

Helsingin Uiva venenäyttely

Haastattelu kävijätutkimus, tutkimusraportti

(n=31)



Boosted by
**BUSINESS
FINLAND**



Sisällysluettelo

	Sivu
• Tutkimuksen tavoite	3
• Tutkimuksen toteutus	4
• Yhteenvedo päätuloksista	5-6
• Johtopäätökset	7
 PÄÄTULOKSET	
• Ajatuksia suomalaisista veneistä verrattuna ulkomaisiin	9
• Veneen kyvykkyys ja käyttötarkoitus	10-11
• Suomalaisten veneiden vahvuudet, heikkoudet ja kehityskohteet	12-13
• Ajatuksia suomalaisista vesistömatkailun palveluntarjoajista	14-15
• Suomalaisen vesistömatkailun vahvuudet	16-17
• Kehitysideoita suomalaisille veneille	18-19
• Vesistömatkailun edistämisessä tulisi huomioida	20
• Digitaalisten palveluiden käyttö	21
• Veneily merkitys ja elämykset	22-23

Liite: haastattelulomake



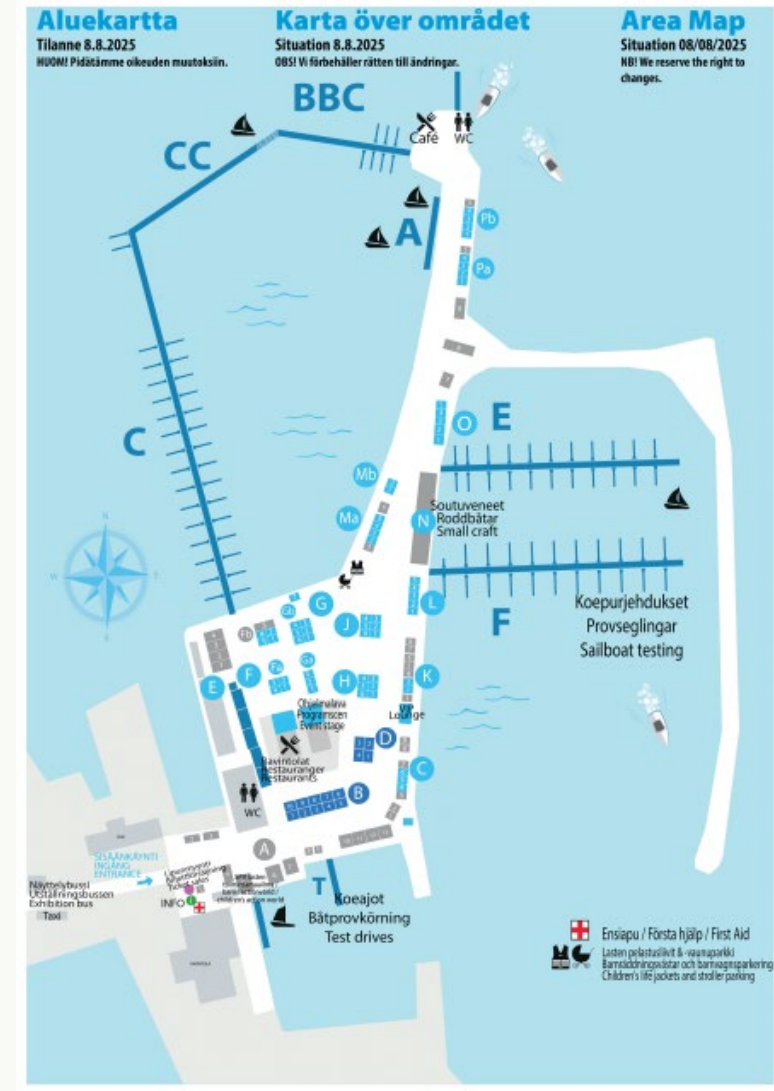
Raportin kuvat Jussi Evinsalo / Uiva 2025 Flytande

Tutkimuksen tavoite

- Hankkeessa halutaan selvittää veneilyyn, venematkailuun ja veneteollisuuden vientiin liittyviä asioita ([hankekuvaus](#)). Tutkimuskohteena ovat motiivit, matkailu- ja teknologiakiinnostus, veneen hankinta ja tietolähteet.
- Tutkimus selvittää, mitä kävijät ovat mieltä suomalaisista veneistä, varusteista ja vesistömatkailusta.
- Tämän kvalitatiivisen haastattelututkimuksen kohderyhmänä ovat Uiva tapahtuman kävijät.
- Helsingin Uiva venenäyttelyn 2025 muita Boating Finland-hankkeen tutkimuksia ovat (raportoidaan erikseen):
 - Näytteilleasettajatutkimus
 - Online-kävijätutkimus (kvantitatiivinen)

Uiva tapahtuman kuvaus:

- **Järjestäjä:** Venealan Keskusliitto Finnboat ry
- **Paikka:** Helsinki, Lauttasaari (HSK, Vattuniemen puistotie 1)
- **Ajankohta:** 14.- 17.8. 2025
- **Kävijämäärä:** Tänä vuonna tapahtumassa kävi noin 11 000 vierailijaa.
- **Näytteilleasettajat ja veneiden määrä:**
 - yli 250 venettä
 - 120 näytteilleasettajaa. Vuonna 2024 oli 127, vuonna 2023 144 ja vuonna 2022 130.
- Veneiden lisäksi esillä tuotteita ja palveluita vaatteista ja asusteista veneilyelektroniikkaan, lämmittimiin ja varaosiin sekä monenlaisiin toimialan palveluihin.
- **Lisätietoja** <https://uiva.fi/media/>



Tutkimuksen toteutus

Kohderyhmä

- Helsingin Uivan venenäyttely tapahtuman kävijät.

Menetelmät

- Tutkimus on toteutettu henkilökohtaisilla haastatteluilla (kvalitatiivinen) paikan päällä. Haastattelulomake liitteenä.
- Tiedonkeruu aika: 14.-30.8.2025
- Haastattelut tehtiin Haaga-Helia amk:n asiantuntijoiden toimesta.

