi, joista kaksi sveitsiläisten, yksi hollantilaisen, yksi saksalaisen ja yksi puolalaisen yrityksen kanssa.

Kaikkien keskustelujen perusteella Eteläinen Saimaa koettiin erittäin houkuttelevana ja potentiaalisena kohteena, jossa yhdistyvät puhdas luonto, monipuoliset kalastusmahdollisuudet ja korkean tason palvelut. Vetovoimatekijöinä korostuivat erityisesti kuha, ahven ja hauki, vesistön rauhallisuus ja korkealuokkaiset vuokraveneet.

Useat toimijat kertoivat, että heidän asiakkaansa hakevat ennen kaikkea hyvää kalastuskokemusta ja saalisvarmuutta, eivätkä niinkään luksusta, joskin yhä enenevässä määrin korkealuokkainen majoitus yhdessä monipuolisiin oheispalveluihin on yksi matkan vaatimuksista. Tyypillinen toive on mökki järven rannalla, vuokravene ja mahdollisuus varata opas ensimmäiselle kalastuspäivälle, jonka jälkeen kalastus jatkuu omatoimisesti. Keskimääräinen matkan kesto on viikko, ja ryhmien koko vaihtelee tyypillisesti kahdesta kuuteen henkilöön.

Useat matkatoimistot painottivat, että hyvä palvelu, selkeä yhteyshenkilö ja laadukas kalusto ovat ratkaisevia tekijöitä kohteen menestykselle. Alumiiniveneiden varustelussa toivotaan 20–50 hevosvoiman moottoreita, kaikuluotaimia ja taivasankkureita (keulamootoreita).

Majoitusten houkuttelevuutta lisäävät oheispalvelut, kuten ravintolapalvelut ja mahdollisuus ruokailuun paikan päällä. Asiakasprofiili oli muuttumassa: aktiivisten kalastajaryhmien rinnalle olivat nousseet perhematkailijat, joille tärkeää oli monipuolinen tekeminen ja luontoelämykset – ei pelkkä kalastus.

Keskustelujen perusteella havaittiin, että varauskäyttäytyminen on hyvin ennakoivaa: matkat varataan yleensä 6–12 kuukautta etukäteen. Useimmat matkustavat autolla Baltian kautta Suomeen, mutta myös lentomatkustus ja vuokra-autot ovat yleisiä Keski-Euroopasta tultaessa.

Keskusteluissa nousi esiin myös tarve reaaliaikaiselle varauskalenterille, jonka avulla matkatoimistot voivat helposti tarkastaa majoitusten ja veneiden saatavuuden. Tämä nopeuttaisi tarjous- ja varausprosessia ja parantaisi luotettavuutta kansainvälisessä yhteistyössä.

Useat yritykset myönsivät, etteivät olleet aiemmin tietoisia Saimaan kalastusmahdollisuuksista, vaikka ovat toimineet alalla pitkään. Tämä osoitti, että alueen markkinointiin ja näkyvyyteen on

panostettava huomattavasti nykyistä enemmän. Markkinointia tulisi suunnata sekä matkanjärjestäjille että suoraan yksittäisille kalastajille ja kalastusryhmille, jotta tieto Saimaan uniikeista kalavesistä ja saalisvarmuudesta leviäisi tehokkaammin.

Keskusteluissa nousi vahvasti esiin markkinointimateriaalien ja laadukkaan sisällön merkitys. Kaikki toimijat painottivat kuvien, videoiden ja karttamateriaalien tärkeyttä myynnin tukena.

Lisäksi useat matkatoimistot ilmaisivat kiinnostuksensa tulla paikan päälle tutustumaan eteläisen Saimaan palveluihin. Vierailujen yhteydessä suunniteltiin myös kuvaus- ja markkinointimateriaalin tuottamista.

