

**Saksamaa elanike loodussuunitlusega välisreiside iseloomustus ja
Eesti potentsiaal Saksamaa loodushuviliste turistide sihtkohana**

Koostajad:

**Dipl. Ing. Christine Garbe, AeraNova Consult
MA Nicola Schneider, AeraNova Consult
Prof. Dr. Hartmut Rein, University of Applied Sciences, Eberswalde**

Tellija: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus

Berliin 2008

1. Analüüsi määratlus, ulatus ja meetod

Käesoleva uuringuprojekti lähteülesanne:

- Kirjeldada ja analüüsida erinevatest loodusturismi toodetest huvitatud segmente Saksamaal (reisijate sotsiaal-demograafilist profiili) ning nende reisieelistusi (looduspuhkuste planeerimist ja korraldamist, eelistusi reisisihi ja reisiegevuste osas ning sihtkoha valikut mõjutavaid tegureid).
- Analüüsida Eesti kui looduspuhkuse sihtkoha atraktiivsust Saksamaa elanike seas, sh. leida segmendid, kes võiksid Saksamaal olla kõige rohkem huvitatud looduspuhkusest Eestis, ning tooted, mis võiksid neile kõige suuremat huvi pakkuda.
- Soovitada Eesti loodusturismi pakujatele tootearendus- ja turundustegevusi, mis aitaks suurendada Eesti kui looduspuhkuse sihtkoha atraktiivsust Saksamaal.

Uuringuprojekti metoodika:

- mitmesuguste olemasolevate Saksamaa elanike välisreiside turgu kajastavate uuringute ja andmebaaside analüüs,
- intervjuud loodusturismile spetsialiseerunud reisikorraldajatega Saksamaal,
- Eesti lähiriikide ja Saksamaa populaarsete looduspuhkuse sihtkohtade puhkusevõimaluste analüüs nende sihtkohtade turismiveebide ja turismitrükiste põhjal.

Tuleb silmas pidada, et olemasolevad, mitmete erinevate organisatsioonide poolt korraldatud loodusturismi nõudluse uuringud kasutavad kõik erinevaid lähenemisviise. Kui iga-aastane Saksamaa elanike puhkusereiside uuring „*Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen*” (lühend F.U.R.) kirjeldab eelkõige reisimotiive, siis „*Studienkreis für Tourismus und Entwicklung*” (lühend SfTE)¹ ja INVENT-projekt (uuenduslikud turunduskontseptsioonid säästva turismi arendamiseks)² uurisid hoopis Saksamaa turistide huvi ökoturismi vastu. SfTE uuring keskendus Saksamaa puhkajate teadlikkusele loodust ja keskkonda puudutavatest küsimustest, kuid INVENT-projekt keskendus peamiselt elustiili ja väärtushinnangute aspektidele. Seetõttu saab olemasolevate uuringutulemuste põhjal esile tuua vaid üldisi sihtrühma iseloomustavaid näitajaid.

¹ SfTE uuring tehti aastail 1997 ja 2004

² INVENT-projekt toimus aastail 2002–2005 ning see põhineb 2002. a. turu-uuringul

2. Saksamaa elanike loodussuunitlusega välisreiside iseloomustus

2.1 Loodusturismi määratlus

Loodusturism on „looduspiirkondadesse reisimise vorm, kus kesksel kohal on looduse kogemine” (Strasdas, 2001). Ökoturismi tööühm (AGÖT 1995) iseloomustab loodusturismi ütlusega, et „loodusturism osutab turusegmendile, mida eristavaks omaduseks on kaasatus loodusega seotud tegevustesse atraktiivses looduskeskkonnas, eelistatavalt kaitsealadel. See spekter ulatub teadusturismist looduse vaatlemiseni, loodusfotograafiani ning tarbimistegevusteni (kalastamine ja jahilkäik) ning sportimise ja seiklusturismini.”

Lisaks on oluline, et looduspõhist turismi ei võrdsustataks ökoturismiga, mis nõuab täiendavat säästlikku lähenemisviisi. Strasdas (2001) leiab, et loodusturismi ja ökoturismi vaheline erinevus seisneb kokkuvõttelult järgmises: **loodusturism** puudutab kindlat turistide segmenti ning kindlat tootekorraldust – see on **looduspiirkondadesse reisimise vorm, mille keskmeks on looduse kogemine**. Ökoturismi keskmeks on aga turismi säästev areng, mis eeldab majanduslike, sotsiaalsete ja ökoloogiliste põhieesmärkide omavahelist kooskõlastamist.

Loodusturismi põhjalikumaks iseloomustamiseks tuleb eristada loodusturismi laiemas tähenduses ja loodusturismi kitsamas tähenduses.

Loodusturismi nõudluse ja pakkumise struktuur

Loodusturism laiemas tähenduses	Loodusturism kitsamas tähenduses		Loodusturism laiemas tähenduses
Segmendid, mis on kombineeritud loodusturismiga	Keskendub looduse kogemisele kaitsealadel		Keskendub tegevustele
Objektipõhine	Uurimine/nauding	Jälgimine/tegevus	Looduskeskkonnas
	Objektipõhine	Maastikupõhine	
<ul style="list-style-type: none"> • Loomaaedade külastamine • Lõõgastavad tegevused looduses • Golfi mängimine • Vabaõhuüritused • Loodusloomuuseumid • Telkimine • Välispordiüritused (nt maraton) • Uisutamine • Aia/pargiturism • Puhkus talus • Geopargid • Temaatilised marsruudid 	<ul style="list-style-type: none"> • Ulukite kaitseala/ pargi külastamine • Kaitsealade infokeskuste külastamine • Loodusrajad • Looduslike toodete nautimine • Geoloogilised marsruudid • Soo/ märgala matkarajad 	<ul style="list-style-type: none"> • Linnuvaatlus • Looduse jälgimine • Aktiivne looduse kogemine jalgsi, jalgrattal, hobusel või vees • Metsiku looduse kogemine • Aktiivne maastikukaitse 	<ul style="list-style-type: none"> • Spordialad looduses: • Matkamine • Kanuumatk, sõudmine • Purjetamine, surfamine • Kepikõnd • Ujumine • Sukeldumine • Õhupallisõit, purilendamine • Käimine • Kalastamine • Jahilkäik • Seikluslaagrid

Allikas: BTE, dwif, Eberswalde Rakendusteaduste Ülikool, 2007 (tõlgitud mõningate muudatustega)

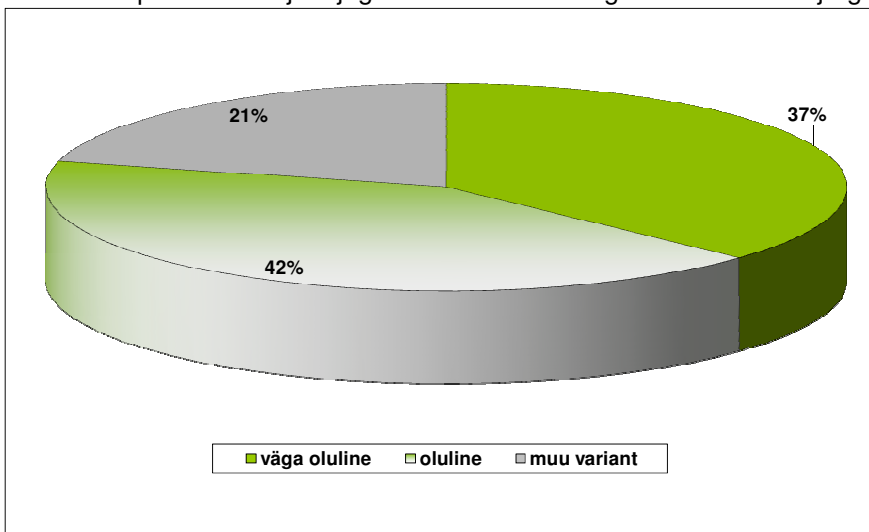
Analüüs näitab, et loodusturistid ei moodusta iseenesest homogeenet rühma, kuid loodusturism on populaarne suurema osa Saksamaa puhkajate seas. Enamik loodushuvilisi reisijaid on ühtlasi huvitatud ka muudest tegevustest/ kohtadest: lisaks looduse kogemisele otsivad nad lõõgastusvõimalust ja taastumiseks vajalikku tavakeskkonnast eemal viibimist. (F.U.R, 2003)

2.2 Loodusega seotud reisimotiivid

Reisimotiivid mõjutavad sihtkoha valikut ja puhkusereisi aegseid tegevusi. Erinevate küsitluste põhjal on puhkusereisi ajal teatud määral loodusest huvitatud 80–90% Saksamaa puhkajatest. Linna lummus, sellele omased aspektid, nagu teater, restoran ja ostukeskus, ei mängi hinnanguliselt olulisimat rolli, vaid hoopis haljasalade või rohelise vööndiga puhkealade lähedus (Bell, 2007). Puutumatu loodus ja keskkond on enamike sakslaste (84%) jaoks oluline puhkusest rahulduse saamisel (SfTE, 2005). Ühtlasi tunneb ligi 3/4 puhkajaid võõristust omapäratute maastike ja sihtkohtade vastu.

Uuringute kohaselt ei ole looduse kogemise motiiv puhkusemotiivide nimekirjas esikohal, kuid siiski vägagi kõrgel kohal. 79% Saksamaa elanike jaoks on *loodusekogemus* puhkuse ajal kas oluline või väga oluline. (F.U.R, 2005).

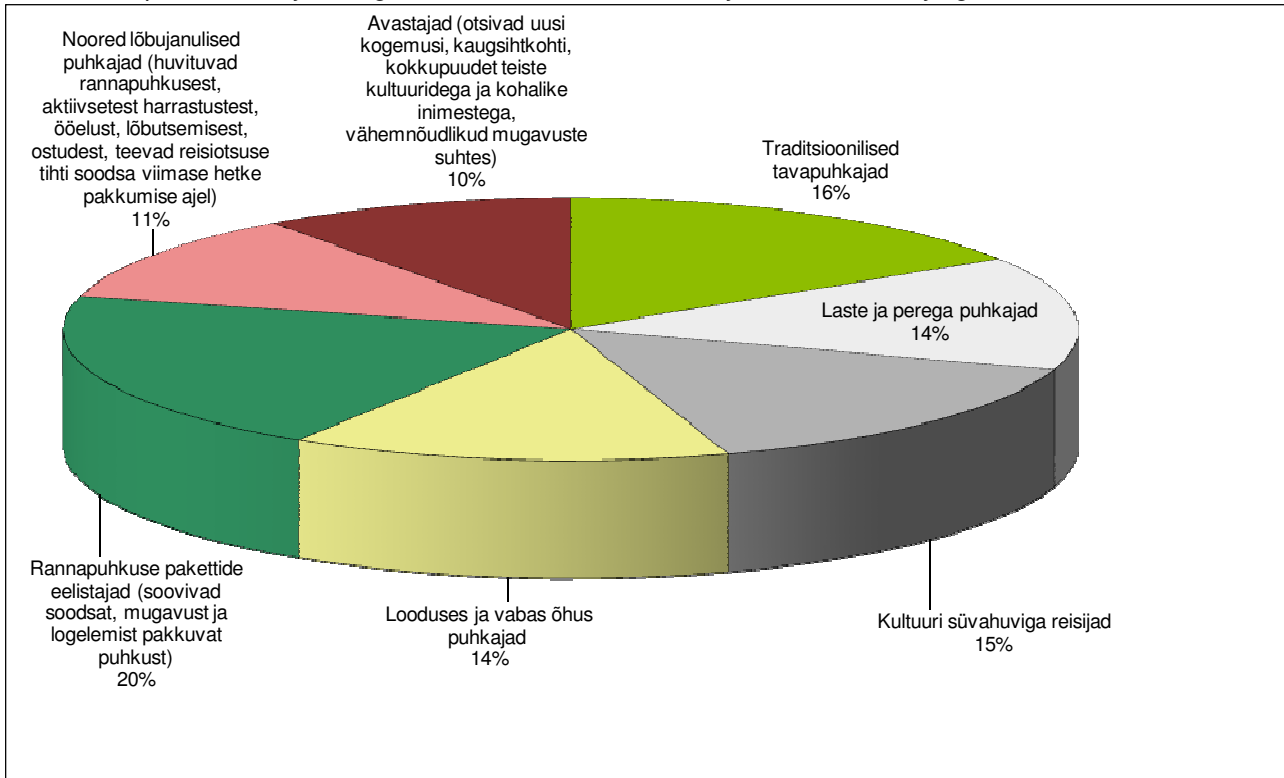
Saksamaa puhkusereisijate jagunemine loodusekogemuse olulisuse järgi reisimotiivina



Allikas F.U.R, 2005 (vastajad: Saksamaa puhkusereisijad vanuses 14+)

INVENT-projekti raames Saksamaal 2003.a. läbiviidud kvantitatiivuuringu (2021 vastanut) ja kvalitatiivuuringu (4 grupidiskussiooni) põhjal grupeeriti Saksamaa puhkusereisijad oma eelistuste, väärtuste ja reisikäitumise põhjal seitsmesse segmenti. Lisaks otseselt looduses ja vabas õhus puhkamiste eelistavale segmendile on veel kolm gruppi teatud määral huvitatud loodusega seotud puhkusest. Nende täpsem iseloomustus on esitatud järgnevas tabelis.

Saksamaa puhkusereisijate segmentid eelistuste, väärtuste ja reiskäitumise järgi.



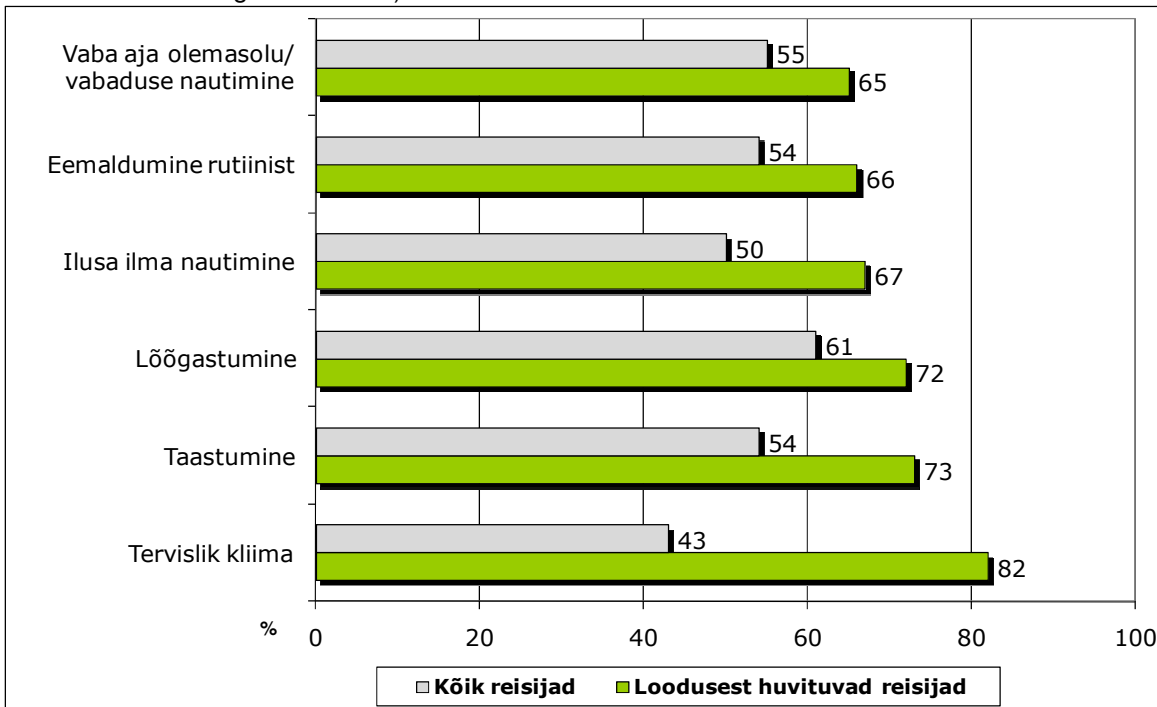
Suuremal määral looduspuhkusest huvitatud segmentide iseloomustus

Traditsioonilised tavapuhkajad	Laste ja perega puhkajad	Kultuuri süvahuviga reisijad	Looduses ja vabas õhus puhkajad
<ul style="list-style-type: none"> Eelistavad puhata saksakeelsetes maades, sest tunnevad ebakindlust välisriikide ja nende kultuuri suhtes Enamasti üle 60 a. Pigem madala hariduse ja sissetulekuga Igatsevad tuttavaid, harjumuspäraseid, varem külastatud sihtkohti Tähtsad on sihtkoha turvalisus ja majutuskoha puhtus Sõidavad sihtkohta auto/ bussi/ rongiga 	<ul style="list-style-type: none"> Peamine vanuserühm: 30-45 a. Leibkonna sissetulekud ulatuvad keskmisest kõrgeni Puhkusesihtkoha valiku määrab selle sobivus lastega peredele Eelistavad suviseid rannapuhkusi, eriti Vahemere ääres või Saksamaa rannikul Soovivad puhkust stressist ja kohustustest vabanemist, logelemist ja tegevusi lastele 	<ul style="list-style-type: none"> Pigem üle 50 aastased Kõrge haridustase Valdavalt keskmise või kõrge sissetulekuga Suur huvi sihtkoha kultuuri, keele, toidu, kommete jms vastu, ka ökoloogiliste ja säästvate aspektide vastu Soovivad reisilt oma teadmiste täiendamist ja valmistavad reisi põhjalikult ette; eelistavad individuaalreise Hindavad teenuste kõrget kvaliteeti ja mugavust Eelistavad kultuurireise ja puhkust maal või mägedes 	<ul style="list-style-type: none"> Keskmisest veidi rohkem kuulub siia nooremaid ja keskealisi inimesi, kel on lapsed Kõrgema või keskmise hariduse ja sissetulekuga Soovivad puhkuselt tegevust ja vaheldust ning füüsilist koormust vabas õhus Orienteeritud nii perele kui ka kogemustele Neile meeldib aktiivne puhkus mere ääres, puhkus maal nii suvel kui talvel rattasõidu, matkamise, talviste või suviste aktiivsete harrastuste ja wellnessi võimalustega Huvitatud säästvatest ja keskkonnasõbralikest puhkusevõimalustest

Järgnevalt on esitatud mitmeid jooniseid, kus on sama uuringu alusel välja toodud looduses ja vabas õhus puhkaja segmenti kuuluvate reisijate eelistused võrreldes kõigi Saksamaa puhkusereisijatega.