Haastateltavat

- Kävijähaastatteluja yhteensä n= 31

- Tutkimus on tehty ensimmäisen kerran [Boating Finland](#) – hankkeen toteuttamana.
- Raportti on julkisesti rahoitetun Boating Finland -TKI-hankkeen tutkimusjulkaisu. Raportti on avoimesti saatavilla (open access) ja vapaasti luettavissa kaikille asiasta kiinnostuneille. Tutkimusaineisto on Boating Finland -hankkeen hallinnoimaa, eikä aineistoa luovuteta julkisesti ilman erillistä sopimusta.
- Tutkimuksen toteutus: Haaga-Helia ammattikorkeakoulun hanketiimi.
- Tutkimustulosten raportoinnissa on hyödynnetty tekoälyä.
- Lisätietoja tutkimuksesta ja hankkeesta: Antti Jylhä (tutkimusaluejohtaja), p. 0503051773, Antti.Jylha@haaga-helia.fi
- Hankkeen muut tutkimukset: [Boating Finland – tutkimukset](#)
- Raportin toimitus: Petteri Ohtonen 27.2.2026

Yhteenvedo päätuloksista 1(2)

Tämän kvalitatiivisen haastattelututkimuksen tavoitteena oli ymmärtää, mitkä tekijät lisäävät suomalaisen venealan ja vesistömatkailun kiinnostavuutta ja kilpailukykyä. Mitä kehitystoimia yrityksiltä ja verkostolta edellytetään, jotta tuotteet ja palvelut vastaavat paremmin sekä kotimaisten että kansainvälisten asiakkaiden odotuksiin?

1) Suomen vahvuuskuva on selkeä: laatu, turvallisuus ja olosuhdeosaaminen

- Suomalaisista veneistä nousee johdonmukaisesti esiin laadukkuus, kestävyys, merikelpoisuus ja turvallisuus, sekä suunnittelu pohjosiin olosuhteisiin (kylmä–kuuma, karikot, talvisäilytys).
- Tunnetut “lippulaivabrändit” (esim. Swan/Baltic purjeveneissä, Targa/XO/Axopar/Saxdor moottoripuolella) toimivat mielikuvatasolla ankkureina myös muille toimijoille.

2) Suurimmat kehityshaasteet liittyvät asiakaspolkuun ja jälkimarkkinaan

Vaikka tuotteita pidetään hyvinä, kehittämistarpeet kohdistuvat toistuvasti ostamisen ja omistamisen kokemukseen:

- After sales ja huolto: tavoitettavuus, laatuvaihtelu, “lupauksista kiinni pitäminen”, tarkkuus ja läpinäkyvyys.
- Uuden veneilijän sisäänpääsy: vaikeus löytää varusteita, huoltoa ja “perusasioita” ilman verkostoja.
- Hinnoittelun ja varustelun selkeys: lisävarusteiden kustannukset ja “paketointi” (good/better/best) kaivataan autopuolen logiikalla.

3) Veneiden houkuttelevuus kasvaa, kun tuotteet vastaavat käyttötarkoituksiin ja hintapisteisiin

- Kiinnostavuus syntyy käyttötarpeiden ymmärtämisestä (retkeily, perhe, kalastus, saaristo, kilpailu, mökkiveneily).
- Toistuvia toiveita ovat monikäyttöisyys, säilytysratkaisut, pressuttomuus/katokset, sekä pienempien ja “tavallisten” kokoluokkien saatavuus kotimarkkinaan.
- Samalla korostuu realiteetti: Suomen kustannustaso vaikeuttaa hintakilpailua. Erottautuminen on rakennettava laadulla, konseptilla ja palvelulla.

Yhteenveto päätuloksista 2(2)

4) Kansainvälisessä kasvussa korostuvat näkyvyys, kohderyhmätuntemus ja verkostomainen markkinointi

Ulkomaille suuntautuva kiinnostus vaatii aktiivista myyntiä, näkyvyyttä ja tarinallistettua konseptointia (elämäntapa, käyttötilanteet, suomalainen olosuhdeosaaminen).

- Vastaja nostavat esiin messut ja sisällöt (YouTube/some/vaikuttajat)
- Monilla uusilla toimijoilla on veneenrakennusosaamista, mutta kansainvälisen markkinan ja jakelun rakentaminen on vaikeaa ilman kumppaneita.

5) Vesistömatkailun kilpailuetu on “karu pohjoinen luontoelämys”, palvelutieto ja tuotteistaminen pullonkauloja

Suomen vesistömatkailun vahvuudet kiteytyvät puhtauteen, luonnonrauhaan, ainutlaatuihin saaristoon ja sisävesiin. Kehittämisen pullonkaulat liittyvät kuitenkin siihen, että palvelut ovat vaihtelevia ja vaikeasti löydettäviä, kausi on lyhyt ja satamien perusasiat (aukiolot, septi, laiturit, opasteet) eivät aina palvele odotuksia.

- Ulkomaisia asiakkaita varten tarvitaan selkeitä kokonaisuuksia (reitit, vuokraus/kippari, satamat, palvelut).

6) Digitaaliset palvelut tuottavat arvoa erityisesti turvallisuuteen ja sujuvuuteen – tieto hajallaan

Digipalvelut (sää, navigointi, satamapaikat, yhteisöt) nähdään veneilyssä keskeisinä turvallisuuden, reittisuunnittelun ja mielenrauhan lähteinä. Samalla toistuu kehitystoive: satama- ja palvelutiedon koonti (syvyydet, vesi/sähkö, septi, hinnat, varaukset, webkamerat) yhteen paikkaan, mieluiten venetyypin mukaan suodatettuna ja monikielisesti.

7) Veneilyn merkitys herättää vahvoja tunteita – kannattaa hyödyntää

Veneily ei näyttäydy vain harrastuksena vaan elämäntapana, jossa korostuvat vapaus, arjesta irti pääseminen, luonto ja yhteisöllisyys. Tämä tarjoaa yrityksille selkeän viestinnällisen lähtökohdan: kiinnostus syntyy usein “elämäntavan” ja kokemusten kautta, ei teknisten speksien kautta.