Matkanjärjestäjien vierailut Saimaalla

Keskustelujen perusteella valittiin kolme kansainvälistä matkanjärjestäjää, jotka kutsuttiin tutustumaan Eteläisen Saimaan alueeseen ja sen kalastusmatkailupalveluihin. Valinnassa painotettiin yritysten kokoa, olemassa olevia verkostoja Pohjoismaissa sekä kiinnostusta laajentaa toimintaansa avaamalla uusia kohteita Suomeen ja muihin Pohjoismaihin.

Matkatoimistot olivat Kingfisher Reisen Saksasta, Andino Reisen Sveitsistä ja Eventur Puolasta. He myyvät kalastusmatkoja puolalaisille, ja saksankielisen Euroopan asiakkaille.

Matkanjärjestäjien tutustumisvierailut toteutettiin elo–syyskuussa 2025. Vierailujen tavoitteena oli esitellä hankeyritysten tarjoamia majoitus- ja kalastuspalveluja sekä luoda pohja yhteistyölle tulevia matkailukausia varten. Tavoite oli, että matkanjärjestäjät ottaisivat eteläisen Saimaan mukaan kalastusmatkatarjontaansa kaudesta 2026 alkaen.

Vierailut toteutettiin matkanjärjestäjä kerrallaan siten, että matkanjärjestäjä noudettiin Helsinki-Vantaan lentokentältä ja hänet vietiin autolla Saimaan rannalle. Sieltä matka jatkui Blue Saimaan veneellä kalastaen kohti Nestorinrantaa, joka toimi vierailun ajan tukikohtana. Matkan aikana vieraille tarjottiin paikallisia kalaherkkuja, jotka esiteltiin osana Saimaan alueen ainutlaatuista ruokamatkailutarjontaa. Seuraavana päivänä hankkeen muut yritykset – Lakeland GTE ja Saimaa Fishing Travels – veivät matkanjärjestäjän vesille tutustumaan kalastusmahdollisuuksiin ja alueen saalisvarmuuteen käytännössä. Viimeisenä päivänä tutustuttiin majoitusvaihtoehtoihin ennen matkanjärjestäjän viemistä takaisin lentoasemalle.

Vierailujen aikana matkanjärjestäjille esiteltiin mistä palveluista viikon kalastusmatka koostuisi: majoitukset, kalastuspalvelut, veneet, oppaat ja oheistarjonta. Tavoitteena oli vakuuttaa heidät eteläisen Saimaan vetovoimasta kalastusmatkailukohteena.

Kaikki vierailuun osallistuneet matkanjärjestäjät olivat erittäin vaikuttuneita alueen tarjoamista mahdollisuuksista. He pitivät Saimaata houkuttelevana kohteena, jossa on erinomaiset edellytykset laadukkaille ja monipuolisille kalastusmatkoille. Vierailijat antoivat kiitosta erityisesti majoitusten tasosta, oheispalvelujen tarjonnasta sekä vuokraveneiden korkeasta laadusta.

Kaikki vierailleet matkanjärjestäjät ilmoittivat vierailun aikana halunsa aloittaa Saimaan alueen markkinoinnin ja sisällyttää se osaksi omaa kalastusmatkatarjontaan ja syksystä 2025 alkaen. Pääseminen osaksi näitä vakiintuneita, huomattavan asiakaspotentiaalin omaavia myyntikanavia, on konkreettinen tulos, mikä ei olisi ollut mahdollista ilman hanketta.

Lisäksi, hankkeen aikana onnistuttiin myymään jo yksi kalastusmatka saksalaiselle kalastusryhmälle. Lisäksi varauskysely tuli myös Sveitsistä, mutta kyseiselle ajankohdalle majoituskapasiteetti oli jo varattu, eikä varausta voitu vahvistaa. Toinen varaus kuitenkin varmistui hankkeen kumppaniyrityksen (Okkolan Lomamökit) mökille. Sveitsiläisessä kalastusalan julkaisussa oli samoihin aikoihin Okkolassa majoittuneen toimittajan artikkeli hyvistä kuhasaaliista, joka voi edesauttaa jo ensi kesän myyntiä.