INVENT 2005 näitab, et Saksamaa loodushuvilistele puhkajatele on tervislik kliima, lõõgastumine ja taastumine selgelt olulisemad kui Saksamaa puhkusereisijatele keskmiselt.

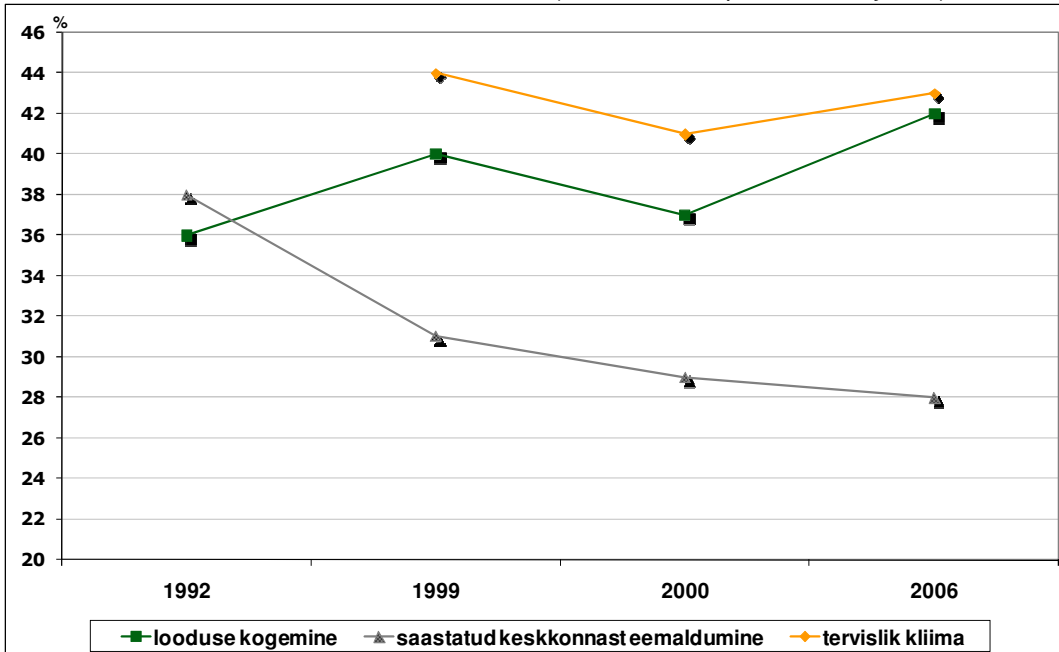
Looduses ja vabas õhus puhkajate motiivid võrreldes kõigi Saksamaa puhkusereisijatega (% reisijatest, kellele nimetatud tegur on oluline)



Allikas: avaldatud DTV, 2005

Kui 1990. aastate alguses nimetasid puhkajad looduse kogemise ja reostatud keskkonnast pagemise motiivi enam-vähem ühepalju ning need olid tõenäoselt omavahelises seoses, siis praeguseks on reostatud keskkonnast pagemise motiiv oma tähtsust mõnevõrra kaotanud. Looduse kogemise motiiv aga on muutunud olulisemaks, samas kui tervisliku kliima motiiv on olnud viimastel aastatel püsivalt kõrge tähtsusega.

Loodusturismi reisimotiivide olulisuse muutus (% Saksamaa puhkusereisijatest)



Allikas: F.U.R 1998, 2000 ja 2007

Need arvud näitavad, et praegu mõjutavad looduspuhkuste populaarsust eelkõige keskkonnateadlikkus koos suurema terviseteadlikkusega.

Seda näitavad muuhulgas järgmised uuringutulemused (SfTE, 2005; F.U.R, 2007):

- sihtkoha või majutuskoha keskkonnasõbralikkus on puhkuse planeerimisel oluline umbes pooltele Saksamaa elanikest (51%)
- reisikorraldaja keskkondlik kaasatus sihtkohas on reisikorraldaja valikul oluliseks kriteeriumiks 36%-le Saksamaa puhkusereisijatest
- 64% puhkusereisijatest eeldab, et reisikonsultant pakub neile asjatundlikku keskkonna-alast informatsiooni.

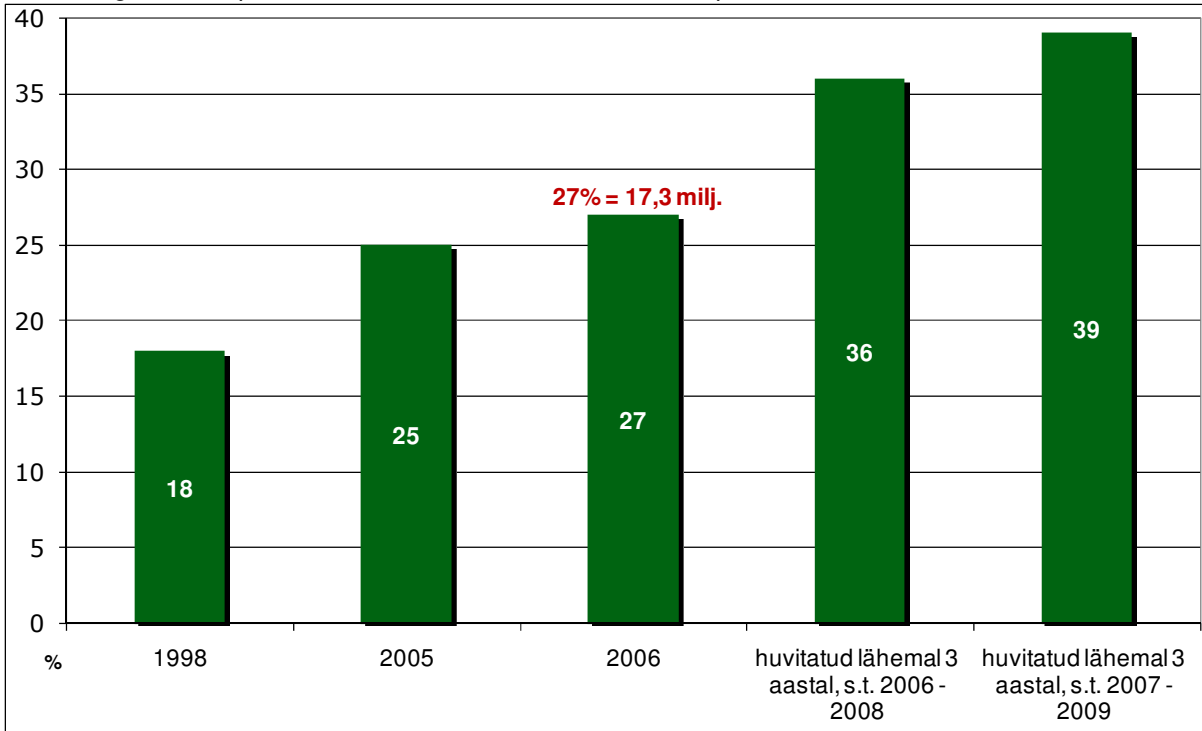
2.3 Saksamaa loodusturismi maht

2006.aastal reisis kodu- või välismaale 74,7% Saksamaa 14-a. või vanemast elanikkonnast (65,06 miljonit inimest), sh. 48,6 miljonit inimest tegi vähemalt ühe puhkusereisi.

Viis või rohkem päeva kestnud puhkusereise kodu- või välismaale oli kokku 64,42 miljonit (F.U.R, 2007). Neist 68% (43,81 miljonit) tehti välismaale, millest omakorda 33,7 miljonil juhul suunduti Euroopasse.

27% Saksamaa reisijatest nimetas oma 2006. a. puhkust loodusega seotud puhkuseks (sh. 37% kodumaal reisinutest ja 23% välismaale reisinutest). Selliste inimeste osakaal on viimastel aastatel pidevalt kasvanud ning kasvamas on ka nende arv, kes ütlesid, et on tulevikus huvitatud looduspuhkusest.

Loodusega seotud puhkuste osatähtsus Saksamaa elanike puhkusereiside seas alates 1998.a.



Allikas: F.U.R 1998, 2000 ja 2007a

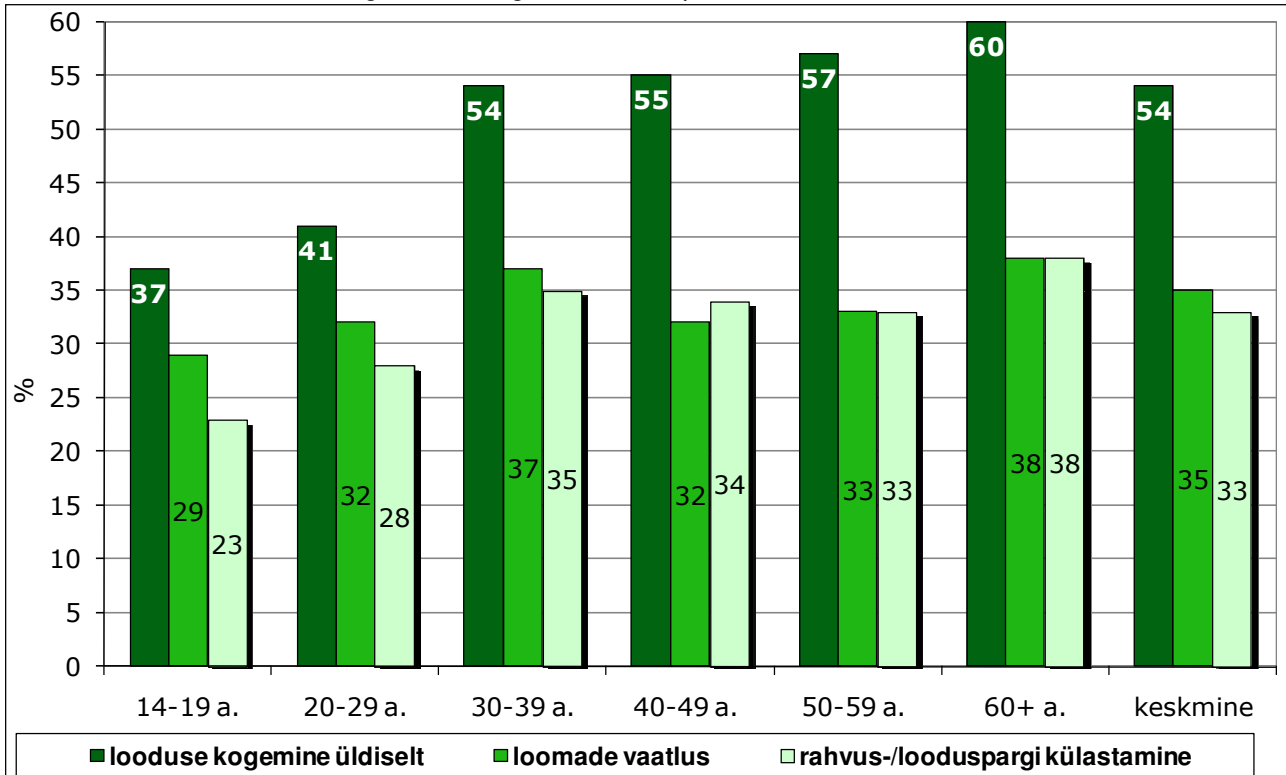
Samas vaid 8% kõigist 2006. a puhkusereisidest (sealhulgas 5% puhkusereisidest välismaale) olid reisijate endi hinnangul eelkõige või peamiselt looduspuhkused. Saksamaa puhkusereiside uuringu tulemused viitavad otseselt sellele, et looduses puhkamine on sageli kombineeritud teiste puhkusemotiivide ja tegevustega: 52% looduses puhkajatest nimetas oma puhkust ühtlasi lõõgastuspuhkuseks (*relaxation holiday*), 42% ühtlasi rannapuhkuseks (*beach holiday*), 35% ühtlasi elamuspuhkuseks (*experience holiday*) ning 26% ühtlasi aktiivseks puhkuseks (*active holiday*). Seega võtavad loodushuvilised reisijad reisi jooksul osa mitmetest erinevatest tegevustest. Lisaks selgub neist näitajatest, et loodusega seotud reiside tegijaid jagunevad laias laastus kaheks: 1) aktiivne reisija, kes keskendub loodusekogemusele kergete sportlike tegevuste kaudu (eelkõige matkamine ja jalgrattasõit), ning 2) lõõgastusele keskenduv reisija, kelle peamine motiiv on taastumine ja puhkamine looduses.

2.4 Sotsiaaldemograafiline profiil

Looduspuhkuse põhimotiivide tähtsus erineb vanusegruppide, elufaaside, sissetuleku ja haridustaseme lõikes.

Huvi loodusega seotud tegevuste vastu on suurem vanemate vanusegruppide hulgas (eriti üle 60 a., aga ka 50-59 aastaste seas). Samas 20-29 aastaste ja eriti 14-19 a. reisijate seas on selgelt alla keskmise nii üldisemalt looduskogemusest huvitatuid, kui ka kitsamalt loodus- ja rahvusparkidest huvitatuid. Vaid huvi loomade vaatluse vastu oli vanusegrupiti ühtlasem.