Johtopäätökset

- Haastattelujen perusteella suomalaisen venealan ja vesistömatkailun vahvuuskuva on selkeä: laatu, turvallisuus ja olosuhdeosaaminen.
- Kiinnostavuus ja kilpailukyky eivät ole vain tuotteessa vaan siinä, kuinka helppoa asiakkaan on ostaa, aloittaa ja omistaa – eli asiakaspolussa ennen ostoa, oston aikana ja omistamisen arjessa.
- On tärkeää tehdä “laadusta” konkreettista ja ostettavaa. Asiakkaalle ei myydä pelkkää venettä, vaan selkeitä käyttötarkoitukslähtöisiä kokonaisuuksia (esim. retkeily/perhe/kalastus/saaristo), joissa on valmiiksi määritellyt sisällöt, tasot ja hinnat.
- Kilpailuetu syntyy yhä useammin helppoudesta: kuinka asiakas löytää oikeat palvelut ja saa apua, kun kysymyksiä tai huoltotarpeita tulee. Tässä korostuvat löydettävyyys ja jälkimarkkina: selkeä palvelulupaus (vasteajat, huollon etenemisen seuranta jne.) sekä sujuvat digikanavat.

HAASTATTELUJEN PÄÄTULOKSET



Ajatuksia suomalaisista veneistä verrattuna ulkomaisiin

Yleiskuva: suomalaisista veneistä puhutaan pääosin myönteisesti. Vertailussa ulkomaisiin korostuvat suomalaisen veneen “pohjoismainen käyttölogiikka” ja toisaalta “Välimeri-luksuksen” puute

Suomalaisveneiden vahvuudet (verrattuna ulkomaisiin)

Vahvuus (Suomi)	Mitä käytännössä tarkoittaa
Laatu & kestävyys	“Hyvin tehty”, tukeva runko, pitkäikäisyys, premium-mielikuva (etenkin tietyissä brändeissä)
Olosuhdesopivuus & turvallisuus	Suunnittelu kylmään, tuuleen, karikoihin ja talvitelakointiin; merikelpoisuus ja luottamus
Käytännöllisyys / arjen toimivuus	Funktionaaliset ratkaisut ja “käyttölogiikka”; detaljit koetaan usein järkeviksi
Brändit & maine tietyissä segmenteissä	Kärkinä erityisesti Swan/Baltic (purje) ja Axopar/Saxdor/Quarken/Buster/Yamarin/Targa
Jälleenmyyntiarvo & kotimainen huoltoverkko (joissain kommentaissa)	Mainintoja hyvästä jälleenmyyntiarvosta ja tuen saatavuudesta kotimaassa

Millaisia ajatuksia sinulle herää suomalaisista veneistä verrattuna ulkomaisiin? Mitä koet vahvuuksina? Onko jotain kehityskohteita?

Missä ulkomaiset koetaan paremmiksi?

Ulkomaiset parempia missä?	Miten se ilmenee vastauksissa
Luksum, sisätilat ja “prameus”	Isompi sisätilavolyymi, aurinkokannet, näyttävämmät konseptit (erityisesti Italia/“Välimeri”)
Muotoilu / visuaalinen näyttävyyys (osassa kommentaista)	Ulkomaisissa koetaan usein “parempi muotoilu” tai rohkeampi design (vaikka suomalaisessa nähtiin myös “raikas design”)
Yritysten koko & elinkaarivarmuus	Mielikuva, että isoilla ulkomaisilla on vakaampi elinkaari ja resurssit (huolto/varaosat/ asiakastuki)

Suomi voittaa: laatu, kestävyys, turvallisuus ja olosuhdesopivuus + käytännöllinen käyttölogiikka.

Ulkomaat voittaa: luksus/tilat/prameus ja osin muotoilun näyttävyyys + “isojen valmistajien” elinkaarivarmuus.

Suomen heikkoudet: korkea hinta, varustelu/viimeistelyvalinnat ja sarjatuotannon tasalaatuisuus + jälkimyynti/varaosat + kansainvälistymisen kyvykyys.

Veneen kyvykkyys ja käyttötarkoitus 1(2)

Kyvykkyys = käyttötarkoituksen ja olosuhteiden “match”: vene koetaan kyvykkääksi, kun se on hyvin suunniteltu, rakenteellisesti turvallinen, kestää aikaa ja on helppo käyttää ja huoltaa.

Toistuvat kriteerit (mitä “kyvykkyys” tarkoittaa vastaajille):

- **Suunnittelu + rakenneratkaisut:** ajattomuus, kestävyys, “ei kertakäyttövene”; materiaalipaksuus ja rakenne nähdään turvallisuuskysymyksenä.
- **Olosuhdesopivuus ja turvallisuus:** kyky toimia vaihtelevissa sääoloissa (turvallisuus korostuu).
- **Varustelu käyttötarkoitukseen:** mukavuus ja käyttökauden laajentaminen (lämmitys, viilennys/ilmastointi).
- **Käytettävyyys ja huollettavuus:** helppokäyttöisyys, helppo huoltaa; veneen “historia/kunto” tärkeä.
- **Tilat ja arjen toimivuus:** miehistö (perhe, lapset, koira) ja turvallinen oppiminen/osaaminen (lapset oppivat käyttämään venettä).
- **Hinta-laatu -suhde:** käyttötarkoitukseen vaikuttaa myös hinta, mutta “miten vene on tehty” ratkaisee.

*Käytännönläheisyys,
laadukkuus, kokonsa
nähdn tehokkaita.*

*laadukkaita, veneen
veistoa jo pitkään
paljolti
meriorientoitunutta,
entä järvet?*

*Arkipäivän toimivuus
parempi, esim. knaapit
suomalaisissa veneissä
on kunnossa
ulkomaisissa muotoilu
on parempi*

Mikä veneestä tekee kyvykkään. Miten vene vastaa käyttötarkoitukseen?