Vierailuista saatu palaute oli erittäin positiivista ja vahvisti käsitystä Saimaan potentiaalista kansainvälisenä kalastusmatkailukohteena. Samalla palaute nosti esiin myös jatkokehitystarpeita.

Kolme vierailulla ollutta matkanjärjestäjää lähettävät jo nykyisellään muutamia satoja kalastusmatkailijoita vuosittain Suomeen, ja määrän odotetaan kasvavan huomattavasti tulevina vuosina, mikäli tarjontaa eli uusia kohteita (mökkimajoitus ja vuokravene) saadaan lisättyä. Potentiaalista kertoo, että samat toimijat lähettävät jo nyt Ruotsin kohteisiin 2 000 - 3 000 asiakasta vuosittain.

Tämä kasvu luo positiivisen mutta konkreettisen haasteen. Majoituskapasiteetti ja vuokraveneiden määrä nousee esiin yhtenä suurimpana kehittämiskohteena: vaikka esimerkiksi Nestorinranta pystyy majoittamaan useita kymmeniä asiakkaita vuosittain, yhden yrityksen kapasiteetti ei vastaa edes nykyisellään kysynnän kasvuun ja vielä vähemmän siinä tapauksessa, että aluetta lähdetäisiin markkinoimaan laajemmin myös muille eurooppalaisille matkanjärjestäjille. Sahanlahti Resort ja Okkolan Lomamökit, jotka olivat hankkeessa mukana kumppaniyrityksinä, pystyvät tarjoamaan enemmän majoitusta mutta niillä ei ole vuokraveneitä, joten tarvitaan laajempi yhteistoimintaverkosto. Sitä tarvitaan koko eteläisen Saimaan alueella.

Tulevaisuudessa onkin tärkeää varmistaa, että alueen yritysten majoitus- ja palveluverkosto kykenee vastaamaan kasvavaan kansainväliseen kysyntään. Lisäksi on olennaista, että alueen toimintaa koordinoisi yksi taho, joka hallinnoi yhteistyötä eurooppalaisten matkanjärjestäjien sekä paikallisten palveluntuottajien – kuten majoitusliikkeiden, vuokravenepalveluiden, opasretkien ja muiden oheispalveluiden – välillä. Yhteinen koordinaatio tekisi kokonaisuudesta hallitun, parantaisi viestintää eri toimijoiden välillä ja ennen kaikkea yksinkertaistaisi kalastusmatkojen myyntiprosessia, mikä on keskeistä yhä kasvavan kysynnän tehokkaaseen hallintaan ja palvelemiseen.

4. Verkkosivujen luominen, hakukoneoptimointi, markkinointi ja jatkokehitys

Hankkeen aikana luotiin kaksi uutta verkkosivustoa, jotka palvelevat sekä kotimaisia että kansainvälisiä asiakkaita: fishinfinland.fi ja kalaansaimaalle.fi. Sivustot rakennettiin tukemaan eteläisen Saimaan kalastusmatkailun näkyvyyttä, kaupallista myyntiä ja saavutettavuutta.

Sivustot optimoitiin hakukoneita varten, mikä paransi niiden löydettävyyttä Googlen hakutuloksissa. Hakukoneoptimointiin (SEO) sisältyi muun muassa avainsanojen – kuten *“kalastus Saimaalla”* ja *“Fishing in Finland”* – lisääminen, kuvien optimointi ALT-tekstien ja metakuvausten avulla sekä kieliversioiden (englanti, saksa, puola, liettua,) luominen kansainvälisen saavutettavuuden parantamiseksi.

Hankkeen aikana päivitettiin aktiivisesti verkkosivujen sisältöä ja rakennetta vastaamaan matkanjärjestäjien kanssa käydyissä palaverissa esiin nousseita tarpeita liittyen ideaalisen kalastusloman sisältöön ja palveluihin. Sivustot muokattiin siten, että kävijä ymmärtää hetkessä, mitä palveluja hankeyritykset tarjoavat: majoitusta, vuokraveneitä ja opastettuja kalastusretkiä.