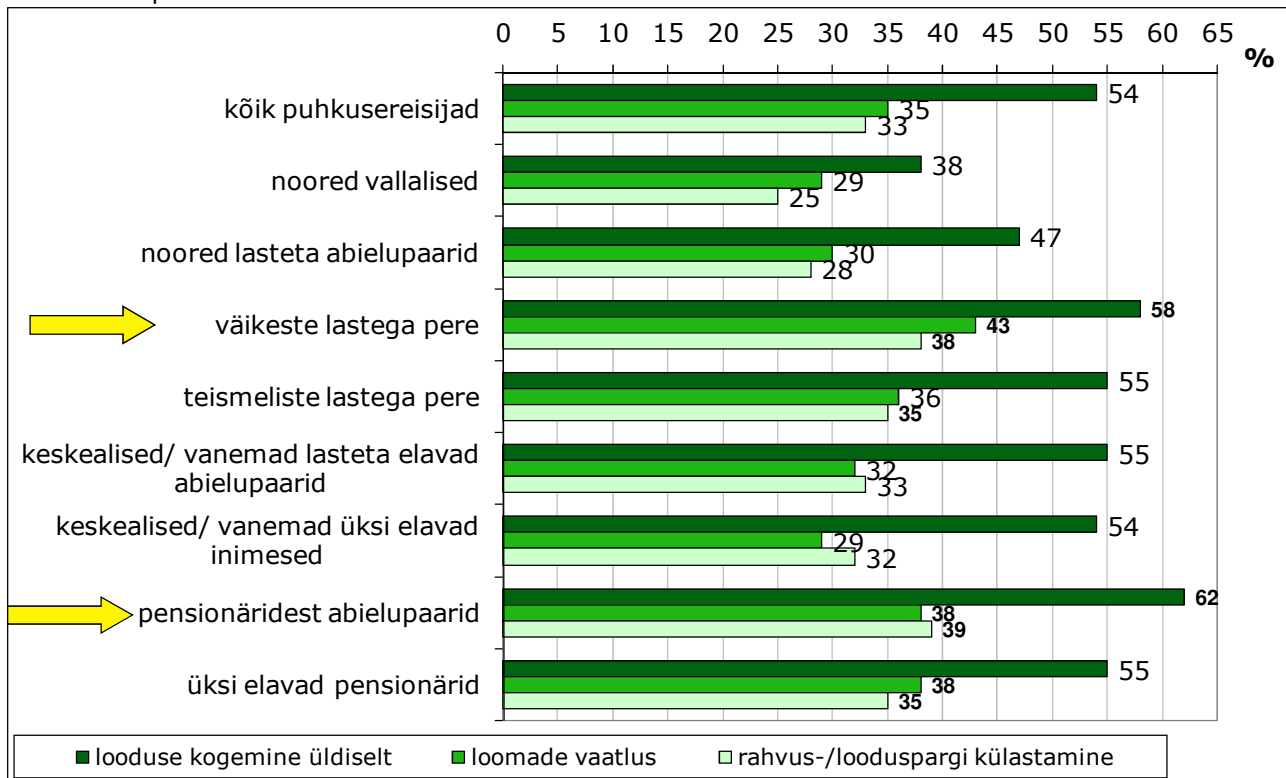
Vanuserühmade huvi loodusega seotud tegevuste vastu puhkusereisidel



Allikas: SfTE, 2005

Elufaas – kuigi seotud vanusega – avaldab samuti mõju üldisele reisikäitumisele ja eriti huvile loodusega seotud tegevuste vastu. SfTE uuringutulemuste kohaselt on üldine huvi looduspõhiste tegevuste vastu kõrgeim vanemate inimeste/ pensionäride seas (sealhulgas koos abikaasaga elavate inimeste seas mõnevõrra kõrgem kui üksi elavate inimeste seas) ning väikeste lastega perede seas. Kõige väiksem on huvi looduspuhkuse vastu noorte seas – nii noorte vallaliste kui ka noorte, lasteta abielupaaride seas. Naised peavad meestega võrreldes veidi rohkem oluliseks nii tervislikku kliimat kui ka loodusega seotud tegevusi reisidel. Samas võib seda erinevust seletada ka sellega, et vanemate vanusegruppide seas on naisi rohkem kui mehi.

Huvi looduspõhise turismi vastu elufaasi lõikes



Allikas: (SfTE, 2005)

Sissetulekut ja haridust võib vaadelda reisikäitumise võtmetegureina. Kõrgema haridusega inimeste seas on oluliselt rohkem neid, kes üldiselt puhkuse teevad, ning nad ka reisivad sagedamini (teevad mitu puhkuse reisi aastas) – võrreldes madalama haridustasemega inimestega. Sissetulekut aga peetakse reisimisaktiivsuse seisukohalt vanusest ja haridustasemest veelgi tähtsamaks, kuna nende inimeste hulk, kes teevad aasta jooksul lisaks põhipuhkusele ka teise, kolmanda jne. puhkuse reisi, kasvab koos sissetulekuga (F.U.R, 2007).

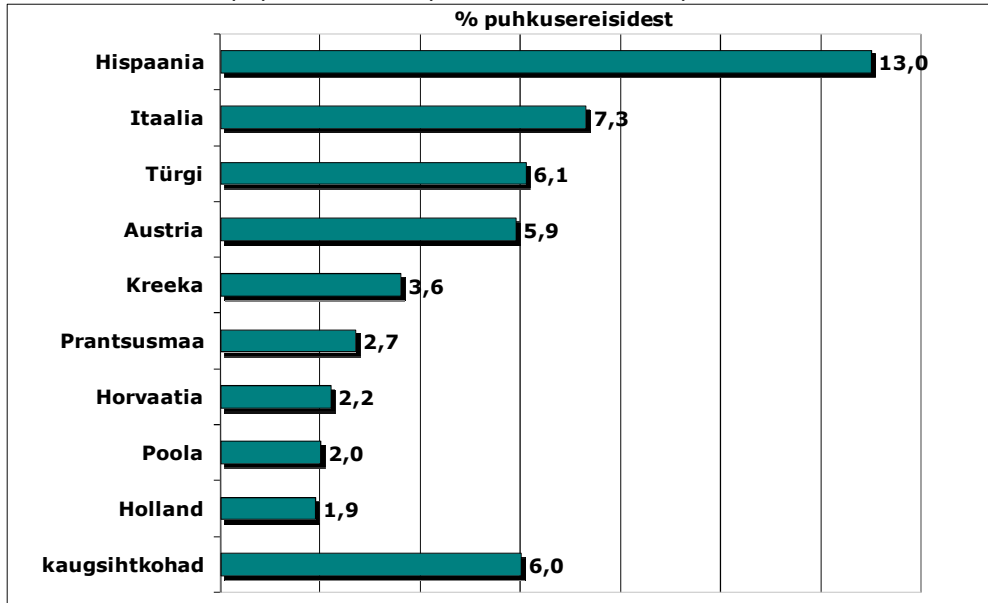
Nii Saksamaa puhkuse reisi uuringu (F.U.R, 2005) kui ka *Studienkreis für Tourismus und Entwicklung* (SfTE, 2005) tulemuste põhjal huvituvad loodusega seotud reisidest eelkõige keskmise sissetulekuga rühmad. INVENT (2005) näitas, et looduses ja vabas õhus puhkamisest on teistest rohkem huvitatud keskmise ja kõrgema hariduse ning keskmise ja ka kõrgema sissetulekuga inimeste rühmad.

2.5 Reisikäitumine

2.5.1 Peamised puhkuse reisi sihtkohad

Sise- ja välisreisi osatähtsus sakslaste pikkade puhkuse reisi seas on viimasel kümnel aastal püsinud üldiselt stabiilsena: 30-32% puhkuse reisidest tehakse Saksamaal ja 68-70% välismaale (NB! Sakslaste puhkuse reisi uuring F.U.R. käsitleb vaid 5 või rohkem päeva kestvaid puhkuse reise, mida 2007.a. oli 63 miljonit). Kümne peamise sihtkoha seas on esikohal Hispaania. Samas on viimaste aastate jooksul toimunud mõningane nihe Ida- ja Põhja-Euroopa riikide kasuks.

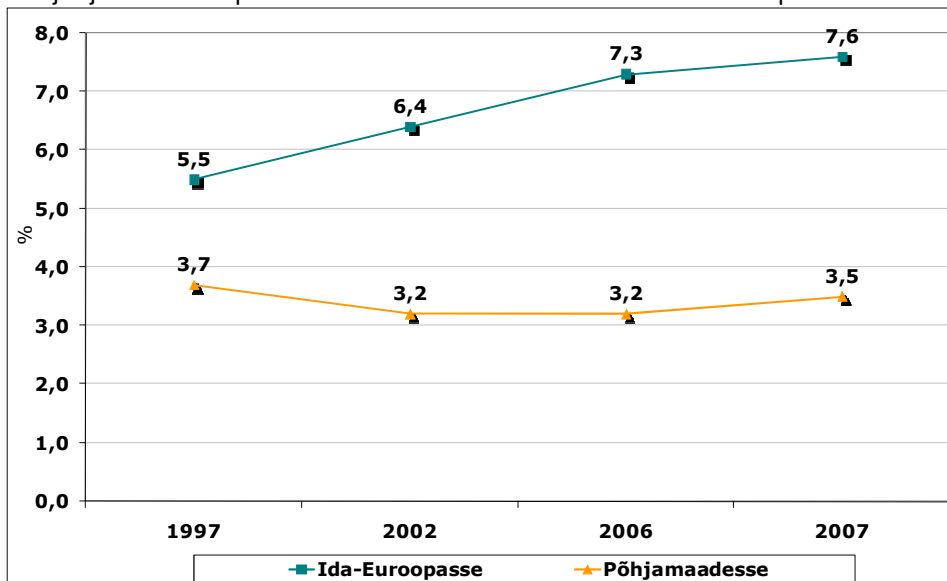
Saksamaa elanike populaarseimad puhkusekohad Euroopas



Allikas: F.U.R, 2008

Saksamaa elanikud tegid Ida-Euroopa riikidesse (Ungari, Poola, Tšehhi, Slovakkia, Venemaa, Balti riigid) 2007. a kokku 4,8 miljonit pikka puhkusereise (7,6% kõigist 2007. a sakslaste pikkadest puhkusereisidest/ 11% pikkadest puhkusereisidest välismaale) (F.U.R, 2008). Nagu näha jooniselt, on viimase 10 aasta jooksul Ida-Euroopa sihtkohtade osatähtsus puhkusereiside seas mõnevõrra kasvanud.

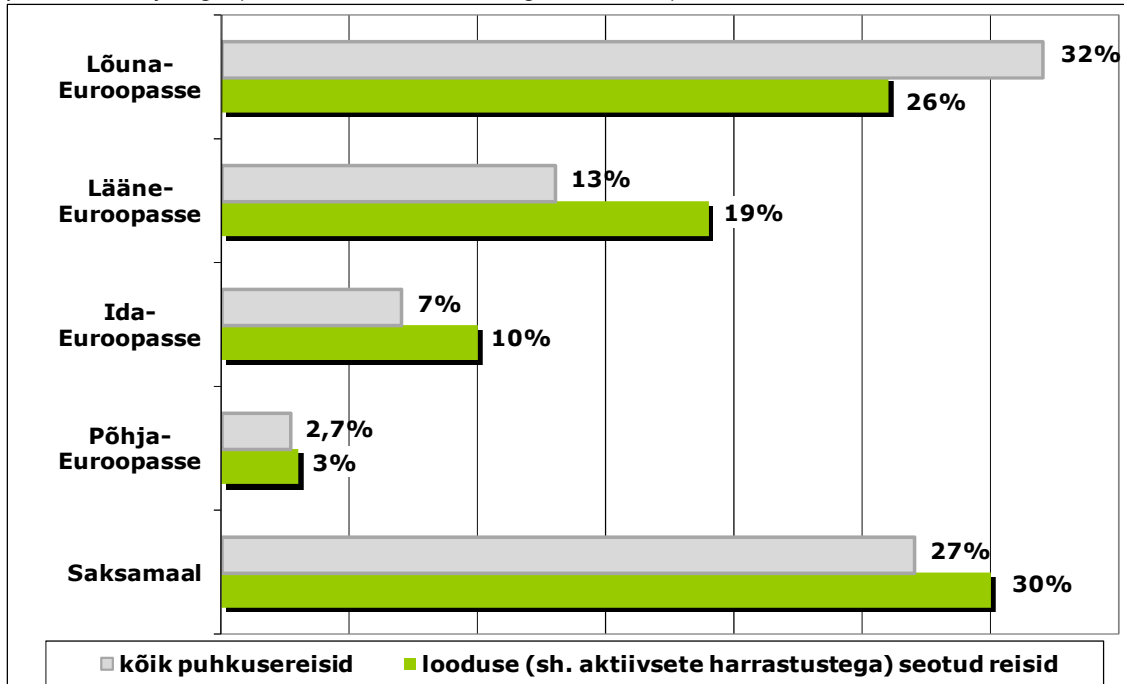
Põhja- ja Ida-Euroopa sihtkohtade osatähtsus Saksamaa elanike puhkusereiside seas



Allikas: F.U.R, 2008

Looduses ja vabas õhus veedetud puhkusereiside seas on Lääne- ja Ida-Euroopa ning kodumaiste sihtkohtade osatähtsus suurem kui sakslaste puhkusereiside seas tervikuna; samas Lõuna-Euroopa osatähtsus on keskmisest väiksem (kuna suur osa Lõuna-Euroopasse suunduvatest puhkusereisidest on otseselt rannapuhkused).

Looduses ja vabas õhus puhkajate reisid Euroopa regioonidesse võrrelduna kõigi Saksamaa puhkusereisijatega (sihtkoha osatähtsus kõigist reisidest)



Allikas: INVENT, 2005

2.5.2 Loodusega seotud reiside sihtkohtade maine

The Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2008.a. uuringule vastanud 1000 üle 18-a. Saksamaa elaniku hinnangud 50 reisihile üle maailma näitasid, et kõige parema mainega ja atraktiivseimaks sihtkohaks pidasid Saksamaa elanikud oma kodumaad. Hinne kujunes 4 aspektile antud hinnangute keskmisena (sihtkohas on palju looduslikult kauneid kohti, sihtkohas on palju ajaloolisi ehitisi ja vaatamisväärsusi, sihtkoha linnades on vilgas linnamelu ja põnevad atraktsioonid; sooviks seda sihtkohta külastada, kui raha pole probleemiks). Hinne on kombinatsioon nii sihtkoha mainest kui ka tuntuusest, s.t. kõrgema hinde saavad need kohad, mis on hästi tuntud oma tugeva positiivse ja atraktiivse kuvandi poolest. Madalam hinne näitab, et sihtkohal sellist kuvandit pole, kuid see hinne võib tuleneda pigem sihtkoha vähesest tuntuusest, mitte aga seal pakutava tegelikust atraktiivsusest. Otseselt looduslikult kaunistele kohtadele antud hinnangute pingereas olid esikohal kauged ja eksootilisema loodusega riigid Austraalia, Kanada, Uus-Meremaa ja Island (hinnangud 7-pallisüsteemis 5,7-5,9). Neile järgnesid lähemalasuvad sihtkohad: Šveits, Šotimaa, Iirimaa, Norra (kõigi hinne oli 5,5). Euroopa sihtkohtadest said kõrgemad hinded veel Saksamaa ja Soome (5,4) ning Rootsi ja Austria (5,3). Seega on Põhjamaade positsioon atraktiivsete loodusturismi sihtkohtadena sakslaste silmis suhteliselt kõrge, vaid Taani hinne (4,9) oli mõnevõrra madalam kui teistel Põhjamaadel. Eestile antud 4,5 punkti on veidi üle keskmise hinnang, mis on Eesti vähest tuntuust arvestades üsna rahuldav näitaja (50 riigi hulgas, millele hinnanguid anti, oli Eesti sellega 37.kohal). Eestiga sarnasel positsioonil on Holland (4,5), Belgia (4,4) ja Tšehhi (4,4). Eestist veidi madalama hinde said Poola ja Rumeenia (4,3) ning Leedu (4,2). Ida-Euroopa riikidest said Eestiga võrreldes kõrgema hinde Ungari (4,9) ja Venemaa (4,8); Läti kohta uuringus ei küsitud.

ADAC *Reisemonitori* (ADAC, 2008) tulemuste põhjal peavad Saksamaa puhkusereisijad sobivaimateks jalgsimatka või rattamatka sihtkohtadeks Euroopas järgmisi:

Euroopa ratta- ja jalgsimatka puhkusesihtkohtade pingerida

Tegevus puhkuseraisil	1. koht	2. koht	3. koht	4. koht	5. koht
Jalgsimatkamine	Lõuna-Tirol	Austria	Šveits	Saksamaa	Põhjamaad
Jalgrattasõit/ mägijalgrattasõit	Benelux	Prantsusmaa	Saksamaa	Taani	Austria

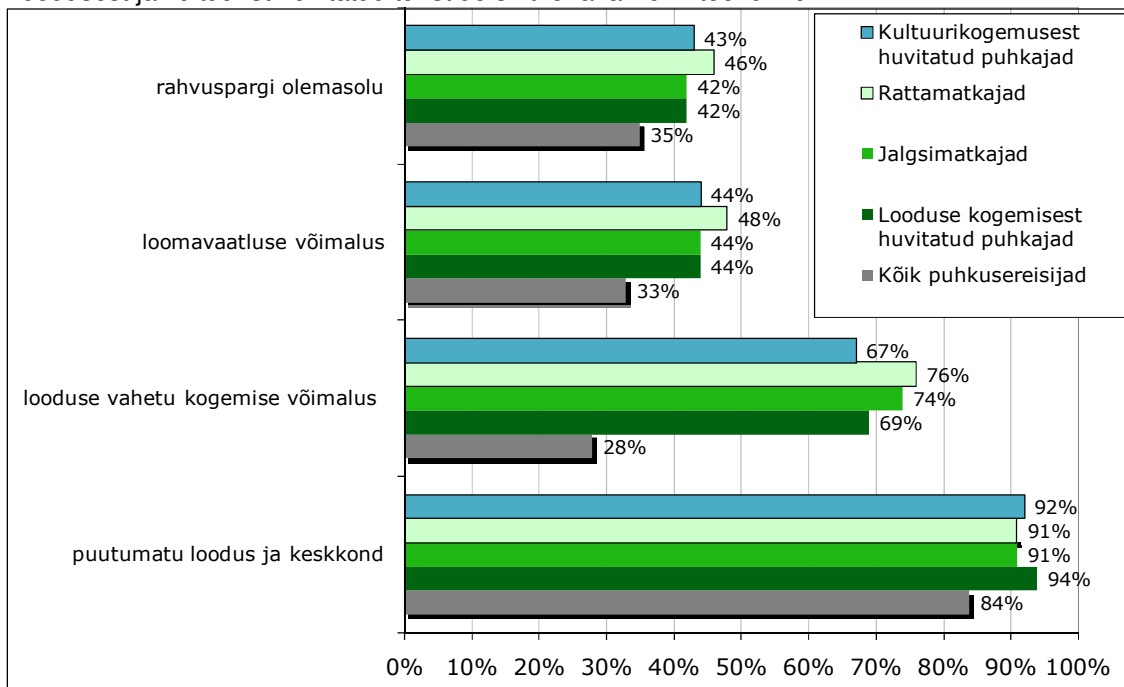
Allikas. ADAC, 2008

Saksamaa rattaturismi turu iga-aastane uuring näitas, et nende populaarseimad jalgrattareiside sihtkohad on Austria, Prantsusmaa ja Itaalia. Kuid ka Balti riigid kuulusid sakslastele huvipakkuvate rattamatka sihtkohtade hulka (ADFC, 2006).