Veneen kyvykkyys ja käyttötarkoitus 2(2)

- Kyvykkyiden avaintekijät (mitä vaaditaan) kooste

Kyvykkyiden avaintekijät	Suomalaisissa korostuu (vahvuusnäkökulma)	Kehityskohteet / huomioitavaa (kun valitaan venettä)
Hyvä suunnittelu & ajattomuus (kestää aikaa)	“Ei kertakäyttöveneitä” – kestävyys ja pitkä elinkaari	Hinta-laatu -suhde: hinta ohjaa valintaa, mutta rakenteen laatu ratkaisee
Rakenne & materiaalit (turvallisuus)	Rakenteellinen laatu ja valmistusosaaminen (“high tech -osaaminen”)	Massatuotannon mielikuva: “ohuempaa materiaalia” → turvallisuus-/laatuvertailu
Olosuhdesopivuus (sää, käyttöympäristö)	Suunnittelu pohjosiin olosuhteisiin tukee turvallisuutta	Käyttöympäristö ratkaisee: “paras mihinkin” – segmentointi tärkeää
Varustelu käyttötarkoitukseen (mukavuus, kauden pidentäminen)	Vene “kesämökinä”: lämmitys + viilennys/ilmastointi, lisävarusteet	Varustelun järkevyys: mitä oikeasti tarvitaan (paino, kustannus, huolto)
Helppokäyttöisyys & huollettavuus	Arjen toimivuus ja huollon helppous koetaan keskeiseksi	Huollettavuus ja käytön helppous nostettava ostopäätöksen keskiöön
Tilat & miehistön tarpeet (perhe/koira/lapset)	Käyttötarkoituksellisuus: “mahtuu ja toimii meidän porukalle”	Ergonomia ja turvallinen käyttö eri käyttäjille (lapset oppivat)
Kunto & historia (“mitä vene on kokenut”)	—	Käytettynä: kunto ja historia kriittinen osa “kyvykkyyttä”

Mikä veneestä tekee kyvykkään. Miten vene vastaa käyttötarkoitukseen?



Suomalaisten veneiden vahvuudet, heikkoudet ja kehityskohteet 1(2)

Ydinhavainto: Suomalaisveneiden kilpailuetu rakentuu laadusta, merikelpoisuudesta ja olosuhdesopivuudesta. Kiinnostavuuden kasvun pullonkaulat ovat hinta, tuotekonseptien osuvuus kotimarkkinaa, sekä markkinointi/kansainvälinen myyntikyvykyys.

Vahvuudet

- Laadukas tekeminen + merikelpoisuus + ajettavuus ("saariston ymmärtäminen", turvallisuus, käyttöolosuhteet).
- Omaperäisyys / pohjoismainen identiteetti ja tietyt brändit, jotka "puhuttelevat" (esim. Axopar/Saxdor/XO; premiumissa Swan/Baltic-mielikuva).
- Käyttötarkoitukselliset toiminnallisuudet: säilytys, retkeilytoiminnot (WC/ruuanlaitto/kylmäsäilytys), pressu- ja säänsuojaratkaisut.

Heikkoudet ja kehityskohteet

- Hinta ja kokoluokan "karkailu": isoja, kalliita veneitä vientiin – kotimarkkina kaipaa useammin pienempiä ja edullisempia (esim. 200–300k matkaveneet, alle 100k daycruiserit; myös "kansanveneet").
- Tuotannon tasalaatu / value engineering: "hinta alas → joudutaan korjaamaan".
- Markkinointi ja erottuminen: näkyvyys, kohderyhmäymmärrys, sisältö (YouTube/some), lifestyle-myynti; ulkomailla "ei bulkkia".

- *Mitkä koet vahvuuksina, heikkouksina ja kehityskohteina suomalaisiin veneisiin.*
- *Miten suomalaisia veneitä voisi kehittää entistä kiinnostavammaksi tai houkuttelevammiksi-A) Suomaaisille ostajille-B) ulkomaisille asiakkaalle?*

*Vahvuus:
omalaatuisuus ja
brändi & design.
Pohjoismaalaisuus*

*On vaihtoehtoja,
soveltuvuus erilaisiin
vaatimuksiin.
Isompia veneitä
ulkomaille
Axobar-tyyppiset
veneet puhuttelevat
ulkomaalaisia*

*Enemmän resursseja sinne
sähkömoottoripuolelle!
Sähkömoottoripuolella
tarvitaan lisää innovointia!
Sähkömoottorien
kehittäminen ja käyttäminen
olisi kestävä kehitystä*

Suomalaisten veneiden vahvuudet, heikkoudet ja kehityskohteet 2(2)

Houkuttelevuuden lisääminen

- Suomalaisille ostajille (kotimarkkina)

Mitä ostaja hakee	Miten suomalaisia veneitä kannattaa kehittää
Oikea kokoluokka ja hinta	Tuo mallistoon pienempiä ja edullisempia vaihtoehtoja ("kansanveneet", alle 100k daycruiserit, 200–300k matkaveneet) + selkeä varustetasojattelu
Arjen käytännöllisyys (retkeily, mökkiveneily)	Panosta säilytystiloihin, toimiviin retkeilytoimintoihin (WC, ruuanlaitto, kylmäsäilytys) ja helppoon huollettavuuteen
Säänsuoja ilman "pressujumppaa"	Kehitä innovatiiviset katos- ja pressuratkaisut: avoveneen fiilis + tarvittaessa nopea suoja tuulelta/sateelta
Luottamus laatuun	Varmista tasalaatu: "hinta alas → korjataan" -ilmiö pois; varustelun "säästö väärässä paikassa" kuntoon

B) Ulkomaisille asiakkaille (vienti)

Mitä ulkomainen ostaja hakee	Miten suomalaisia veneitä kannattaa kehittää
Erottuva konsepti ja brändi	Korosta pohjoismaista omalaatuisuutta, designia ja selkeää konseptia (Axopar/Saxdor-tyyppinen "puhutteleva" ajattelu)
Näkyvyys ja ostamisen helppous	Rakenna myyntiverkosto ja jatkuva läsnäolo isoissa tapahtumissa (esim. Boot Düsseldorf) + selkeä toimitus/huolto- ja jälkimyyntilupaus
Tarina + sisältömarkkinointi (miksi tämä vene?)	Tee systemaattinen YouTube/some-vene-esittely ja "lifestyle"-myynti ("myy elämäntapaa, ei vain venettä"), myös kohteet/kulttuuri (saaristo, Saimaa) mukaan
Teknologia & kestävyys	Nosta "Finnish tech" uskottavasti: sähköistyminen, innovointi ja kestävät ratkaisut (mutta aina käyttötarkoitus edellä)

Mitkä koet vahvuuksina, heikkouksina ja kehityskohteina suomalaisiin veneisiin.