Sivustoille lisättiin myös hankkeen aikana tuotettuja materiaaleja, kuten videoita ja valokuvia, joiden avulla verkkosivuista tehtiin entistä kaupallisempia ja visuaalisempia. Lisämateriaalia tuotettiin kesällä 2024 ja 2025 yhteensä viiden kuvauspäivän aikana, jolloin taltioitiin hankeyritysten toimintaa ja kalastuspalveluita käytännössä. Kuvaukset toteutti Yhteisöagentti Oy (Niko Jokinen). Yritykset saivat käyttöönsä laadukkaita valokuvia ja lyhyitä videoklippejä sosiaalisen median ja markkinoinnin tueksi.

Verkkosivujen näkyvyyttä vahvistettiin jatkuvalla hakukoneoptimoinnilla ja sisällön hienosäädöllä, joiden tavoitteena oli parantaa sivujen sijoittumista hakutuloksissa. Lisäksi toteutettiin maksettua Google-mainontaa, jonka kohderyhmänä olivat erityisesti eurooppalaiset matkanjärjestäjät ja yksittäiset kalastuksesta kiinnostuneet matkailijat. Verkkosivujen tunnettuutta ja liikennettä lisättiin myös Fish in Finland -Facebook-sivun avulla, joka toimi uutis- ja kuvakanavana sekä vahvisti sivustojen hakukonenäkyvyyttä.

Hankkeessa optimoitiin ja päivitettiin myös neljän mukana olevan yrityksen omat verkkosivustot:

- Blue Saimaa (www.bluesaimaa.fi): Sivusto siirrettiin WordPress-alustalle ja sen hakukoneoptimointia parannettiin lisäämällä uusia avainsanoja, ulkoisia linkkejä ja tarkempia metakuvauksia.
- Saimaa Fishing Travels (www.fishingfinlandia.fi): Sivusto sai useita kieliversioita (englanti, saksa ja venäjä), ja SEO-työtä tehtiin erityisesti kielikohtaisen sisällön

optimoinnissa.

- Lakeland GTE (www.lakelandgte.fi): Sivuston SEO optimoitiin lisäämällä avainsanoja ja muokkaamalla metakuvauksia hakukoneystävällisemmiksi.
- Nestorinranta (www.nestorinranta.fi): Sivustolle lisättiin hakukoneoptimoituja metatietoja ja sivujen sisältöä parannettiin kansainvälisten matkailijoiden tarpeita vastaavaksi.

Näiden toimenpiteiden ansiosta kaikkien hankeyritysten verkkonäkyvyys parani merkittävästi, ja sivustot tukevat nyt paremmin yhteistä markkinointia sekä alueen kalastusmatkailun brändiä.

Esimerkkejä onnistuneesta verkkonäkyvyyden optimoinnista

Hakusana: zander fishing in Finland

◆ AI Overview

You can find guided zander fishing trips in various regions of Finland, including the Gulf of Finland, Lake Saimaa, and the Tampere region, with companies like Fishing Xperience and fishinfinland.fi offering tours. The best seasons vary by location, but generally include early summer and autumn for coastal waters and extended periods for inland lakes. Options include half and full-day trips, often with local guides providing expertise, and some providers offer comprehensive packages with accommodation and equipment.



Hakusana: where to search fishing trips in Finland

 AI Overview



You can search for fishing trips in Finland through regional tourism websites like [Visit Finland](#), local tourism organizations such as [fish-infinland.fi](#) and [fishing.fi](#), and specialized tour operators like [RAWFISHING FINLAND](#) and [Fishing Xperience](#). For a DIY approach, check for lodging and independent fishing opportunities with resources like [Discovering Finland](#).