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (SfTE, 2005) tulemuste põhjal pidas 37% vahetust loodusekogemusest huvitatud turistidest Austriat eelistatavaks välismaiseks puhkusekohaks.

Võttes arvesse puhkuseraisiaegsete tegevuste eelistusi, pole üllatav, et loodushuvilised reisijad lähtuvad sihtkoha valikul loodusekogemise võimalustest ja nende kvaliteedist.

Loodusest ja kultuurist huvitatud turistide sihtkohavaliku kriteeriumid



Allikas: SfTE, 2005

Selles kontekstis on oluline märkida, et huvi on üldiselt alati suurem kui tegelik tarbimine. Kui võimalus külastada loodusparki või rahvusparki on reisiotsuste langetamisel oluline 33%-le sakslastest (SfTE 2005), siis tegelik nõudlus on hulga väiksem, mida näitab see, et vaid 6% Saksamaa puhkajatest külastasid tööpoolest loodusparkide ja rahvusparkide (INVENT, 2005).

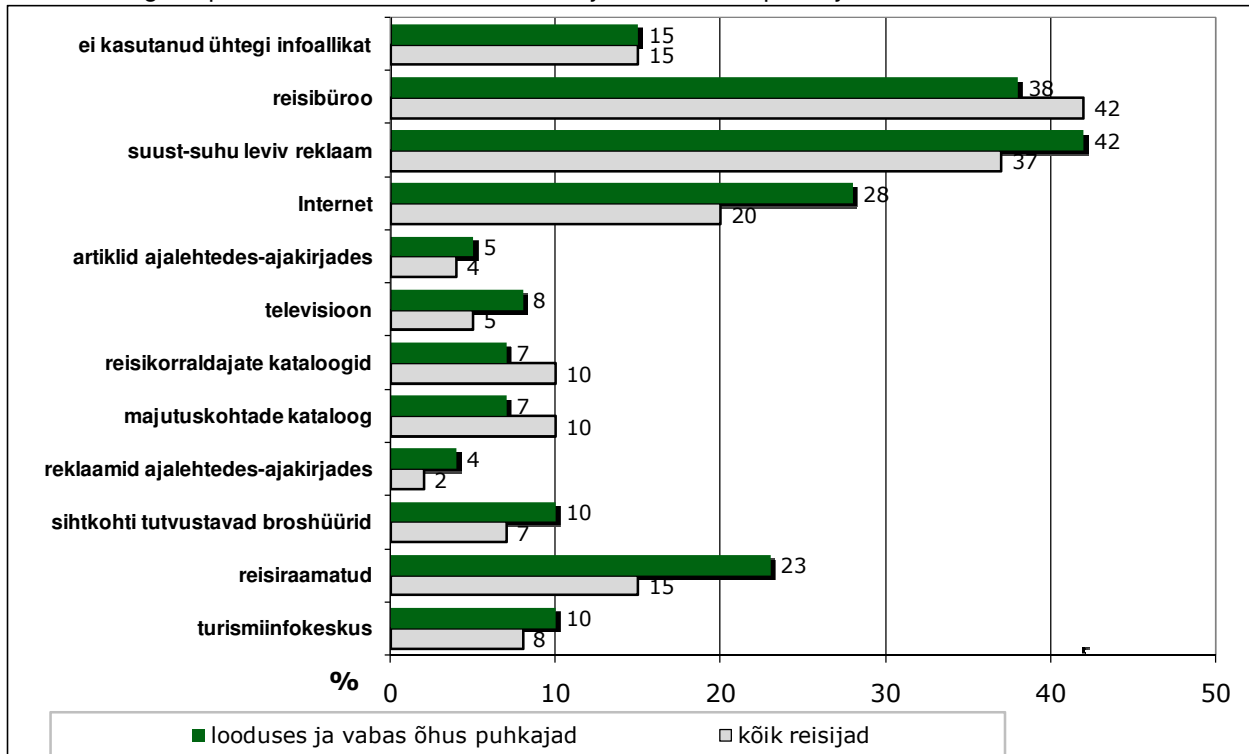
2.5.3 Reisiinfo allikad

Välismaale reisivatele sakslastele on reisibüroode poolt pakutav info ja suust-suhu leviv reklaam väga olulised. Lisaks on Internet muutunud infoallikana üha tähtsamaks. Olulised on ka sihtkohti tutvustavad reportaažid meedias, eriti ajakirjades ja televisioonis.

Välismaale loodusega seotud reisile sõitvate sakslaste infoallikate eelistuste kohta pole eriti palju uuringutulemusi. Ühe näitena on siin esitatud INVENT-projekti uuringutulemused, mis näitavad Mecklenburg-Vorpommernisse reisinud looduses ja vabas õhus puhkajate poolt kasutatud infoallikaid.

Tulemused osutavad üheselt nii sisult kui ka vormilt detailsemate infoallikate kõrgemale eelistusele, mis pakuks ka paremat ettekujutust sihtkohast, sealsetest kogemisvõimalustest ja toodetest. Keskmise puhkusereisijaga võrreldes kasutavad looduses ja vabas õhus puhkajad reisiinfo allikana rohkem tuttavate soovitusi, internetti ja reisiraamatuid. Ka reisibüroodelt saadud info on olulisel kohal, kuid võrreldes muudel eesmärkidel reisinutega kasutavad looduses puhkajad seda mõnevõrra vähem.

Mecklenburg-Vorpommernisse reisinud looduses ja vabas õhus puhkajate infoallikad



Allikas: INVENT, 2005

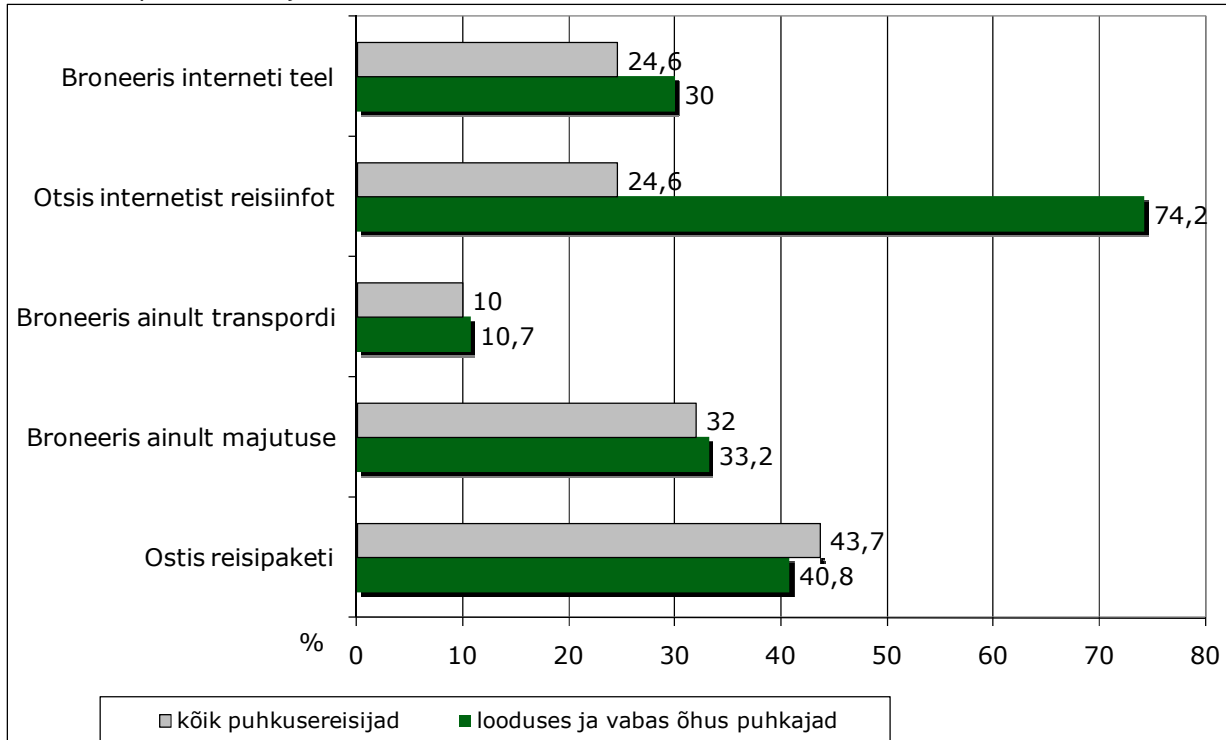
2.5.4 Broneerimine/ reisikorraldus

57% pikkade (5+ päeva) puhkusereiside puhul välismaale broneerisid sakslased reisipaketi (sh. puhkusepaketid moodustasid 53% ja moodulipõhised paketid 4%). 12% kõigist välismaal veedetud puhkustest toimus ilma igasuguse eelbroneeringuta. Ülejäänute puhul broneeriti mõni teenus (näit. majutus või transport) eraldi (F.U.R, 2008).

Sakslastel on eelistus oma puhkusi mõned kuud ette broneerida. Neist, kes broneerisid 2007. a. enne reisi kas puhkusepaketi või mõned reisiteenused, tegi broneeringu 3–4 kuud ette 35,5%. Need, kelle puhkuse eelbroneering ulatus 5–6 kuuni, jäid teisele kohale 21,4%-ga, millele järgnes 1–2-kuine ette broneerimine (tdw, 2008).

INVENT (2005) leidis, et looduses ja vabas õhus puhkajate seas on omal käel puhkama suundujate osakaal suurem kui kõigi puhkusereisijate seas. Ka Saksamaa puhkusereiside uuring iseloomustab loodushuvilisi puhkajaid rohkem iseseisvat reisikorraldust eelistavana (53%) (F.U.R, 2005).

Saksamaa puhkusereisijate reisikorraldus



Allikas: Invent, 2005

2.5.5 Reisikulud ja hinnatundlikkus

Reisikulud olenevad valitud sihtkohast ja valitud transpordivahenditest. Näiteks reisikulud on väiksemad sihtkohtades, kuhu on võimalik jõuda autoga. Keskmised reisikulutused isiku kohta on viimastel aastatel sujuvalt, kuid pidevalt kasvanud. Nagu näha tabelist 2-2, on ka Saksamaa reisija päevased kulud kasvanud (NB! siin on võetud arvesse kõik puhkusereisid, kaasa arvatud riigisiseseid).

Tabel 2-3. Saksamaa reisijate keskmised kulutused

	Reisija keskmised kulutused välisreisi kohta	Keskmised kulutused välisreisil päeva kohta
2002	943 eurot	61 eurot
2003	917 eurot	62 eurot
2004	940 eurot	63 eurot
2005	971 eurot	67 eurot
2006	988 eurot	66 eurot

Allikas: F.U.R, 2007

Erinevate uuringute andmed Saksamaa turisti reisikulude kohta on aga erinevad. *ADAC Reisemonitor* (2008) näiteks viitab sellele, et 2007. a olid Saksamaa turisti keskmised reisikulud Euroopa riikidesse reisisid 1754 eurot inimese kohta.

Saksamaa 2005. a puhkusereiside uuringu kohaselt olid loodushuviliste puhkusereisijate keskmised kulutused isiku kohta aasta peamisel puhkusereisil 1602 eurot, mis on tunduvalt üle keskmise (F.U.R, 2005). *Studienkreis für Tourismus und Entwicklung* (SfTE, 2005) analüüsi tulemused osutavad sellele, et loodusega seotud tegevustest huvitatute sihtrühm on kvaliteediteadlikum, kuid vähem hinnatundlik.

2.5.6 Majutus ja toit

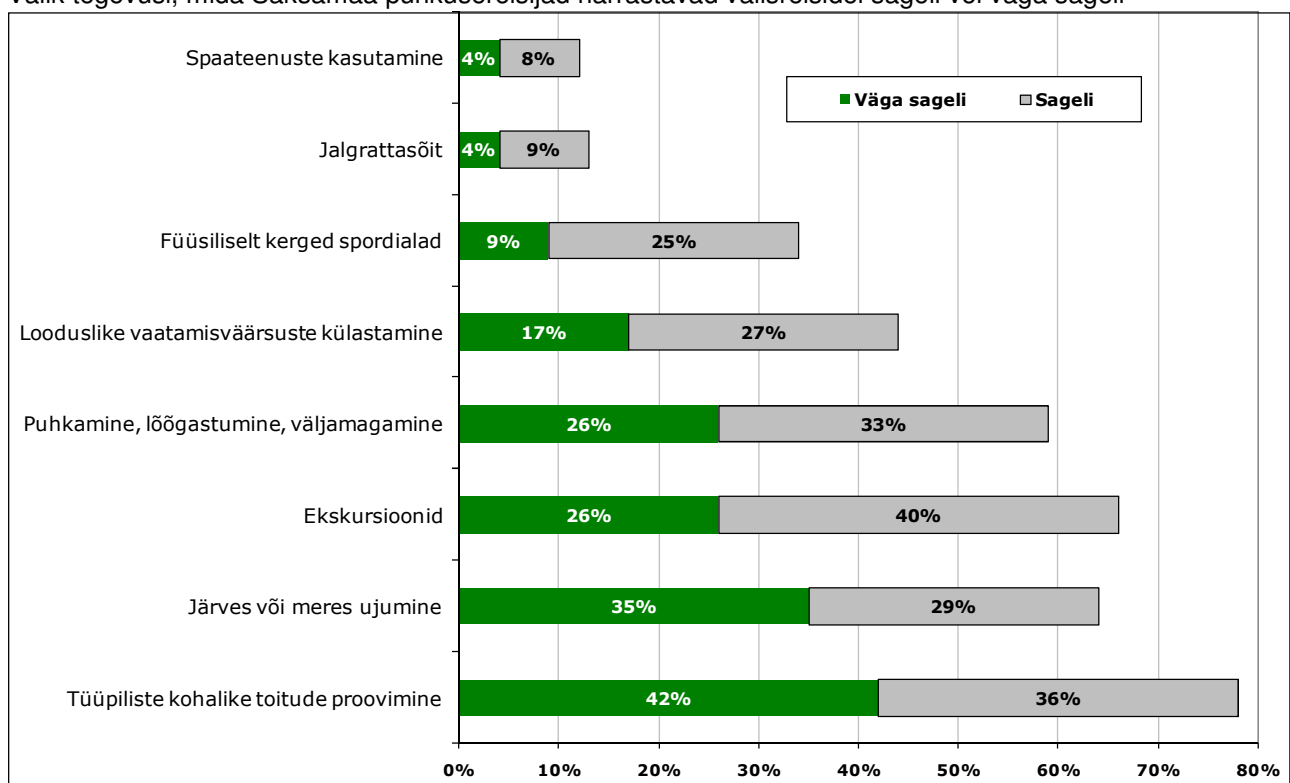
Üldiselt on hotell (58%) välismaale reisivate sakslaste peamiseks majutusvalikuks, tulenevalt ranna- ja kuurordipuhkuste ning ka linnareiside suurest osatähtsusest puhkusereiside hulgas (mille jooksul ööbitakse tavaliselt hotellides). Samas Põhjamaadesse (Taani, Rootsi, Norra, Soome) reisisid juhivad majutusliikide edetabelit puhkemajad (39%) ja külaliskorterid (21%). Märkimisväärne on see, et Saksamaa turistid kasutavad Põhjamaades samal määral nii telkimise kui ka hotellis ööbimise võimalust (12%).