Miten suomalaisia veneitä voisi kehittää entistä kiinnostavammaksi tai houkuttelevammiksi-A)

Suomaaisille ostajille-B) ulkomaisille asiakkaille?

Ajatuksia suomalaisista vesistömatkailun palveluntarjoajista 1(2)

Ydinhavainto: Suomen vesistömatkailun perusta on ainutlaatuinen luonto ja saaristo, mutta palvelukokemus ja löydettävyyys ovat epätasaisia. Kehityksen kärjet ovat palveluiden “kartalle saaminen” (info + digitaalisuus), satamien vastaanotto ja opastus, sekä kausiluonteisuuden ja sisällön (kahvilat/ravintolat) vahvistaminen.

Mikä toimii / vahvuudet

- Luonto ja saaristo koetaan ylivoimaiseksi vetovoimatekijäksi; myös “vapaus” liikkua, kun kaikkea ei ole kaupallistettu.
- Osa kokee tason olevan melko hyvä ja kehittyvä (vuosi vuodelta parempi).
- Positiivisia esimerkkejä yksittäisistä kohteista (esim. Jurmo, palvelujen laajentuminen).

Heikkoudet / kipupisteet

- Palveluiden löydettävyyys: puute selkeästä, ajantasaisesta tiedosta (aukioloajat, palvelut, saunat, vieraspaikat).
- Satamapalvelun epätasaisuus: verrataan Viroon, jossa vastaanotto/”satamakapteeni” ja tunnelma koetaan paremmaksi.
- Kausi liian lyhyt ja kysyntä ei riitä monessa paikassa → palvelut eivät pysy auki.
- Perusinfra ja toimivuus: septin toimivuus, opasteet, vieraspaikkojen merkinnät.
- Tarjonnan sisältö: ravintoloissa kaivataan laadukkaampaa/monipuolisempaa kuin “kebab ja hamppari”.

Kehityssuunta (miten palveluista tulee houkuttelevampia)

- Digitaalinen palvelukartta (saunat, satamat, palvelut, aukioloajat, varattavuus).
- Satamakokemus kuntoon: opastus, vastaanotto, vieraspaikkojen selkeys.
- Saavutettavuus ilman omaa venettä: vuokraveneet + palvelut (esim. taksivene).
- Markkinointi: enemmän näkyvyyttä (myös suomalaisille), ulkomaalaisia “näky liian vähän”.

Palvelut pitäisi saada paremmin kartalle, eli enemmän tietoa palveluista. Esim. sellainen palvelu, jossa olisi saunojen sijainnit kartalla.

Kahvilat on tarpeen. Taksivene, jos joutuu pulaan.

Suomen saaristomeren ja muutkin vierasvenesatamat ovat hyvin vaihtelevia palvelutason kannalta.

Millaisia ajatuksia sinulle herää suomalaisista vesistömatkailun palveluntarjoajista?

Ajatuksia suomalaisista vesistömatkailun palveluntarjoajista 2(2)

U3.0 Vesistömatkailun palveluntarjoajat – vahvuudet, heikkoudet ja kehitys

Vahvuudet (mikä jo toimii)	Heikkoudet / esteet	Kehitys (mitä pitäisi tehdä)
Ainutlaatuinen luonto & saaristo: vetovoima ja “vapaus” (kaikki ei ole kaupallista)	Löydettävyyys heikko: palvelut “ei kartalla” (aukioloajat, perusinfo, palvelut)	Yksi selkeä palvelukartta: saunat, satamat, palvelut, aukioloajat, varauslinkit
Taso osin hyvä ja paranee: kehittyminen näkyy, yksittäisiä onnistumisia (esim. Jurmo)	Satamapalvelu vaihtelee: vastaanotto ja tunnelma heikompi kuin vertailumaissa (Viro)	Satamakokemus kuntoon: vastaanotto/host, vieraspaikkojen opasteet ja ohjaus
Peruspalvelut tarpeen: kahvilat, turvallisuutta tukeva apu (taksivene)	Kausiluonteisuus: lyhyt kausi → palvelut eivät kannata, ravintolatarjonta yksipuolista	Sesongin pidentäminen + sisältö: palvelut, tapahtumat, parempi ruokatarjonta; lisäksi vuokraveneet/taksivene saavutettavuuteen

Vesistömatkailun vahvuudet ovat upea luonto – luoto on paras. Paljon ei kaupallisia palveluita = Voit liikkua eri satamissa ja luonnossa vapaasti.

Vesistömatkailu ja sen markkinointi alueella voisi tuoda lisää myös kajakkiasiakaita! Valtio ja kunnat tulisi panostaa vesistömatkailuun, jos suomalainen matkailupotentiaali halutaan hyödyntää vahvemmin.

Hyvät viitotukset missä on vieraspaikat!

Millaisia ajatuksia sinulle herää suomalaisista vesistömatkailun palveluntarjoajista?

Suomalaisen vesistömatkailun vahvuudet 1(2)

Ydinhavainto: Suomen vesistömatkailun selkein kilpailuetu ulkomaihin nähden on puhdas luonto, puhtaat vedet ja luonnonrauha – yhdistettynä turvallisuuteen ja ainutlaatuisiin kohteisiin (saaristo + sisävedet). Vastauksissa korostuu myös “karu pohjoinen / luontoyhteyteen perustuva” -tyyppinen vetovoima.