Search by Region & Destination

- **Finnish Lake District:** Focus on Lake Saimaa and Lake Päijänne for pike, perch, and zander.
- **Lapland:** Ideal for salmon in the Teno and Tornio Rivers, and for grayling and trout in mountain streams.
- **Turku Archipelago & Western Coast:** Offers prime opportunities for pike and sea trout in the archipelago and coastal rivers.

Specialized Tour Operators

RAWFISHING FINLAND: Provides guided trips in the Helsinki Metropolitan area and the Gulf of Finland, specializing in sea trout and pike.

Fishing Xperience: Offers zander fishing tours in the Gulf of Finland archipelago and Southern Finland's lakes.

fishinfinland.fi: Features local guides in the Lake Saimaa region for pike, perch, and zander.

5. Markkinointi ja kohderyhmät

Hankkeen aikana havaittiin, että Saimaa on edelleen heikosti tunnettu kohde eurooppalaisten kalastusmatkailijoiden ja matkanjärjestäjien keskuudessa, vaikka alue tarjoaa erinomaiset puitteet sisävesikalastukselle. Tämä havainto määrittä hankkeen markkinointistrategian suuntaa. Tavoitteena oli lisätä Saimaan tunnettuutta ja vahvistaa sen asemaa houkuttelevana ja kaupallisesti kilpailukykyisenä kalastuskohteena.

Markkinoinnin pääkohderyhmänä olivat eurooppalaiset kalastuksesta kiinnostuneet matkailijat ja matkanjärjestäjät. Ulkomaisten matkatoimistojen kanssa käydyt keskustelut auttoivat tunnistamaan ideaali-asiakasryhmän, johon kuuluivat sekä kansainväliset kalastusporukat että luontomatkailusta kiinnostuneet perheet. Tämä havainto ohjasi markkinoinnin painopisteitä.

Kalastuksen rinnalle nostettiin myös majoitusten, ravintolapalvelujen ja oheisaktiviteettien esittely.

Markkinoinnin toimenpiteisiin sisältyi myös myynti- ja esittelymateriaalien tuottaminen, joiden avulla matkatoimistot pystyivät lisäämään Saimaan kohteet omille verkkosivuilleen ja omiin markkinointikanaviinsa. Materiaalit sisälsivät valmiita tekstejä, kuvia, esimerkkiohjelmia ja tietoa alueen palveluista.

Digitaalinen näkyvyys ja jatkokehitys

Digitaalinen markkinointi muodosti hankkeen näkyvyyden perustan. fishinfinland.fi- ja kalaansaimaalle.fi-sivustot, hakukoneoptimointi, Google-mainonta ja sosiaalisen median kanavat loivat monitasoisen kokonaisuuden, joka paransi huomattavasti Eteläisen Saimaan kalastusmatkailun löydettävyyttä verkossa erityisesti eurooppalaisten matkanjärjestäjien keskuudessa.

Hankkeen aikana ymmärrettiin, että digitaalinen näkyvyys on ratkaisevassa roolissa kansainvälisen kiinnostuksen herättämisessä ja matkailukysynnän kasvattamisessa. Samalla tunnistettiin, että nykyiset toimenpiteet ja resurssit ovat vielä liian pienimuotoisia vastaamaan tunnistettua kasvupotentiaalia.

Verkkosivujen ja markkinoinnin jatkokehitystarpeet liittyvät ennen kaikkea laajemman palvelukokonaisuuden hallintaan ja ennakoituun kysynnän kasvuun. Tulevaisuudessa sivustojen tavoitteena on palvella entistä kattavammin alueen palveluita – kuten majoituksia, vuokraveneitä, opastettuja kalastusretkiä, ravintolapalveluita ja muita oheispalveluja – ja toimia koko eteläisen Saimaan kalastusmatkailun yhteisenä markkinointi- ja myyntialustana, johon kytkeytyy myös verkkokauppa.