INVENT-projekt analüüsis majutuseelistusi põhjalikumalt, jõudes järeldusele, et loodusturistide seas on keskmisest suurem huvi väiksemates, autentse atmosfääriga pereettevõtetes ööbimise vastu. Ühtlasi on 41% looduses ja vabas õhus puhkajatest huvitatud piirkonnale iseloomulikest toitudest, suur on nende huvi ka tervisliku toidu ja taimetoidu vastu (INVENT, 2005).

2.6 Tegevused puhkusereisidel

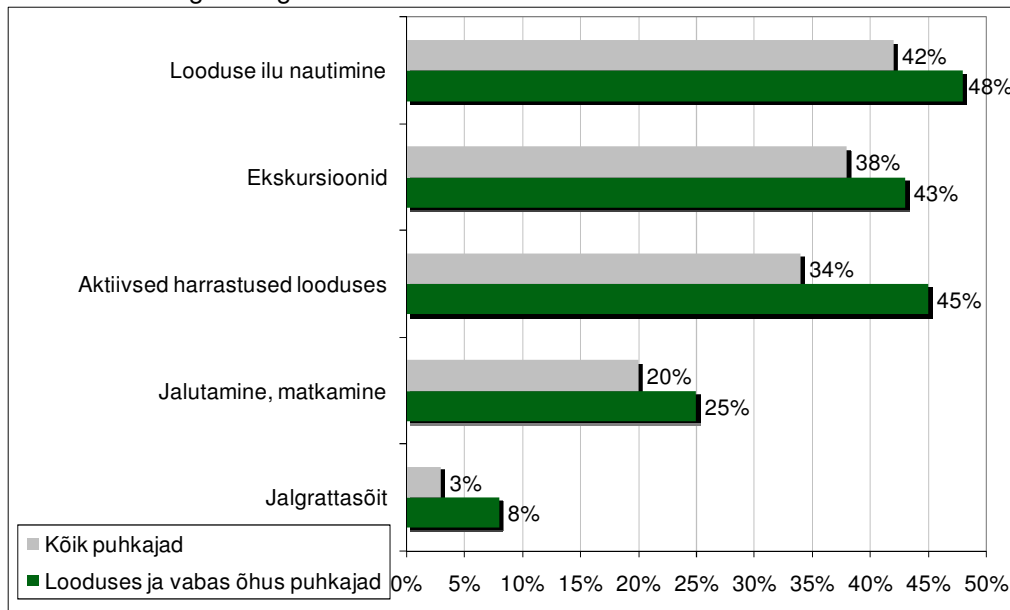
Järgnev joonis näitab Saksamaa elanike tegevusi pikkadel (üle 4 ööbimisega) puhkusereisidel välismaale. Nagu näha, on loetelus olulisel kohal mitmed tegevused looduskeskkonnas või vabas õhus. INVENT-projekti tulemused näitavad, et suur osa puhkusereisijatest (mitte ainult otseselt loodusest huvitatud puhkajatest) harrastab looduse vaatlemist või aktiivseid tegevusi looduses.

Valik tegevusi, mida Saksamaa puhkusereisijad harrastavad välisreisidel sageli või väga sageli



Allikas: F.U.R, 2007 (Saksamaa elanike rohkem kui 4 ööbimisega puhkusereisid välismaal).

Puhkusereisiaegsed tegevused looduskeskkonnas



Allikas: INVENT, 2005 (andmed hõlmavad kõiki puhkusereise, nii Saksamaal kui ka välismaal, erinedes seega eelmisel joonisel esitatud andmetest)

Järgnevalt on esitatud jalgrattasõitu või jalgsimatkamist harrastavaid Saksamaa turiste ja nende reisieelistusi iseloomustavad näitajad.

Jalgsimatkajad

- Ligi 60% on üle 50-aastased.
- Naisi on nende hulgas veidi rohkem (54%) kui mehi (46%).
- 2/3 on individuaalreisijad (eelistavad enne reisi broneerida majutuse koos hommikusöögiga).
- 80% reisib sihtkohta autoga.
- Matkavad pigem mõne sõbraga kahekesi kui suurema grupiga.
- Tunnevad loodusobjektide vastu suuremat huvi kui kultuuriobjektide vastu
- Soovivad infot spetsiaalsete matkaradade kohta ja vajavad matkamiseks täpseid kaarte.
- Matkavad korraga umbes 15 km (4-5 tundi)

Jalgrattamatkajad

- Nende hulka kuulub inimesi kõigest vanusegruppidest: 24% on alla 30-a., 53% on 30-60 a., 23% on üle 60- a.; mehi ja naisi on nende hulgas enam-vähem ühepalju.
- Tavaliselt on need suure reisikogemusega inimesed.
- 90% on individuaalreisijad,
- Tunnevad suurt huvi looduse ja kohaliku kultuuri vastu.
- Sagedamini kui muud puhkajad kasutavad nad reisi algpunkti jõudmiseks rongi; lisaks soovivad pagasitranspordi teenust.
- Vajavad hästitoimivat infrastruktuuri ja head viidastust.
- Tunnevad huvi kohaliku toidu vastu.
- Eelistavad ringi reisides ööbida igal ööl uues majutuskohas; on huvitatud ka kaasapakitava lõunasöögi võimalusest.

Allikas: F.U.R, 2007; ADFC, 2005, 2007; *Deutscher Wanderverband*, 2004; FOCUS, 2005

3. Pikaajalised trendid, mis mõjutavad Saksamaa elanike välisreisi nõudlust

Ühiskond on pidevas muutumises ning suundumused – olgu need siis majanduslikud, sotsiaalsed või elustiili-alased – mõjutavad sellest tulenevalt ka turismi. Turismisektorile on oluline neid muutusi varajases staadiumis tähele panna. Valitsevad poliitikasuunad, mis käsitlevad tooteid ja teenuseid, turundamist ja investeringuid, nõuavad kõik eesmärgipäraseid kohandusi või täiustusi eelistuste ja käitumise varasemast erinevaks arenemise korral.

Minevikus tulenes nõudlus alati pakkumisest, kuid tänapäeval toimuvad asjad vastupidiselt. Üha kasvav üleküllus turul ja üha iseteadlikumad tarbijad, üha suurema sissetuleku ja üha suurema valiku ajaveetmisvõimalustega määravad pakkujate kasumlikkuse turismisektoris. Konkurents muutub üha ettearvamatumaks. Kuigi mõningad suundumused põhinevad pakkumisel, tuleb siiski ennustada nõudluses valitsevaid suundumusi, sest need määravad kohanduste tegemiseks vajaliku aja ja raha.

Käesolevas ülevaates käsitleme tuleviku arengusuundi, mis erinevad oluliselt möödunutest, seda nii kvantitatiivses kui ka kvalitatiivses aspektis. Selle analüüsi peamiseks eesmärgiks on toetada teenusepakkujaid nende pikaajaliste arengusuundade väljatöötamisel. Mainitud suundumused on seotud Lääne ühiskonnaga – eelkõige Saksamaaga. Need põhinevad erinevatel kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete suundumuste analüüsidel ning juhtivate rahvusvaheliste turismiekspertide hinnangutel.

Lõpuks viib suundumuste analüüs meid järeldusele, et iga suundumusega kaasneb sellele vastassuundumuse teke. Lisaks tuleb rõhutada, et paljudel juhtudel on suundumused omavahel ühendatud: ühendatud nende arengufaasi mõttes, tulemuste osas ja tähtsustasemelt. Sellest faktist lähtuvalt on peaaegu võimatu turismi arengusuundades üksikuid suundumusi isoleerida.

1. Saksamaa rahvastiku struktuuris toimunud nihe elanikkonna vananemise suunas muudab oluliselt ka küllastajate eelistusi tegevuste, keskkonna ja elamuste osas

Kuigi Saksamaa elanike arv muutub arvatavasti järgneva 10–20 aasta jooksul mõõdukalt, siis sündide arvu langus ja samaaegne keskmise eluea tõus viib selge muutuseni vanuselises struktuuris. Vastavalt Saksamaa 10. koordineeritud rahvastikuprognosile olid 2001.a. 20,9% Saksamaa elanikkonnast alla 20-aastased ja 24,1% vanuses üle 60 aasta. Aastaks 2050 on vaid 16,1% alla 20-aastased ja vastavalt 36,7% vanuses üle 60 aasta (TAB, 2005).

Sellest suundumusest tulenevalt kasvab Saksamaal vanemate inimeste osakaal reisijate hulgas. Vanemate inimeste segmenti kasvades suureneb ka puuetega inimeste arv. Paljudele tänapäeva vanematele inimestele on raskused pikemate distantside jalgsi läbimisel oluliseks takistuseks reisimisel (Born, 2000). Valitseb ka suundumus, et vanemate inimeste segment jaguneb kaheks: turistid, kes soovivad saada uusi kogemusi ning kulutavad reisimisele palju raha, ning turistid, kelle eelarve on suhteliselt väike, kuid kes siiski reisivad.

Nooremas eas välja kujunenud reisiharjumused kanduvad üle ka vanemasse ikka – tulevaste vanemate inimeste suurem füüsiline ja vaimne liikuvus ning parem keelteoskus ühendatuna nende suurema reisikogemusega ning kõrgema haridustasemega võib suurendada kaugreisi populaarsust nende hulgas.

Mis puutub reisimotiividesse ja huvidesse, siis vanemate inimeste turusegment on heterogeenne ning seda saab jagada erinevateks reisijatüüpideks. Samas näitavad mitmed uuringutulemused, et nende ühisteks huvideks on füüsilise tervise tugevdamine, looduse kogemine ja linnade või teiste huviväärsuste külastamine (Meyer-Hentschel, 2005).

Vanemate inimeste reisimissagedus erineb vanuseti: 65–75 aastastest käib puhkusereisidel 2/3, kuid vanuserühmas 75+ on reisimisaktiivsus tunduvalt madalam, nimelt 48% (F.U.R, 2007).

Tulevikus kujutavad vanemad küllastajad endast väljakutset loodusturismi pakkujaile: neil on suured reisikogemused, paljud on aktiivse eluviisiga, naudingut ja uusi elamusi otsivad.

Mõju turismisektorile

Vananev rahvastik pöörab suuremat tähelepanu tervisele. Need suundumused tingivad tõenäoselt terviseturismi toodete ja spaateenuste nõudluse kasvu. Kasvab ka vajadus hooldusteenuseid vajavatele inimestele sobivate puhkuste järele.

Pakkumine peab võtma arvesse puudega inimeste osatähtsuse kasvu: tõenäoselt kasvab vajadus täiendavate abivahendite järele – nt ratastooli rambid, väiksema kaldega rajad ja teised puudega inimeste ligipääsu hõlbustavad abivahendid. Saksamaa Turismiliidu hinnanguil moodustavad aastaks 2020 umbes 30% reisijatest vanusest või halvast tervisest tingitud piiratud liikumisvõimega isikud (Strietska-Ilena, 2005).

Eakad inimesed nõuavad mitmeid uusi, individuaalselt kohandatud valikuid. Nad on valmis kulutama puhkusele märkimisväärseid summasid, kui nad tunnevad, et pakutav vastab nende ootustele. Samas esitavad nad kõrgeid nõudmisi majutusele, teenindusele, personalile, puhtusele, toidule ning sotsiaalsete, kultuuriliste ja sportlike tegevuste kättesaadavusele.

Kasvab lühipuhkuste ja maismaatranspordiga toimuvate reiside arv, s.t. sihtkohtadesse, kuhu on lihtne sõita autoga, bussiga või rongiga. See peegeldab eakate ja/või liikumiskustega inimeste vajadusi, kes soovivad, et nende reis oleks mugav.

Reisikorraldajad pakuvad üha rohkem pensionäridele ja piiratud liikumisvõimega inimestele mõeldud pakette. Need reisipaketid ühendavad hea ülesehitusega reisiprogrammi täieliku hoolitsusega. Korraldajad tagavad selle, et turistidel oleks reisi vältel kättesaadaval arstid ja apteegid, reageerimaks mis tahes meditsiinilistele vajadustele.

Reisibürood kavandavad üha enam pakkumisi ka üksi reisijatele – need on suunatud ka vanematele inimestele, kelle hulgas on palju üksikuks jäänuid.

2. Saksamaa sotsiaalmajandusliku süsteemi areng viib tulevikus üha kasvava ebavõrdsuseni aja ja raha jaotuses

Varajane pensionile jäämine, vähenevad maksed pensionikassasse, kasvav eeldatav eluiga ja selle tulemusel pensionisaamise perioodi pikenemine avaldab survet sotsiaalkindlustussüsteemidele. Vähesest laste arvust tingitud töötava elanikkonna kahanemine ähvardab kahandada pensionide maksmiseks vajalikke summasid. Nende tingimuste püsimisel maksavad tulevased põlvkonnad töötasudelt suuremaid

osamakseid pensionikassasse kui praegused põlvkonnad. Sellest tulenevalt ei kasva tulevikus tõenäoliselt tööealise elanikkonna reaalne sissetulek, samuti püsib töötus jätkuvalt kõrgel tasemel.

Vaba aja lisandumine, mis oli ilmne kuni 1990. aastateni, on pidurdunud ning praegu on vaba aja osakaal pigem kahanemas. Kasvab ebavõrdsus vaba aja ja raha jaotumise vahel. Selle tulemusel toimub pikemas perspektiivis selge struktuuralne muutus: rahvastik polariseerub üha enam kaheks rühmaks, kuhu kuuluvad suure sissetulekuga või jõukad inimesed, kel on vähe vaba aega ning teise rühma moodustavad inimesed, kel on vähe raha ja suhteliselt palju vaba aega (TAB 2005, ETC 2006).

See suundumus kajastub selles, et aeg on muutunud väärtuslikumaks ressursiks ning üha rohkem inimesi on valmis selle eest maksma. Aja kokkuhoiduks valivad inimesed üha enam neile saadavalolevatest valikutest mugavaima. Üleminek paindlikumatele avamisaegadele, *online*-ostutehingutele, valmistoidule ja kodutööde (nt koristamine) teenuste väljastpoolt tellimisele iseloomustavad seda süvenevat suundumust (Henley, 2005).

Taolised arengusuunad avaldavad mõju pigem reiside iseloomule (reisimise sagedus, ajastus, sihtkohad, äri- ja erareiside ühendamine) kui reiside arvule. Sellest trendist saavad kasu lõigata teenusepakkujad, kes on võimelised arvestama kliendi erisoovidega (näit. modulaarseid reisipakette) ning pakuvad mugavust ja aja kokkuhoidu.

Mõju turismisektorile

Vaba aja defitsiidist tulenev surve tingib suunab tarbijaid eelistama lühemaid, kuid sagedasemaid reise. Trend võtta aasta jooksul sagedamini lühikesi puhkusi soodustab näiteks madalhooaegadel festivalide ja ürituste külastusi. Ühtlasi soovitakse kogeda ühe reisi jooksul rohkem elamusi.

Puhkepäevade arvu samale tasemele jäämine või koguni kahanemine pakub võimalusi ka siseturismile. Kuna vabu päevi on vähem, siis kalduvad inimesed otsima lähemaid sihtkohti. Sageli on aastaseks puhkuseks saadaolev aeg ja raha kasutatud ära välismaal veedetud põhipuhkuse ajal sel määral, et teise või kolmanda lühireisi ainsaks võimaluseks jäävad lähemad sihtkohad. Lühipuhkuste populaarsus soodustab ka linnaturismi. Suurimaks atraktsiooniks on linnad, kuhu on hea transpordiühendus, kus on hea hinnakvaliteedi suhe, majutus ja atraktiivsed kultuuriasutused.

Teisalt tuleneb töötavate inimeste vaba aja vähesusest kasvav suundumus võtta töölt vabaks nn. vaheaastaid, mille jooksul võib teha elu tähtsaima reisi. Selliseid reise iseloomustab sageli enese proovilepanemine või uute oskuste õppimine, näiteks pikkade vahemaade läbimine jalgsi või jalgrattaga, kokakursused, maalitunnid, tutvumine kloostrieluga. Loomingulise arengu jaoks vajaliku aja puudumine paljude inimeste elus suurendab huvi selliste reiside ja sihtkohtade vastu, mis pakuvad võimalusi arendada oma loomingulisi oskusi.