Keskeiset vahvuudet ulkomaihin verrattuna

- Luonto & maisemat: saaristo ja sisävedet koetaan “mielettöminä”, kokemuksellisinä ja ainutlaatuisina (myös karikkoisuus osana luonnetta).
- Puhtaus: etenkin sisävesien puhtaat vedet; ulkomailla kuvataan roskaa satama-altaissa.
- Rauha & turvallisuus: “täällä voi liikkua rauhassa”, turvallisuuden ja luonnonrauhan mielikuva vahva.
- Perusinfra monin paikoin kunnossa: mainintoja septit/jätehuolto ja peruspalveluiden toimivuus.
- Erityiset tuotteet/ilmiöt: ilmaiset/edulliset luonnonsatamat ja saunat (esim. mobile pay -saunat) sekä veneellä saavutettavat luontokohteet.

Kilpailuetua heikentävät (vaikka kysymys on vahvuuksista, nämä toistuvat rinnalla)

- Sesongin lyhyys ja palvelujen sulkeutuminen liian aikaisin (elokuu, keskieurooppalaisten lomat).
- Palvelutason vaihtelu (“vaatimaton palveluiden kanssa” osin myös positiivinen luonnetekijä, mutta vessoihin/laitureihin toivotaan laatua).
- Sinilevä etelässä heikentää “puhtaus”-argumenttia → puhtauden vaaliminen nostetaan esiin.
- Markkinointi & paketointi ulkomaalaisille: tarve tehdä “helppo kokonaisuus” (vene + tarvikkeet + reitit + palvelut), jotta ulkomaalaisia saadaan.

Luonto ja kaunis saaristo. Sinilevä vähän pilaa kuitenkin. Kehitettävää on palveluntaso, laitureiden kunto,

Luonto, puhtaus, vihreys, puhtaus! Luonnonrauha. Turvallisuus.

Suomalaisen vesistömatkailun vahvuudet 2(2)

Suomen vesistömatkailun vahvuudet vs. ulkomaat

Vahvuudet (Suomi vs. ulkomaat)	Miten vahvuus käännetään vetovoimaksi
Puhdas luonto, saaristo ja sisävedet (ainutlaatuiset maisemat, kokemuksellisuus)	Positiointi: "karu pohjoismainen elämys ja luontoon kytkeytyminen" + luontokohteet ja reitit esiin
Puhtaat vedet & siisteys (ulkomaihin verrattuna roska/likaisuus)	Lupaus & todentaminen: puhtaus + toimivat septi/jätehuolto + siistit WC:t "hygienia-standardiksi"
Luonnonrauha & turvallisuus (tilaa liikkua, rauhallinen ympäristö)	Sesongin pidentäminen + tuki: kannustimet/palvelut auki pidemmälle + premium- palvelut ensin → laajennus

*Kautta pitää jatkaa
pidemmäksi
elokuulle. Elokuussa
esimerkiksi
saksalaiset
lomaleivat.*

*Ensin pitää luoda
premium-palvelut,
joita voi sitten
downgreidata kaikille
aasialaiset!
Connecting with
nature*

Millaisia vahvuuksia suomalaisella vesistömatkailulla on sinusta verrattuna ulkomaisiin?

Kehitysideoita suomalaisille veneille 1(2)

Ydinhavainto: Suomalaisilla venevalmistajilla ja alan toimijoilla tuotteet koetaan pääosin hyviksi, mutta kilpailukykyä ja kiinnostavuutta rajoittavat erityisesti näkyvyyden/markkinoinnin vähäisyys, asiakaspolun pirstaleisuus (uuden veneilijän vaikeus löytää palvelut/varusteet) sekä after sales -palvelun ja huollon laatuvaihtelu.

- Lisäksi esiin nousee räätälöitävyys, hintaläpinäkyvyys ja paketoitu varustelogiikka, sekä tulevaisuusteemoina sähköistyminen/foilaus ja monikäyttöisyys.

Mitä kannattaa kehittää (kolme päälinjaa)

Myynti & markkinointi lähemmäs kuluttajaa

1. näkyvyys puuttuu (mainontaa “ei näy”), messuilla esittelijät koetaan osin passiivisiksi/töykeiksi
2. sisältö (YouTube/some), showroomit ja rehellinen tarvekartoitus

Palvelut ja asiakaskokemus (ennen–aikana–jälkeen) kuntoon

1. uuden veneilijän “sisään pääsy”: mistä löydän huollon/varusteet, mitä mikäkin maksaa
2. after sales: yhteydenpito, tavoitettavuus, sovituista asioista kiinni pitäminen
3. huollon laatu/tarkkuus ja asiakaspalvelu vaihtelevat → luottamusriski

Tuotteistaminen ja tuotekonsepti

1. räätälöinti (“iso investointi, haluan juuri oman”)
2. monikäyttöisyys (retki + kalastus + vapaa-aika), käytettävyyden parannukset (tankkaus, säilytys)
3. varustepaketit (good/better/best), lisävarusteiden hinnoittelun läpinäkyvyys

*Tuotteet hyviä,
asiakaslähtöisyyttä
enemmän,
vaikka kuukauden
kuluttua soittaa
asiakkaalle että
miten menee*

*Venealan mainoksia
näkyä tosi vähän.
Mainontaa ja
markkinointia näkee
lähinnä
venetapahtumissa.*

Jos ajattelet veneitä ja venealan yrityksiä (eritoten suomalaisia). Mitä heidän kannattaisi kehittää esimerkiksi: Tuotteissa, Palveluissa, Myynnissä?