Tavoitteena on, että verkkosivut ja niiden ympärille rakennettava digitaalinen markkinointikokonaisuus muodostavat vahvan perustan Eteläisen Saimaan kalastusmatkailun pitkäjänteiselle kehitykselle. Näin voidaan samanaikaisesti vahvistaa alueen yritysten näkyvyyttä ja nostaa Saimaa kansainvälisesti tunnustetuksi sisävesikalastuksen kärkekohteeksi.

6. Tuotekehitys

Trooliristeilyn pilotointi

Hankkeen osana Lakeland GTE kehitti ja pilotoi kesällä 2024 uuden matkailutuotteen, muikun trooliristeilyn, Puumalan alueella. Tavoitteena oli luoda takuu-lähtöperiaatteella toimiva, elämyksellinen risteily, joka houkuttelee sekä kotimaisia että kansainvälisiä matkailijoita ja jota voidaan toteuttaa säännöllisesti heinä–elokuun aikana.

Tuotteistuksesta vastasi Lakeland GTE:n Arto Keinänen, joka suunnitteli konseptin ja tuotekuvaukset neljällä kielellä (suomi, englanti, saksa ja ranska). Hankkeessa järjestettiin kaksi pilottiristeilyä (5.7. ja 19.7.2024), joihin osallistui yhteensä 31 testiasiakasta, mukana myös alueen matkailutoimijoita. Pilotoinnin yhteydessä tuotettiin valokuva- ja videomateriaalia tulevaa markkinointia varten.

Risteily toteutettiin all-inclusive-konseptina. Ennen lähtöä tarjoiltiin lounas, jonka jälkeen kolmen tunnin opastettu risteily vei osallistujat seuraamaan muikun troolausta Saimaalla. Ohjelmaan kuului oppaan tarinointi, nuotan laskun ja noston seuraaminen, muikun perkausnäytös, yhteislaulu ja kahvittelu laivan kannella. Lopuksi osallistujille jaettiin tuoreita muikkuja kotiin viemisiksi.

Asiakaspalaute oli erittäin myönteistä. Ohjelma koettiin kiinnostavaksi ja autenttiseksi, ja oppaan ammattitaitoa kiiteltiin. Testien perusteella konsepti toimi sellaisenaan, eikä siihen tarvittu muutoksia ennen kaupallistamista.

Kaupallisen hinnan arvioitiin olevan noin 150 euroa per henkilö, mikä edellyttää vähintään 20 osallistujaa per lähtö (maksimi 40 henkilöä). Myynti vaatii kansainvälisen DMC-toimijan tai matkanjärjestäjän tukea, jolla on valmiit kanavat tuotteen myyntiin ja markkinointiin.

Vaikka kaupalliset lähdöt elokuussa 2024 jäivät toteutumatta lyhyen markkinointiajan vuoksi, kiinnostus tuotetta kohtaan oli suurta. Saimaan matkailuseminaarissa toivottiin, että trooliristeilyä kehitettäisiin pysyvä matkailutuote.

Trooliristeily on ainutlaatuinen Saimaan elämys, joka yhdistää kalastuksen, paikallisen kulttuurin ja luonnon. Se on valmis kaupallistettavaksi ja tarjoaa alueelle uuden, korkeatasoisen matkailutuotteen. Valmiit markkinointikuvat, videot ja tuotekuvaukset neljällä kielellä mahdollistavat sen lanseerauksen heti sopivan myyntikumppanin löytyessä.