3. Kasvav terviseteadlikkus suurendab looduspõhiste toodete ja tegevuste populaarsust

Ülekaalu, südamehaiguste ja hingamisteede haiguste kasv on muutnud tervise üha olulisemaks teemaks nii Saksamaa valitsusele kui ka elanikele. Koos sellega (ja osaliselt selle tulemusel) on suurenenud ka avalikkuse teadlikkus aktiivsete harrastuste kasulikkusest.

Üheks näitajaks on Saksamaa terviseteenuste ja –toodete sektori müüginumbrite kasv: alates 1990. aastate keskpaigast on iga-aastane kasv olnud vahemikus 4,8–6,0% (Focus 2005). Ka muutus toitumisasalases teadlikkuses annab tunnistust terviseteadlike valikute kasvust Saksamaa ühiskonnas. Suurem huvi tervisliku ja tasakaalustatud toitumise vastu on tingitud suurema funktsionaalsete toitute (nt Actimel) nõudluse, mille turg oli 2005.a. 900 miljonit eurot (Focus 2005).

Saksamaa sotsiaaluuringud näitavad, et kasvava töökoorma ja sotsiaalse ebakindluse kompenseerimise otsingul on rahvas juba mõne aja eest võtnud suuna tervislikkuse, heaolu ja meeldivate elamuste saavutamisele. Aastal 1974 nägi vaid 26% rahvastikust naudingut oma peamise eesmärgina. Käesoleva aastatuhande alguses aga püüdis juba 56% rahvastikust selle uue väärtuse poole (DTV 2002).

See on viinud soovini muuta looduslikud paigad võimalikult paljudele kättesaadavaks. Esineb ka suundumus, mida võib nimetada looduse juurde naasmiseks, mille puhul inimesed tunnevad vajadust taasühenduse järele loodusmaailmaga, millest nad on tänapäevase elustiili tõttu ära lõigatud.

Vabas õhus puhkamine ja lõõgastumine on samuti muutumas tervisliku eluviisi tähtsaks komponendiks, kuna looduse vaatlemisel ja kogemisel on stressi alandav mõju.

Mõju turismisektorile

Tervise- ja spaaturismi õitseng tõenäoliselt jätkub. Kulutused terviseturismile kasvavad Müncheni vaba aja uuringute instituudi andmetel 2,13 miljardilt eurolt 2006.aastal 3,65 miljardi euroni aastaks 2010 (*Zukunftsinstitut*, 2006).

Tegevused vabas õhus muutuvad üha tähtsamaks, sealhulgas kõige populaarsemad on käimine, vaatamisväärsustega tutvumine, ujumine, piknikud ja paadisõit. Uued tegevusliigid, nt kalade ja metsiku looduse vaatlemine ja motoriseeritud vabaõhutegevused, nagu lumeskuutrisõit või veesuusatamine, on üha suuremat populaarsust kogumas. Traditsioonilised tarbimuslikud tegevused, nagu jahilkäik ja metsast marjade ja seente korjamine ilmutavad aga langustendentsi.

Loodus- ja kultuurielemendid jäävad peamisteks sihtkoha valikut mõjutavateks teguriteks. Kõige olulisemad kvaliteediaspektid on loodusmaastiku ilu ning looduses valitsev rahu ja vaikus.

Loodusest ja kultuurist huvituvad turistid eelistavad hea kvaliteediga väiksemaid majutusasutusi, kus – nõudlus väiksemate kahe ja kolme täрни majutusasutuste järele on üldiselt väga suur. On ka väike, kuid üha kasvav hulk turiste, kes otsivad omanäolisust ja võlu. Väikehotellid, kus on kasutatud kohalikku kõrgetasemelist käsitööd ja mis asuvad omapärastes stiilsetes hoonetes, on muutumas üha populaarsemaks.

Loodusest ja kultuurist huvituvad turistid on ka eriti huvitatud kohalike toodete ja toitute proovimisest. Kuigi restorani valikul on määravaks hind, pööratakse üha suuremat tähelepanu toidu omapärale (piirkonnale iseloomulikud toidud) ja selle kvaliteedile (pigem kodus kasvatatud kui masstoodang).

Mõned uuringud on näidanud, et mida pingelisem on inimeste töökeskkond, seda rahustavamalt maaolud neile mõjuvad. Mida vähem tunnevad inimesed oma elus selgeid suundi ja turvalisust, seda enam otsivad nad neid, kes on end oma kogukonnas kindlalt sisse seadnud. Vastukaaluks tööstuslikele toodetele otsitakse toodetes ehedust ja autentsust. (Bell jt (2007), EC, 2002)

4. Uue sidetehnoloogia kasvav tähtsus sihtturgudele info levitamisel ja müügil

Info- ja sidetehnoloogia on viimastel aastakümnetel äärmiselt kiiresti arenenud ning tunginud peaaegu kõikidesse eluvaldkondadesse. Võrgustikud – eelkõige Internet – pakuvad lihtsat ligipääsu ulatuslikule infobaasile ning selles valdkonnas avaneb üha uusi kasutusvõimalusi. Tarbijal on üha suurem kontroll pakumiste üle ning üha suurem võimalus hindu ja tooteid võrrelda. Erinevate meediakanalite kaudu pakutakse rikkalikult tooteid ning tarbijail on võimalus valida näiteks majutuskoht GDS-i (globaalse jaotussüsteemi) abil ning vaadelda pakutavaid kohti videolt reaalaajas (ECT 2006).

Samas on info- ja sidetööstus kujunenud üheks dünaamilisemaks tööstuseks, mille tähtsus pidevalt kasvab. Info- ja sidetehnoloogia sektoril on suur kasvupotentsiaal, mis pakub majandusele ja rahvastikule palju võimalusi.

Saksamaa leibkondade arv, kellel on arvutid ja Internet, kasvab pidevalt. 73% Saksamaa leibkondadest oli 2007. a olemas arvuti (2006: 71%). Samas on 65% Internetiühendus (2006: 61%) (Destatis).

Interneti kasutamine on väga levinud kuni 54-a. elanike seas: Saksamaa statistikaameti uuringu andmeil on vanuserühmas 10–24 Internetikeskkonda kasutanud 94%, kellest 64% kasutas seda igapäevaselt või peaaegu iga päev. Tulemused on üsna sarnased ka vanuserühmas 25–54: Internetikasutajate osakaal oli 84% ning 63% kasutas Interneti kas iga päev või peaaegu iga päev. Sellega seoses on Internet oluline nii infoallikana kui ka *online*-ostude sooritamisel. Turismiteenused on eelisolukorras: ajavahemikus 2002–2006 on Interneti teel reisipakette, majutust ning rongi- või lennukipileteid broneerinud inimeste hulk kasvanud 27%-lt 41%-ni (Destatis, 2007, lk 34). Saksamaa majutusäris toimus 10% müügi kogumahust Interneti teel (ibid, lk 32).

Mõju turismisektorile

Ka loodusest huvituvatele reisijatele on Internet infoallika ja broneerimisvahendina tähtis. Info levitamine Internetis ning *online*-ettetellimise võimalus on loodusturismiteenuste pakkujatele konkurentsipüsimeks hädavajalik.

Üha olulisemaks muutub pakkujate informeeritus tarbijaskonna motiividest ja huvidest, et osata tõmmata tähelepanu interneti pandud infole. Sellega muutub tähtsamaks turu segmenteerimine ja oma turupositsiooni teadvustamine.

5. Muutused traditsioonilistes ühiskonnastruktuurides mitmekesistavad üha enam elustiile. Neis erinevates elustiilides ilmnevad erinevad reisimisfilosoofiad, käitumismudelid ja huvid.

Traditsioonilised sotsiaalsed struktuurid on oma järjepidevust kaotamas. See suundumus on ilmne Saksamaa elanikkonna leibkondliku struktuuri muutustest: riigi statistikaameti andmeil oli 2006. a Saksamaal 39,8 miljonit leibkonda, kuhu kuulus umbes 82,6 miljonit liiget. Võrreldes 1991. a andmetega oli leibkondade arv kasvanud 13% võrra, kuid nende suurus vähenenud. 1991. a elas ühes leibkonnas keskmiselt 2,27 isikut, kuid aastaks 2006 oli see näitaja vaid 2,08 (Destatis, veebiinfo seisuga 21.08.2007).

Rahvaloenduse tulemused näitavad, et leibkonnad, kus ühe katuse all elab 3 või enam põlvkonda, on Saksamaalt peaaegu kadunud. Aastal 2006 oli vaid 1% leibkondadest sellised, kus vanemad elasid koos laste, nende vanavanemate ja erandjuhtudel isegi vana-vanavanematega. 30% olid kahepõlvkonnalised

leibkonnad, kus vanemad elasid koos lastega (sh kasulaste ja lapsendatud lastega) või lapselastega - võrreldes aastaga 1991 on nende osakaal kõigist leibkondadest langenud 8 protsendipunkti võrra.

Samas on ka traditsiooniline perekonna struktuur muutumas. Abielupaaridest kooliealiste lastega perekondade arv on kahanemas ning kasvamas on leibkondade arv, kus lapsi kasvatab üksikvanem või vabaabielupaar.

Ühtlasi on oma tähtsust kaotamas täistööajaga töötamine. Selle asemel kasvab ajutiste töökohtade ja mittestandardsete tööhõivevormide hulk. Jäiga karjääritee asemel on suhteliselt paljud inimesed oma elu jooksul periooditi töölt eemal, mis vaheldub täistöökohal või osalisel töökohal töötamisega. Tulemuseks on kasvav heterogeensus tööaegades ja karjäärimudelid, mis avaldab mõju vaba aja veetmisele (TAB, 2005). Need tegurid suurendavad väärtushinnangute mitmekesisust.

Individuaalne väärtusorientatsioon mõjutab olulisel määral tarbija käitumist. Selles kontekstis ollakse tulevikus orienteeritud nii materiaalselele väärtustele kui ka enesearendusele (nt. loominguilised väljendusvormid). Idealistlike väärtuste trend oleneb isiklikust sotsiaalsest olukorrast.

Turismiteenuste pakkujad peavad arvestama individuaalsemate eelistustega. Näiteks kasvab suundumus kasutada orgaanilist toitu, mis väljendab tarbijate eelistust säästlike ja masstoodangust erinevate toodete vastu. Selles kontekstis on teenusepakkujal võimalik valida kahe suuna vahel: kas toode või teenus keskendub üldistele sotsiaalsetele paradigmatel (nt tervis) või väiksemate, mingi konkreetse tunnuse või eelistuse alusel eristuvate kliendirühmade väärtustele.

Mõju turismisektorile

Suund iseseisvalt või individuaaltellimusel korraldatud puhkusereiside eelistusele on märkimisväärne. Individuaalreise eelistavad näiteks järgnevad rühmad: inimesed, kes nooremana nautisid seljakotiga matkamist üksi ning kes sooviks nüüd sarnast kogemust oma perekonna seltsis; väikesed grupid, kellele meeldib tutvuda maaliliste marsruutidega jalgrattal või mootorrattal, ja individualistid, kes soovivad sihtkohas piiratud aja jooksul võimalikult palju näha. Üha rohkem inimesi nõuavad kvaliteetseid individuaalpuhkusi, mis arvestavad nende eelistusi ja ajalisi piiranguid, reisisid üksi või väikeste gruppidena.

Tarbijad otsivad üha sagedamini uusi emotsionaalsemaid ja intensiivsemaid kogemusi. Üheks tulemuseks on tõenäoliselt kasvav nõudlus turvalist ohutunnet pakkuvate toodete järele (nt ekstreem- ja seiklusreisid).

Mure hingelise tervise pärast suurendab nõudlust tervise- ja spaatoodete järele ning tõenäoselt tekib ka uusi turge. Üha enam hakatakse pakuma tervisetooted kombineeritult teiste turismi ja vaba aja toodetega (näiteks majutusettevõtetes).

Reisialaste otsuste langetamisel on suurem tähtsus kogemustel ja tunnetel põhinevatel turundussõnumitel (mida ma saan sihtkohas teha ning mida selles sihtkohas puhkamine mulle annab?).

Osa turiste soovivad vabaneda „turisti sildist“ ning osaleda rohkem kohaliku kogukonna elus (nagu kohalikud).

6. Kliimamuutused ning kahanevad nafta- ja gaasivarud avaldavad tulevikus turismisihukohtadele olulist mõju

Euroopa Turismikomisjon leiab (ETC 2006), et üheks suuremaks turismitööstust ees ootavaks pikaajaliseks probleemiks kujunevad kliimamuutused, mille tulemusel võivad hääbuda paljud sihtkohad, mille atraktiivsus sõltub nende loodusväärtustest. Üheks peamiseks kliimamuutuste tulemuseks on globaalne soojenemine, mille mõju oleneb geograafilisest piirkonnast. See võib suurendada sihtkohtade võimalusi laiuskraadidel, kus asub ka Eesti – kuna turistidele atraktiivne hooaeg pikeneb seoses soojemate kevad- ja sügisperioodidega. Euroopa teadlased jõudsid järeldusele, et viimase 30 aastaga on kevade alguse esimesed märgid nt puude lehteminek nihkunud 6 päeva varasemale ajale ning sügise esimesed ilmingud nagu lehtede värvikirevaks muutumine lükkunud 4,8 päeva võrra hilisemale ajale (Bell jt, 2007). Briti Ornitoloogiaühingu analüüsist ilmneb, et munemisaeg on keskmiselt 8,8 päeva võrra varasemale ajale nihkunud. Kliimamuutused mõjutavad seega paljude külastajatele huvipakkuvate loodusnähtuste või tegevuste (näiteks linnuvaatluse) ajastust.

Kahandamaks kliimaatiliste muutuste mõju loodusturismile, tuleb mitte üksnes kohaneda, vaid ka leevendada kahjulikke mõjusid. Säästev ja vastutustundlik turismipoliitika peaks olema kohalike ja riiklike strateegiate osa. Valitsuse poliitika mängib olulist rolli majanduslikult ja ökoloogiliselt jätkusuutliku turismi arendamisel.

Maailma jõukus 20. sajandil tulenes paljuski naftast ja maagaasist saadava odava energia küllusest. See viis ühtlasi massiturismi tekkimise ja arenemiseni. Kuid Maa nafta- ja gaasivarud on piiratud. Kergesti ligipääsetavate naftaväljade ammendumises tuleb leida kaugemal, sügavamal ja raskemini ligipääsetavates kohtades paiknevaid varusid. Varude vähenemisel ilmnevad suured majanduslikud ja sotsiaalsed muutused. Toimub kiire nihe teiste energiaallikate kasutamise suunas, milleks on nt kivisüsi, tuumaenergia ja taastuvenergia. Sellele lisandub hulga kõrgem energia maksumus. Energia hinna kasvades toimub muutus ülemaailmses tarbimises, majanduses ja ka reisieelistustes.

Tagajärjed turismisektorile

Kuna valitsused soovivad piirata kasvuhoonegaaside emissiooni, siis kasvab tõenäosus, et kehtestatakse kliima- ja emissioonimaksud, mis omakorda tõstavad turismiteenuste hindu. Koos säästvat arengut toetavate meetmete rakendamisega valitsuse poolt muutuvad turismiteenuste pakkujad aegamisi teadlikumaks oma keskkonnavalasest vastutusest.

Üha kasvav teadlikkus enamike loodussaaduste varude piiratusest ja vajadus neid säilitada suurendab veel säilinud rikkumata sihtkohtade väärtust.

Teenusepakkujate poolt teenuste keskkonnasäästlikkuse kohta täpsema info pakkumine aitab tõsta turistide keskkonnateadlikkust.

Kaugreiside maht võib hakata kahanema ja sisereiside või lähisihukohtade külastuste arv samas kasvama. Lühemate reiside korral on raudtee oluline konkurent õhustranspordile.

7. Uute EL-i liikmesriikide tähtsus Saksamaa välituristide sihtkohana kasvab lähiaastatel

Kuna enamik uusi, idapoolseid EL-i liikmesriike asuvad Saksamaa lähedal, siis valdav osa neist investeerib märkimisväärseid summasid enda tutvustamisele reisisihina potentsiaalsetele Saksamaa turistidele. See tähendab väga tugevat konkurentsi Eestile kui sihtkohale, kuna muud Ida-Euroopa riigid on Saksamaale lähemal ja seal paremini tuntud. Kuna tarbija on järjest rohkem kogemustele ja nende sümbolisele väärtusele orienteeritud, on oluline toodete unikaalsete müügiargumentide esiletoomine turunduses.