Kehitysideoita suomalaisille veneille 2(2)

Mitä kannattaa kehittää? Kooste teemoista

Tuotteet	Palvelut	Myynti & markkinointi
Monikäyttöisyys & käyttömukavuus: retki/kalastus/vapaa-aika, säilytys, ergonomia (mm. tankkausratkaisut)	After sales kuntoon: tavoitettavuus, kysymyksiin vastaaminen, sovitusta kiinni pitäminen	Näkyvyys puuttuu: mainontaa lähemmäs kuluttajaa, ei vain venetapahtumissa
Räätälöitävyys & varustepaketit: tuotteista “paketit” (auto-benchmark), vähemmän yllätyskuluja	Huollon laatu & tarkkuus: testaus, perusasiat kuntoon; asiakaspalvelun taso (ei “ärinää”)	Ostopolun selkeys: avaimet käteen -kokonaisuudet, helppo löytää myyjät/huollot/varusteet
Tulevaisuusteemat: sähköistyminen, foilaus; seuraa markkinaa ja kehitä innovaatioita	Tiedot esille verkkoon: palvelukuvaukset, hinnat, ajantasaisuus ("onko yritys olemassa")	

Toistuvat kehitystarpeet liittyvät erityisesti näkyvyyteen, asiakaspolun sujuvuuteen sekä huollon/after sales -kokemuksen tasalaatuun.

Jos ajattelet veneitä ja venealan yrityksiä (eritoten suomalaisia). Mitä heidän kannattaisi kehittää esimerkiksi: Tuotteissa, Palveluissa, Myynnissä?

Vesistömatkailun edistämisessä tulisi huomioida

Ydinhavainto: Vesistömatkailun (+ siihen kytkeytyvien palveluiden) kasvun este ei ole pelkkä markkinoinnin puute, vaan ennen kaikkea palvelukokonaisuuden ja löydettävyyden puute.

- Markkinointi “ei näy arjessa”, ja ulkomaalaisille tarvittaisiin digitaalinen, helposti ostettava paketti (vene + reitit + tarvikkeet + palvelut).
- Vuokraveneilyn/kipparipalvelun rooli matalan kynnyksen tuotteena sekä palveluasenteen ja palvelusatamien tason kehittäminen.

Keskeiset kehitysteemat

- Näkyvyys & kampanjointi: markkinointi liian vähäistä ja kausiluonteista; keväällä “rummutusta” enemmän, kanavina netti ja tapahtumat.
- Digitaalinen “one-stop-shop”: ulkomaalaisille ja uusille käyttäjille kokonaisuus pitää saada kasaan ilman “miljoonaa paikkaa”.
- Tuotteistaminen ja matala kynnys: vuokravene/kippari palvelu ja valmiit reittipaketit.
- Palvelutason nosto: palvelusatamien palvelutarjonta ja palveluasenne “eurooppalaiselle tasolle”.
- Sesongin/aukioloaikojen logiikka: kritiikki siitä, että ala “lomailee heinäkuussa”; palveluiden saatavuus ja jatkuvuus tärkeä.

Myös vuokraveneitä pitäisi olla Suomessa, jos halutaan saaristoon turisteja.

Esimerkiksi Kroatiassa on paljon vuokraveneitä, tai vene ja kippari palvelua. Suomessa ei ole tämänkaltaisia palveluita tai markkinointia vuokraveneilyyn.

Sellaisia (digi) palveluita, joiden avulla saisi helposti kokonaisuuden hoidettua: veneen ja tarvikkeet ja ei miljoona paikkaa joista pitäisi kasata reissu:

Miten voisi markkinoida, mitä vesistömatkailun edistämisessä tulisi huomioida tai mitä matkailuun vaaditaan?

Digitaalisten palveluiden tai sovellusten käyttö

Ydinhavainto: Digipalveluiden arvo veneilyssä tiivistyy kolmeen:

1. Turvallisuus (sää, varoitukset, varmistukset, navigointi, 112)
2. Reittisuunnittelu & navigointi (kartat/plotterit, syvyydet, kohdetieto)
3. Sujuvuus ja mielenrauha (satamapaikat, varaukset, ajantasainen palvelutieto, webkamerat)

Mitä käytetään eniten (toistuvat):

- Sääpalvelut: Windy/Windi, Foreca, Ilmatieteen laitos, yr.no, Windfinder, Skippo jne.
- Navigointi & kartat: plotterit (Garmin, Raymarine), Navionics, Sailmate, Garmin Boating / ActiveCaptain, veneen omat järjestelmät.
- Satamat & varaukset: satamapaikka-/vierassatamapalvelut, online-varaukset, satamatiedot (tarve sähköistää “vierasvenesatamakirja”).
- Yhteisöt & arvostelut: Facebook-ryhmät, Google-arvostelut, Tripadvisor (etenkin ravintolat).
- Turvallisuus: 112-sovellus, varoitukset, “tuplavarmistus” (paperikartat mukana), septi-/jätehuoltotieto (esim. Septit.net mainitaan).

Onko sinulla käytössä jotain digitaalisia palveluita tai sovelluksia?

Miten digitaaliset palvelut, sovellukset parantavat veneilykokemusta?

Miten digitaaliset palvelut, sovellukset auttavat tai tuovat lisäarvoa veneilyysi.

Koettu digipalveluiden tuoma lisäarvo:

- Parempi päätöksenteko kelin ja reitin mukaan (tuuli/aallokko/ukkoset, tuntiennusteet).
- Helpompi löytää pysähdyspaikat ja palvelut (syvyydet, laituripaikat, vesi/sähkö, septi).
- Vähemmän epävarmuutta: ajantasainen tieto ja “backup” lisäävät mielenrauhaa.

Kehitystarpeet:

- Ajantasainen, koottu satama- ja palvelutieto (myös venetyypin/syvyyden mukaan suodatettuna).
- Nopeusrajoitusten tuonti sähköisiin karttoihin (Traficom-data olemassa, ei käytössä kartoissa).
- Sää- ja aallokkoennusteiden laatu + “supersää”/koostepalvelu (eri lähteiden yhdistäminen).
- Webkamerat satamiin (tilanne ja vapaat paikat näkyviin). Kieliversiot (esim. veneilysaimaa.fi:n yhteydessä mainittu tarve).

Veneily merkitys ja elämykset 1(2)

Ydinhavainto: Veneily koetaan ennen kaikkea vapauden ja arjesta irtautumisen lähteenä, joka yhdistyy luontokokemuksiin (saaristo, meri/sisävedet, hiljaisuus, maisemat) sekä yhteisöllisyyteen (perhe, ystävät, satamissa kohtaamiset).