Pilkkitapahtuma

Hankkeessa tuotteistettiin Puumalaan uusi pilkkitapahtuma, jota harjoiteltiin ensiksi keväällä 2024 Norppalaavulla yhdessä Puumalan Erämiehet ry:n kanssa. Pilkkijöitä ja kävijöitä oli noin 30 henkeä. Järjestelyt toimivat pienimuotoisessa tapahtumassa Norppalaavuun tukeutuen hyvin. Paikka soveltuu jatkossakin pilkkitapahtuman järjestämiseen. Varsinainen pilotointi toteutettiin maaliskuussa 2025 osana Sahanlahti Resortin Talvikekkereitä. Tavoitteena oli laajentaa alueen kalastuselämysten tarjontaa ja houkutella uusia matkailijoita eteläisen Saimaan alueelle myös perinteisen matkailusesongin ulkopuolella. Puumalassa, jonka vesissä on hyvin ahventa, ei ole ollut pilkkitapahtumaa vuosiin, vaikka tapahtumat ovat hyvinkin suosittuja muualla Suomessa.

Pilkkitapahtuma keräsi 76 osallistujaa Saimaan jäälle, ja se osoittautui menestykseksi niin osallistujamäärän, tunnelman kuin saaliinkin puolesta. Kilpailussa saatiin yhteensä lähes 28,4 kiloa kalaa, ja päivän aikana vallitsi aurinkoinen sää, iloinen ilmapiiri ja lämmin yhteishenki.

Tapahtuma sai runsaasti kiitosta sujuvasta toteutuksesta ja hyvästä järjestelyistä, ja monet osallistajat toivoivat kilpailulle jatkoa tulevina vuosina. Pilottitapahtuman onnistuminen loi vahvan pohjan uuden, vuosittaisen talviperinteen syntymiselle. Sahanlahti ravintola- ja saunapalveluineen sekä hyvän sijaintinsa puolesta kantatie 62:n varrella on sopivin paikka järjestää talvitapahtuma, jonka osana yhtenä vetonaulana on pilkkikisat.

Jatkossa tapahtumaa on tarkoitus kehittää pysyväksi vuosittaiseksi pilkkikilpailuksi, johon sisällytetään uusia kilpailusarjoja, kuten yritys- ja joukkuesarjat sekä niin kutsuttu "hevijuuserien" sarja, jossa sallitaan kaikuluotaimen käyttö.

Pilkkikilpailun onnistuminen osoitti, että Eteläisen Saimaan alueella on merkittävää potentiaalia talvikauden kalastusmatkailun kehittämiseen. Talvikekkerien yhteydessä järjestetty tapahtuma loi uuden, yhteisöllisen ja elinvoimaisen konseptin, joka vahvistaa alueen ympärivuotista vetovoimaa ja nostaa Saimaan profiilia houkuttelevana kalastuskohteena myös talvella.

Sähköinen myynti- ja varausjärjestelmä

Hankkeen aikana yritykset keskustelivat sähköisen myynti- ja varausjärjestelmän käyttöönotosta ja sen soveltuvuudesta kalastusmatkailun tarpeisiin. Osa hankeyrityksistä koki järjestelmän käyttöönoton haasteelliseksi käytännön syistä. Varausprosessiin liittyy useita muuttujia, kuten matkapäivien joustavuus, vuokraveneen tyyppi, majoituksen taso sekä ryhmän koko, joka saattaa vaihdella ja vaikuttaa majoitusjärjestelyihin. Tämän vuoksi monilla yrityksillä varaukset hoidetaan edelleen sähköpostitse, mikä mahdollistaa henkilökohtaisen palvelun mutta lisää hallinnollista työtä.

Toisaalta osa hankeyrityksistä käyttää jo ennestään sähköisiä varausjärjestelmiä, joiden kautta esimerkiksi matkanjärjestäjät pystyvät tarkistamaan reaaliaikaisesti majoituskapasiteetin ja varaustilanteen.

Hankkeen aikana kuitenkin tunnistettiin, että ennakoitu kysynnän kasvu tulee edellyttämään entistä kehittyneempiä ja integroidumpia järjestelmiä. Jatkossa olisi tarpeen tarkastella yhtenäisen sähköisen alustan ominaisuuksia, joka yhdistäisi myynnin, markkinoinnin ja varauksien hallinnan yhdeksi saumattomaksi kokonaisuudeksi.