4. Eesti potentsiaal Saksamaa loodushuviliste turistide sihtkohana

Eelmise peatüki alguses on esitatud nelja looduses puhkamisest teatud määral huvitava segmendi eelistuste ja reisikäitumise kirjeldus. **Eestil on potentsiaali kahe rühma – kultuuri süvahuviga reisijate ning looduses ja vabas õhus puhkajate sihtkohana.** Need kaks rühma on välisriikidest ning sealsest kultuurist ja loodusest väga huvitatud ning soovivad avastada nii loodust (maastikud, looduskogemus, järved, mererand jne) kui ka kultuuripärandit (hansalinnade ajalugu, mõisahooned jne). Ülejäänud kahte rühma on raske välismaistesse sihtkohtadesse meelitada, sest laste ja perega puhkajad eelistavad sihtkohti, kuhu neil on lihtne autoga pääseda ning traditsioonilised tavapuhkajad eelistavad veeta puhkust saksa keelt kõnelevates riikides, sest nad tunnevad ebakindlust välisriikide ja võõraste kultuuride suhtes.

Arvestades Saksamaa elanike puhkusereiside arvu välismaale (48,6 miljonit aastas), on loodusest huvitatud sihtrühmade potentsiaalne maht seega vahemikus 7–14 miljonit puhkajat. Küsimus seisneb selles, kas need inimesed on Eestist puhkusesihtkohana huvitatud.

Segment	Saksamaa elanike puhkuse-reisid välismaale (48,6 miljonit)	Sh. potentsiaal Ida-Euroopale
Looduses ja vabas õhus puhkajad	14% (6,8 miljonit)	476 000
Kultuuri süvahuviga reisijad	15% (7,2 miljonit)	720 000

Allikas INVENT, 2005

Ida-Euroopa sihtkohtadest huvitatud Saksamaa loodus- ja kultuurihuviliste puhkusereisijate teoreetiline turupotentsiaal on seega umbes miljon inimest. Kuna 2007.a. ööbis Eesti majutusettevõtetes vaid 87 000 Saksamaa turisti (sisaldab nii puhkuse- kui ka ärireisijaid), on ilmne, et Saksamaa puhkajate turupotentsiaal pole siin kaugeltki mitte saavutatud.

Seetõttu oleks kohane tõstatada küsimus: kuidas saaks Saksamaa loodushuvilisi reisijaid Eestisse meelitada, ehk siis miks külastab Eestit nii vähe Saksamaa turiste? Vastuste leidmiseks on oluline süüvida loodusega seotud reise pakkuvate reisifirmade turule Saksamaal, keskenduda edukatele Saksamaa loodusturismi sihtkohtadele ja konkurentstile.

5. Saksamaa reisikorraldajate hinnang Eesti potentsiaalile loodussuunitlusega reiside sihtkohana

Kuigi suur osa loodushuvilistest reisijatest korraldab oma reisi ilma reisifirmade vahendusega, on ka loodusreise pakkuvatel firmadel oma sihtgrupp olemas. „Forum Anders Reisen“ (FAR) on Saksamaa väikeste ja keskmiste reisikorraldajate liit, mille eesmärgiks on säästva turismi edendamine. Nad kohustuvad

pakkuma oma teenuseid vastavuses hulga keerukate kriteeriumidega, mis vaadatakse igal aastal uuesti üle. Selle liidu asutas 1998.a. 12 reisikorraldajat. Tänapäeval kuulub sinna üle 130 liikme, kelle käive kokku oli 2006.a. umbes 110 miljoni eurot. Viimastel aastatel on FAR-i liikmete kaudu puhkuse broneerijate hulk pidevalt kasvanud: 2000.a. oli see 20 900, 2006.a. juba 109 600. Nende olulisteks sihtgruppideks on looduse ja kultuuri vastu sügavat huvi tundvad inimesed.

Selleks, et saada selgem ettekujutus Eesti potentsiaalset loodussuunitlusega reise sihtkohana, korraldasid käesoleva analüüsi autorid ekspertintervjuud kümne loodusturismile spetsialiseerunud Saksamaa reisikorraldajaga. Küsitleti firmade juhte või turundusjuhte. Seitse küsitletud reisikorraldajat on juba Eesti oma reisipakettidesse lisanud (enamasti koos teiste Balti riikidega Baltikumi ringreisi raames), kuid kolm firmat ei paku veel oma klientidele Eesti külastamise võimalust. Kümnest vastanust kuus firmat on FARi liikmed. Vastused kajastavad reisifirmade kaudu broneerivate puhkusereisijate eelistusi.

5.1 Eesti tugevad ja nõrgad küljed loodusturismi sihtkohana

Ekspertintervjuude põhjal on tähtsamateks loodusega seotud reise sihtkohtadeks Saksamaal Põhjamere ja Läänemere rannik, Baierimaa ja Mecklenburg-Vorpommerni järvede ala. Euroopa sihtkohtadest nimetasid reisikorraldajad tähtsaimateks Skandinaavia (Rootsi, Norra, Soome), Iirimaa, Prantsusmaa, Hispaania, Masuuria (Poola), Šotimaa, Gruusia, Kura maasääre (Leedu) ja Balti riigid. Enamik küsitletud ekspertidest kinnitas Eesti suurt potentsiaali looduspõhise turismi sihtkohana. Vaid kaks eksperti pidasid Eesti kui loodusturismi sihtkoha väljavaateid keskpärasteks või praktiliselt olematuteks.

Eesti tugevate külgedena nimetasid eksperdid järgmisi tegureid: Eesti looduspargid, saared, „metsik“, puutumatu loodus keskustest ja asustusest eemal, ning head võimalused kombineerida looduslikke ja kultuurilisi vaatamisväärsusi.

Eesti miinusteks loodusreise sihtkohana peeti unikaalsete müügiargumentide ja maine puudumist või nõrkust (mis on Eestis erilist, mida mujal ei ole?), Eesti madalat populaarsust ning organiseeritud grupireisidele vajaliku infrastruktuuri puudulikkust. Nende puuduste tõttu on huvi Eesti kui looduspuhkuste sihtkoha vastu Saksamaal väike.

Eesti tugevad küljed loodusturismi sihtkohana

- Eestil on eksootiline hõng
- Palju huvitavaid rahvusparke
- Puutumatu ja rikkumatu loodus
- Skandinaaviast odavam
- Hea looduse ja kultuuri kombinatsioon
- Ilus maastik (saared ja rahvuspargid)
- Kasvav huvi Balti riikidesse reisimise vastu üldiselt
- Eesti tundub noor ja dünaamiline riik

Eesti nõrgad küljed loodusturismi sihtkohana

- Unikaalsete müügiargumentide puudumine (mis on Eestis erilist, mida mujal ei ole)
- Eesti on liiga tundmatu (eriti matkamise, rattasõidu sihtkohana)
- Eesti pole Saksamaal populaarne sihtkoht
- Ka reisikorraldajatele üsna tundmatu sihtkoht (neil puudub info, milliseid reise/ tooteid nad võiks pakkuda, nad pole leidnud sobivaid incoming-reisibüroosid või koostööpartnereid Eestis)

- Vähene koostöö erinevate Eesti teenusepakkujate vahel raskendab toodete arendamist Saksamaa reisikorraldajatele
- Puudulik infrastruktuur (majutusasutuste suurus gruppidele; teeviidad, rajad, kaardid, telkimisplatsid, transport jne).

Siin esile toodud nõrkade külgede loetelu ei erine eriti palju 2003.a. EASi poolt tellitud uuringu tulemustest (Saksamaa reisikorraldajate telefoniküsitluse viis läbi "Institut für Tourismus und Marktforschung" 145 Saksamaa reisikorraldaja seas, kellest 70 korraldasid reise Eestisse ja 75 korraldasid reise Põhja- või Ida-Euroopasse, kuid mitte Eestisse). Selles uuringus toodi Eesti probleemidena välja:

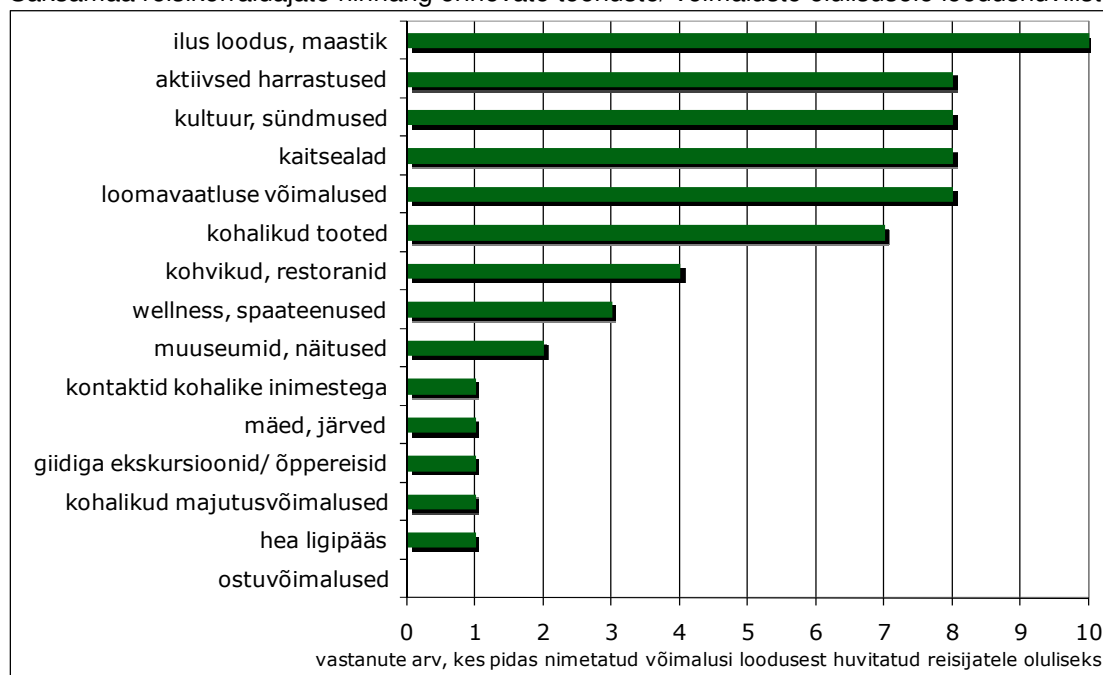
- unikaalsete müügiargumentide puudumine
- kuvandi puudumine (puudub naaberriikidest selgelt eristav tegur)
- Eesti kui sihtkoha kohta ei teata eriti midagi
- jahe kliima / ebastabiilsed ilmastikuolud
- turistide ja reisikorraldajate seas valitsevad eelarvamused/ klišeed (halb teenindus, ebaturvalisus, Ida-Euroopa mentaliteet)
- vaatamisväärsused pole piisavalt atraktiivsed
- Eestil üksi (ilma teiste Balti riikideta) pole pikemaks reisiks piisavalt palju pakkuda.

Kaks kolmest intervjueeritud reisikorraldajast, kes Eestisse reise ei paku, pidasid võimalikuks Eesti lisamist oma sihtkohtade valikusse järgneva kolme aasta jooksul. Selle kasuks otsustama võiks neid panna eelkõige kõrgem nõudlus Saksamaa elanike seas ja Eesti infrastruktuuri arendamine.

5.2 Nõudlus loodusturismi toodete järele

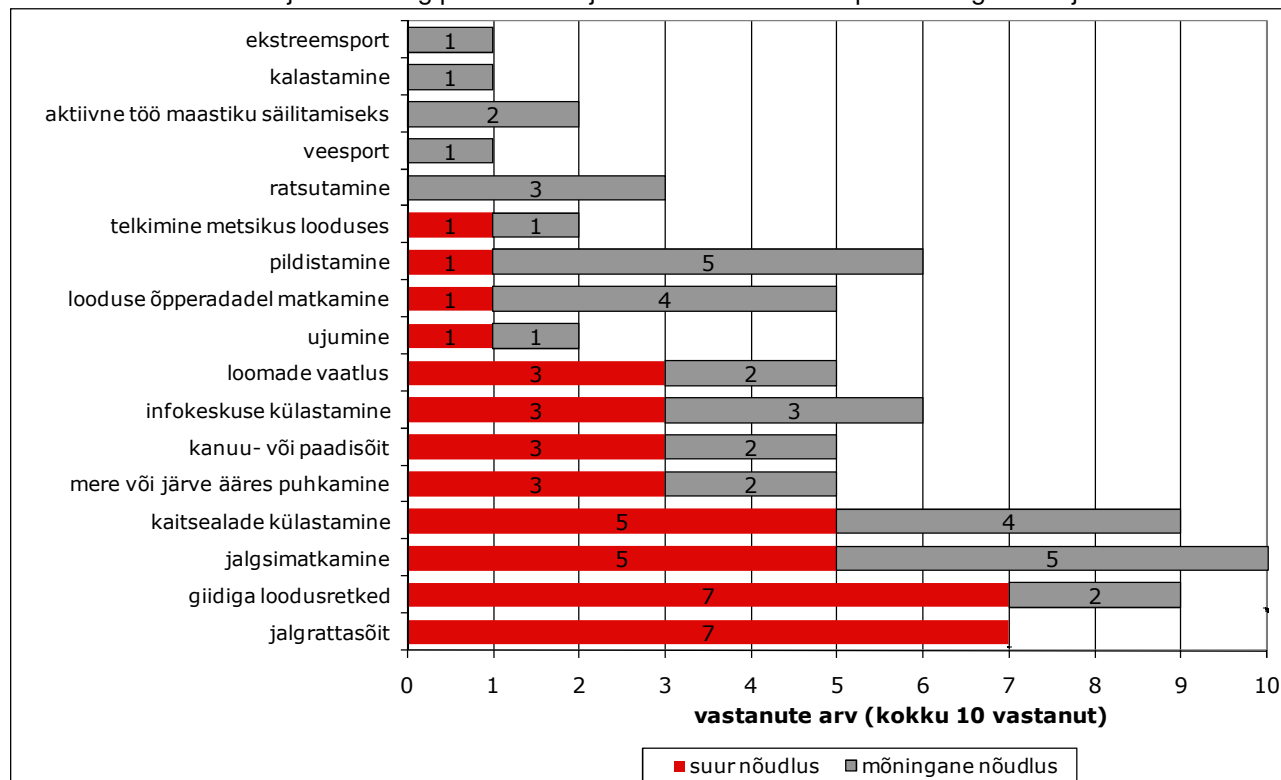
Küsitletud reisikorraldajatel paluti hinnata erinevate teenuste/ võimaluste olulisust loodushuvilistele reisijatele. Järgnev joonis näitab, et lisaks ilusale loodusele ja maastikule on sihtkohas olulised ka kaitsealade olemasolu, loomavaatluse võimalused, aktiivsete harrastuste võimalused ning kultuurilised vaatamisväärsused ja kultuurisündmused. Ka kohalikud tooted on üsna tähtsad.

Saksamaa reisikorraldajate hinnang erinevate teenuste/ võimaluste olulisusele loodushuvilistele reisijatele



Järgnev joonis näitab, millistest looduspõhistest tegevustest on reisikorraldajate kliendid kõige enam huvitatud. Nende hinnangul on suurem osa puhkusereisijatest huvitatud giidi juhitud loodusretkedest, jalgrattasõidust, jalgsi matkamisest ja kaitsealade külastamisest. Kõige väiksem segment on aga huvitatud kalastamisest ja ekstreemspordialadest. Samas märkisid vastanud, et ühele tegevusele keskenduvad loodusreisid ei müü nii hästi kui segaprogrammid: eelistatud on näiteks looduse ja kultuuriobjektide kombineerimine või looduse vaatlemise ja aktiivse tegevuse ühendamine (nt kanuumatk).

Saksamaa reisikorraldajate hinnang puhkusereisijate nõudlusele looduspõhiste tegevuste järele



Lisaks uuriti, kas info kättesaadavus saksakeelsel veebilehel on Saksamaa puhkajate jaoks oluline. Reisikorraldajate sõnul on individuaalreisijatele saksakeelne veebiinfo suure tähtsusega. Teisalt aga giidi juhtimisel grupireisil käivatele turistidele (mida pakub enamik Saksamaa reisikorraldajaid) on veebiinfo keelevalik suhteliselt ebaoluline, sest giid on saksakeelne ning seega edastatakse info neile niigi emakeeles.

6. Loodusturismi võimalused Saksamaa piirkondades

Valitud Saksamaa liidumaade võrdlusanalüüsi eesmärk on anda infot tootearenduse ja loodusturismi turundamise edutegurite kohta.

Saksamaal on palju erinevaid sihtkohti, mille kaunid loodusvaated ja looduslikud atraksioonid on Saksamaa puhkajate seas laialt tuntud. Saksamaal kõige populaarsemad loodusturismi piirkonnad on Alpide regioon (Baieri Alpid) ja rannikualad (Alam-Saksimaa, Schleswig-Holstein ja Mecklenburg-Vorpommern, Wattenmeer ja Läänemere rannik).