Veneily on elämäntapa, ei vain harrastus. Lisäksi korostuu veneilyn “perilläolo”-ajatus. Jo vesillä oleminen on päämäärä, ei pelkkä siirtymä.

Mitä veneily tuo (toistuvat elämykset)

- Vapaus & irti arjesta: “köydet irti → perillä”, aika pysähtyy, kiire katoaa.
- Luonto & maisemat: saaristo, hiljaisuus, veden elementti, auringonlaskut, lintukuvaus/retkeily, tähdenlennot.
- Yhdessäolo & yhteisöllisyys: perheen ja kavereiden kanssa, satamissa moikataan ja autetaan.
- Elämäntapa & identiteetti: purjehdus/matkapurjehdus, kilpapurjehdus; veneily osana kesää (“en lähde ulkomaille”).
- Oppiminen & taito: jatkuva oppiminen, meren kunnioitus; osa nostaa esiin navigointitaidon ja turvallisuuden.

Muut terveiset / kehitysnäkökulmat

- Hinta on kynnys etenkin nuorille, on tarvetta matalan kynnyksen kokeiluun (vuokraveneet, ohjatut tutustumiset).
- Ympäristö & vastuullisuus: septi, kierrätys, saariston siisteys.
- Matkailijoiden ohjeistus: luonto-olosuhteet ja paikalliset erityispiirteet (esim. eläimet) esiin.
- Vesistömatkailun s & edistäminen tärkeää; tarvitaan toimijoita ja yhteishenkeä.

*Yhdessäoloa,
kavereita,
merimaisemia,
saaristoa, kivalla
porukalla ollaan
grillaillaan ja vietetään
aikaa yhdessä.*

*Luontoarvoja. Yksin kun
meloo, tuuli on pahin
vihollinen. Saa
kavereita, kun kaikki
haluaa auttaa. Sama
kuin koiran kanssa.
Hiljaisuus, ei häiritse
luontoa ja voi kerätä
romua.*

*Mystinen maailma,
köydet kun irrottaa on
perillä, irti arjesta
kokemus, arjen kiire
häviää. Matkanteko
vaatii täyden
keskittyminen*

Veneily merkitys ja elämykset 2(2)

Veneilyn merkitys ja “muut terveiset” kooste

Mitä veneily merkitsee / elämykset	Mikä tekee kokemuksesta vahvan	Muut terveiset / kehitysviestit
Vapaus & irti arjesta: aika pysähtyy, “köydet irti → perillä”	Kokonaisvaltaisuus: luonnon rytmi, tuuli/meri, täysi läsnäolo	Matalampi kynnys uusille: nuorille hinta korkea → vuokraveneet, ohjatut kokeilut
Luonto & hiljaisuus: saaristo, maisemat, “sielu lepää”, ainutlaatuiset paikat	Perilläolo vesillä: purjeveneessä “olla on jo siellä”; moottorilla helpot siirtymät	Vastuullisuus & infra: septi/kierrätys, saariston siisteys, saavutettavat septipaikat
Yhteisöllisyys: perhe, ystävät, satamien kohtaamiset, auttamisen kulttuuri	Elämäntapa: monelle veneily on identiteetti ja kesän ydin (ei ulkomaanmatkoja)	Matkailun edistämisen tuki: ohjeistus matkailijoille (luonto/olosuhteet), yhteishenki ja verkostot

Mitä veneily sinulle merkitsee – millaisia elämyksiä tai kokemuksia se tuo?

Muut terveiset veneilyysi liittyen

Liite: haastattelulomake

Kerro omin sanoin mitä ajatuksia seuraavat veneilyyn liittyvät kysymykset ja teemat sinussa herättävät.

1. Millaisia ajatuksia sinulle herää suomalaisista veneistä verrattuna ulkomaisiin? Mitä koet vahvuuksina? Onko jotain kehityskohteita?
2. Mikä veneestä tekee kyvykkään. Miten vene vastaa käyttötarkoitukseen?"
3. Miten suomalaisia veneitä / veneteollisuutta voisi kehittää entistä kiinnostavammaksi? Mitä vahvuuksia, heikkouksia tai kehityskohteita veneissä voisi olla? Miten suomalaisia veneitä voisi kehittää entistä kiinnostavammaksi tai houkuttelevammiksi A) Suomaisille ostajille B) ulkomaisille asiakkaalle?
4. Millaisia ajatuksia sinulle herää suomalaisista vesistömatkailun palveluntarjoajista?
5. Millaisia vahvuuksia suomalaisella vesistömatkailulla on sinusta verrattuna ulkomaisiin?
6. Millaisia kehityskohteita suomalaisella vesistömatkailulla on tai tunnistat vesistömatkailuun?
7. Jos ajattelet veneitä ja venealan yrityksiä (eritoten suomalaisia). Mitä heidän kannattaisi kehittää esimerkiksi: tuotteissa, palveluissa, myynnissä?
8. Miten voisi markkinoida, mitä venealan edistämisessä tulisi huomioida tai mitä esimerkiksi vesistömatkailun edistämiseen vaaditaan? "
9. Onko sinulla käytössä jotain digitaalisia palveluita tai sovelluksia?
10. Miten digitaaliset palvelut parantavat veneilykokemusta?
11. Miten digitaaliset palvelut auttavat tai tuovat lisäarvoa veneilyysi?
12. "Mitä veneily sinulle merkitsee – millaisia elämyksiä tai kokemuksia se tuo?" Muut terveiset?

Lisätietoja tutkimuksesta ja hankkeesta

Antti Jylhä
(tutkimusaluejohtaja)
p. 0503051773
Antti.Jylha@haaga-helia.fi

Haaga-Helia amk:n tutkimus-
ja kehityspalvelut:

- [Tki-hanketoiminta](#)
- [Kaupalliset
markkinatutkimukset](#)
- [Täydennyskoulutukset](#)