Tällainen järjestelmä parantaisi kokonaisuuden hallintaa ja myynnin tehokkuutta, erityisesti tilanteessa, jossa eteläisen Saimaan kalastusmatkailua markkinoidaan samanaikaisesti useissa eri kanavissa ja useiden eri toimijoiden kanssa – sekä eurooppalaisille matkanjärjestäjille että suoraan kalastuksesta kiinnostuneille yksittäisille matkailijoille ja ryhmille.

7. Yhteenveto

Hankkeen tulokset

Hankkeen tulokset ovat erittäin rohkaisevia Eteläisen Saimaan kalastusmatkailun kehityksen kannalta. Hankkeen aikana tunnistettiin eurooppalaisten kalastusmatkailijoiden tarpeet ja niiden pohjalta räätälöitiin palvelutarjonta sekä myynti- ja markkinointimateriaalit vastaamaan kysyntää. Kaikki alueella vierailleet matkanjärjestäjät olivat yksimielisiä siitä, että eteläinen Saimaa tarjoaa erinomaiset puitteet kansainväliselle kalastusmatkailulle.

Konkreettisena tuloksena hankkeesta on, että kaikki Saimaalla vierailleet matkanjärjestäjät ovat jo aloittaneet Saimaan kalastusmatkojen markkinoinnin omille asiakkailleen ja ensimmäiset matkat ovat jo myyty Saimaalle ensi vuodelle.

Hankeyrityksillä on hankkeen myötä merkittävästi paremmat valmiudet korvata Venäjän markkinoiden menetykset ja suunnata toimintaa kohti uusia eurooppalaisia asiakasryhmiä. Kuitenkin laajempi ja pysyvä liiketoiminnan kasvu edellyttää pitkäjänteistä jatkokehitystä, yhteistyötä ja investointeja, jotta Eteläinen Saimaa voi lunastaa paikkansa yhtenä Euroopan johtavista sisävesikalastuksen kohteista.

Jatkokehitys

Vaikka Saimaan matkailun kehityksestä on viime aikoina kantautunut positiivisia signaaleja, on Saimaan rooli kalastusmatkailussa jäänyt liian vähälle huomiolle niin kansallisesti kuin kansainvälisesti. Saimaa on heikosti tunnettu ulkomaalaisten kalastajien, perheiden ja matkanjärjestäjien keskuudessa, vaikka alueen potentiaali ja mahdollisuudet paikallisten yritysten liiketoiminnan kasvattamiseen myös hankkeen tulosten perusteella ovat kiistattomat.

Saimaan kansainvälisen kalastusmatkailun orastava kasvu on otettava vakavasti, ja sen tueksi tarvitaan pitkäjänteistä, kokonaisvaltaista kehitystyötä. Nyt on oikea hetki panostaa alueen houkuttelevuuteen, tunnettuuteen ja kansainväliseen näkyvyyteen, joka vahvistaa Saimaan asemaa yhtenä Euroopan kiinnostavimmista sisävesikalastuksen kohteista.

Tämä edellyttää laajaa yhteistyötä paikallisten matkailuyritysten, kaupunkien, kuntien, matkailuorganisaatioiden ja charter-lentoyhtiöiden välillä sekä määrätietoista panostusta markkinointiin, näkyvyyteen ja houkuttelevien ja korkealaatuisten matkailupalvelujen kehitykseen ja skaalaamiseen.

Tavoitteena on rakentaa Saimaalle kestävä, kaupallisesti vahva ja kansainvälisesti tunnistettava kokonaisuus, jossa palvelut, majoitus, oheisaktiviteetit ja ennen kaikkea itse kalastuskokemus takaavat kasvavan joukon tyytyväisiä asiakkaita, jotka mielihyvin suosittelevat kohdetta ja

tulevat myös uudestaan.

Nyt on aika tehdä Saimaasta se, mitä sen kuuluukin olla kalastuksen maailmankartalla.

Saimaa – once hidden, now every angler's dream.