Saksamaa põhjapoolsed piirkonnad koos Brandenburgi, Mecklenburg-Vorpommerni ja Schleswig-Holsteini liidumaadega on need Saksamaa regioonid, mis võivad suurima tõenäosusega Eestiga Saksamaa

loodusturistide pärast konkureerida, sest nende paikade maastik on Eestiga suhteliselt sarnane (lauge maastik, metsad, rannik või järved). Tutvustatavad Saksamaa piirkonnad on Eestiga võrreldes väga tugevad. Kõik pakuvad mitmekesiseid looduse kogemist võimaldavaid tooteid; nende looduse kõrget kvaliteeti näitab kaitsealade olemasolu. Loodusturismi turundus põhineb läbimõeldud turundusstrateegial. Nende loodusturismi pakkumiste rõhuasetus varieerub vastavalt erinevate liidumaade kohalike turismiorganisatsioonide turundusstrateegiatele. Brandenburg keskendub looduse ja kultuuri teemale, Mecklenburg-Vorpommern looduspuhkusele, perepuhkusele ja tervisepuhkusele, Schleswig-Holstein keskendub kolmele sihtrühmale ja neile suunatud pakkumistele.

Oma turunduses ja tootepakkumises keskenduvad nad eelkõige Saksamaa elanikele, välituriste käib seal oluliselt vähem kui Eestis. Samas viitab majutusettevõtetes ööbivate turistide oluliselt suurem koguarv ka paremini väljaarendatud turismivõimalustele.

Saksamaa liidumaade ja Eesti turismistatistika võrdlus

	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Schleswig-Holstein	Eesti
Pindala	29 479 km ²	23 182 km ²	15 762 km ²	45 227 km ²
Elanike arv (tuh.)	2542	1687	2835	1342
Turiste majutusasutustes, 2007 (tuh.)	3377	5493	4957	2343
Sh. siseturiste (tuh.)	2850	5247	4397	963
Sh. välituriste (tuh.)	300	247	559	1380
Majutusasutustes veedetud ööd (tuh.)	9183	22 996	20 990	4675
Sh. siseturistide ööbimised (tuh.)	8533	22 357	19 842	1759
Sh. välituristide ööbimised (tuh.)	651	639	1149	2915
Keskmine viibimise kestus (ööid)	2,7	4,2	4,2	2,0
Sh. siseturistidel	3,0	4,3	4,5	1,8
Sh. välituristidel	2,17	2,6	2,06	2,11

6.1 Brandenburg

Brandenburgi liidumaa asub Saksamaa idaosa keskel, ümbritsetes Saksamaa pealinna Berliini. Seetõttu on Brandenburg eelkõige 3,4 miljoni Berliini elaniku ühepäevareiside sihtkohaks.

Brandenburgi looduse potentsiaal sobib loodushuvilisele reisijale. Jalgrattasõiduks, veespordialadeks ja ratsutamiseks vajalik infrastruktuur on seal hästi arenenud. Saksamaa suurima voolusängide hulgaga liidumaa (üle 2800 järve ja 30 000 km ulatuses jõgesid) pakub suurepäraseid võimalusi igat liiki veekogudega seotud puhkuseks. Kaitsealad (1 rahvuspark, 3 biosfääri kaitseala, 11 loodusparki, 2 geoparki) katavad 35% liidumaa pindalast. Piirkonna üheks omapäraseks loodusnähtuseks sügisene kurgede ränne. Jälgida saab populaarseid ja kõigi poolt armastatud loomi, nt kopraid ja euroopa saarmaid. Piirkonnas liiguvad ka hundid.

Üle 88 keskkonnaharidusasutuse pakuvad võimalusi looduskogemusteks ja -tegevusteks. Brandenburg lõi esimese loodusturismi pakujate võrgu 2006. a. Selles võrgus tegeleb hetkel üle 120 ettevõtte aktiivselt jalgrattasõidu, matka ja veeturismi toodete arendamisega.

Lisaks on Brandenburgi liidumaal suurim ökoloogiliste farmide osakaal. Üle 10% põllumaast on ökoloogiliselt haritav. Talupuhkuste liit on talu- ja ökopuhkusi pakuv katusorganisatsioon. Loodusturismi pakkumised on koondatud tootekataloogi nimetusega „loodusnauding“. Sellesse brošüüri on kogutud aastaringsed ja hooajalised pakkumised kaitsealadel, nt giidiga ekskursioonid, näitused, üritused jne.

Liidumaa turundusorganisatsiooni turunduses keskenduti varem peamiselt veeturismile, jalgrattasõidule ja kultuuriturismile. Uus turundusstrateegia (2008–2013) keskendub tsentraalsete turundusteemadena loodus- ja kultuuriturismile.

Hetkel on selle liidumaa turismiturundusorganisatsioon (www.reiseland-brandenburg.de) välja töötamas loodusturismile keskendunud turundusstrateegiat, kus eesmärgiks on välja selgitada ja ühendada olemasolev piirkondlik potentsiaal ja tooted loodusparkides, rahvusparkides ja biosfääri kaitsealadel. Looduskogemusi pakuvate broneeritavate toodete arendamine toimub seminaride käigus. Tulevikus on loodusturismi turunduse valdkonnas plaanis teha tihedat koostööd liidumaa kaitsealade esindusega.

6.2 Mecklenburg-Vorpommern

Mecklenburg-Vorpommern asub Saksamaa kirdeosas (Brandenburgist ja Berliinist põhja pool) Läänemere rannikul.

Sealsed loodusturismi arendamise eeldused on märkimisväärsed: 21% liidumaa pindalast on kaetud metsaga, 30% on maastikukaitsealad (3 rahvusparki, 7 loodusparki, 2 biosfääri kaitseala ja 1 geopark), seal on 1700 km pikkune rannajoon, üle 2000 järve ning 26 000 veeteed, mis võimaldavad arendada erinevaid looduspuhkuse liike (loomade vaatlemine, jalgrattaturism, veekogudega seotud puhkus).

Brošüür „Elamusterikas loodus“ (ErlebnisReich Natur/ Experience rich nature) – avaldatud selle liidumaa metsa ja kaitsealade ametkonna toetusel – koosneb rohkem kui 70 pakkumisest ja 118 tootelemendist. Pakkumised ulatuvad kopravaatlusest, loodussafaritest kurgede vaatluseni, hõlmates ka giidiga matku, jalgrattasõite ja kanuumatku.

Aastal 2007 käivitas liidumaa turismiturundusorganisatsioon (www.auf-nach-mv.de) loodusturismiteemalise kampaania. See põhines liidumaa unikaalsete müügiargumentide ja sihtrühmade määratlemisel ning sihtrühmadele suunatud strateegial koos sellega seotud tootekriteeriumite, tootearenduse ja levitamisega. Selles kontekstis töötati välja uuenduslike ja atraktiivsete pakkumiste näited. Aastal 2008 korraldatakse liidumaa turismiturundusorganisatsiooni ja maaturismi assotsiatsiooni koostöös maaturismikampaania.

Liidumaa turismiturundusorganisatsioon toetab loodusturismiteenuste pakujate kompetentsi ja professionaalsuse arendamist seminaride ja koolituste ning veebipõhiste kvaliteedijuhtimisalaste infomaterjalide kaudu, nt matkamise, ratsutamise ja maaturismi kohta.

6.3 Schleswig-Holstein

Schleswig-Holstein – merede-vaheline maa (Põhjameri ja Läänemeri) – on kõige põhjapoolsem Saksamaa liidumaa, mis paikneb Hamburgi ja Taani riigipiiri vahelisel alal.

Aastal 2006 kiitis liidumaa majandusministeerium heaks uue turismistrateegia. Strateegia keskendub sihtrühmadele, olles asendanud toote- või teemapõhise turunduse idee. See strateegia põhineb laialdasel Schleswig-Holsteini külastajate turu-uuringul, kus võrreldi tulemusi Mecklenburg-Vorpommerni külastajate sotsiaaldemograafilise struktuuri ja väärtustega. Saksamaa puhkajate klasteranalüüsi põhjal hinnati nende majanduslikku mõju ning Schleswig-Holsteini potentsiaali nende sihtkohana. Selle põhjal määratleti kolm peamist sihtrühma ning kolm sellega seotud turundusteemat.

- Parim vanus: *urlaubshorizonte** – parimates aastates puhkamise aeg (sihtrühm: vanemad inimesed)
- Kogenud ja nõudlikud puhkajad – *ars-viventi** – naudi iga hetke (sihtrühm: kvaliteetturistid/spaaturistid)
- Lõbus puhkus lastele ja nende kaaskonnale: *wunderland schleswig-holstein** – (sihtrühm: perekonnad).

Loodus mängib olulist rolli turismipakkumistes kõikidele sihtrühmadele, eriti perekondadele, kuid see pole eraldiseisev turundusteema.

Kodulehe otsingumootorist (www.sh-tourismus.de) on reisijatel võimalik otsida teenuseid ja tooteid teemade kaupa. Üks paljudest teemadest on looduskogemus. Infot loodusobjektidest võib leida Wattenmeeri rahvusparki ja 5 loodusparki kohta. Pakutakse kuut aedade ja parkide teemalist marsruuti, millest iga marsruut sisaldab kümme aeda. Pakutakse ka infot looduskogemuste võimalustest erinevates piirkondades. Umbes 32 looduskogemust pakuvad toodet on mõeldud peamiselt perekondadele. Ka teised teemad otsingumootoris on suunatud tegevustele looduses, nt jalgrattasõit ja ratsutamine.

Wattenmeeri rahvuspark (<http://www.wattenmeer-nationalpark.de/main.htm>) on Kesk-Euroopa suurim (441 000 ha). Kusagil mujal ei leidu sama suurt mõõnaranda, kus võiks kohata sarnast liivade, düünide, soolaniitude ja saarte kombinatsiooni. Looduse tundmaõppimiseks on välja arendatud infopaviljonide, teabetahvlite, kaartide ja õpperadade süsteem ning atraktiivne rahvusparki külastuskeskus *Multimar Wattforum* (<http://www.multimar-wattforum.de>), kus käib üle 200 000 külastaja aastas. Looduskogemuse hõlmab näiteks hüljeste toitmise jaamu, linnuvaatlust ja giidiga grupiekskursioone. Rahvuspark teeb koostööd reisikorraldajatega (nt *Lupe Reisen*).

7. Soovitused Eesti kui loodusturismi sihtkoha atraktiivsuse suurendamiseks Saksamaal

Tegevus		Järjestus		
		1.	2.	3.
Turundus	Loodusturismi sihtkoha kuvandi väljatöötamine		•	
	Loodusturismi unikaalsete müügiargumentide väljatöötamine		•	
	Uuring külastajate arvamusest ja teadlikkusest Eesti looduse ja regionaalsete eripärade kohta	•		
	Konkureerivate loodusturismi sihtkohtade võrdlusanalüüs	•		
	Prioriteetsete loodusturismi toodete määramine		•	
Tootearendus	Sihtrühmade määramine elustiili eelistuste põhjal		•	
	Erinevate sihtrühmade nõudluse defineerimine toodete ja sihtkohtade osas		•	
	Loodusmaastiku, looduskogemuse võimaluste ning olemasolevate toodete kvaliteedi ulatuslik analüüs			•
	Loodusturismiks sobilike piirkondade määramine			•
	Loodusturismi teenusepakujate ja huvigruppide pädevusvõrgustiku loomine (ühiste seminaride vormis)			•
	Turismiarenduskeskuse teadlikkus- ja koolitusprogrammi prioriteetsete loodusturismi toodete pakujatele			•
	Turunduse ja tootearenduse juhtnõude väljatöötamine uuenduslike ja atraktiivsete loodusturismitoodete loomiseks			•
	Olemasolevate üleriigiliste või üleregiooniliste temaatiliste reisimarsruutide arendamine ja täiustamine loodushuvilisi turiste silmas pidades			•
	Looduskogemuse lisamine kruiisreisijatele pakutavatesse programmidesse			•
	Spordiürituste pakkumine looduses			•
Kultuurisündmuste kombineerimine loodusega			•	
Kommuni- katsioon	Sõnumite valik loodusturismi turundamiseks		•	
	Erinevatele sihtrühmadele sobivate turunduskanalite valik		•	
	Kultuuritegelaste jm. tuntud inimeste värbamine Eestit tutvustama		•	
	Loodusturismi tooteid tutvustavate reiside korraldamine turismispetsialistidele ja meediale			•
	Jätkuv osalus rahvusvahelistes projektides (nt EDEN)			•
	Tallinna kui Euroopa kultuuripealinna 2011 tuntuse suurenemisega kaasnevate võimaluste kasutamine loodusturismi toodete turundamiseks			•

Kasutatud materjalid

- ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil Club) (2008): Reisemonitor 2008, Trendforschung im Tourismusmarkt , Eine ADAC Verlag-Studie, München
- ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club) (2005): Radtourismus 2005: Zahlen, Daten, Fakten <http://adfc.de>
- ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club) (2007): Radtourismus 2007: Zahlen, Daten, Fakten http://www.adfc.de/4192_1
- Bell, S., Tyrväinen, L., Sievänen, T., Pröbstl, U., and Simpson, M. (2007): Outdoor Recreation and Nature Tourism: A European Perspective (cited on 7 February 2008): <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/de/>
- Destatis (Federal statistical office)(2007): Entwicklung der Informationsgesellschaft - IKT in Deutschland.
- Deutscher Wanderverband, Erik Neumeyer (2004): Wandertourismus in Deutschland, Presentation at the University of Applied Sciences Eberswalde, 16.12.2004, Eberswalde
- DTV (German tourism association)(2005): Natur · Erlebnis · Angebote - Entwicklung und Vermarktung, Bonn
- European Commission (2002): Using natural and cultural heritage for the development of sustainable tourism in non-traditional tourism destinations. Related online version (cited on 11. November 2007): http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_heritage.htm
- ETC (2006): Tourism Trends for Europe, Brussels (European Travel Commission). <http://www.etc-corporate.org>
- Fachhochschule Eberswalde, BTE, dwif (2007): Naturtourismus Brandenburg, Workshop am 10.05.2007, Eberswalde
- FOCUS Media (2005): Der Markt für Fitness und Wellness - Daten, Fakten, Trends. <http://www.medialine.de>
- F.U.R (2005): Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Urlaubsmotive, Kiel
- F.U.R (2007a): Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Die Urlaubsreisen der Deutschen – Kurzfassung der Reiseanalyse 2007, Kiel
- F.U.R (2007b): Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2007 German Holiday Survey – English Summary, Kiel
- F.U.R (2008): Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2008, esitlus messil ITB 2008
- Henley Centre (2005), "Paper 4: Supply of places for outdoor recreation. A report for Natural England's outdoor recreation strategy", London (Henley Centre/Headlight Vision). Related online version (cited on 7 February 2008): <http://www.countryside.gov.uk>
- INVENT (Innovative marketing concepts for sustainable tourism)(2005): Urlaubs und Reisetile – ein Zielgruppenmodell für nachhaltige Tourismusangebote, Insitut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH, Frankfurt am Main
- Meyer-Hentschel, H. (2005): Ältere Touristen als Kunden gewinnen und behalten - Chancen für Regionen und Städte, Silver Economy in Europe 2005 – konverentsi ettekanne. <http://www.seniorenmarkt.de>
- SfTE (Studienkreis Tourismus und Entwicklung e.V.)(2005): Urlaubsreisen und Umwelt, Kösterke, A., Von Laßberg, D., Ammerland/Starnberger See
- Strasdas, W. (2001): Ökotourismus in der Praxis – Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutz-politischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern, Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, Ammerland/Starnberger See
- Strietska-Ilina, O., Tessaring, M. (2005): Trends and skill needs in tourism. Published by European Centre for the Development of Vocational Training, Luxemburg
- Zukunftsinstitut (2006): Tourismus 2020 – Die neuen Sehnsuchtmärkte. <http://www.zukunftsinstitut.de>
- TAB (2005): Office of Technology Assessment at the German Parliament. Summary of the TAB working report No. 101: Future trends in tourism. Related online version (cited on 7 February 2008): <http://www.tab.fzk.de>
- Tdw (2008): Typologie der Wünsche – Menschen, Medien, Märkte, Burda Community Network, Offenburg

Saksamaal intervjueritud reisikorraldajad

Reisikorraldaja	veeb	Pakub reise Eestisse/ Baltikumis?	Peamine fookus grupi-(G) või indiv.(I) reisidel?	Reisipakettide hinnanaidete ühe reisija kohta (sisaldavad majutust 2-inimese toas ja saksakeelset giidi; ei sisalda transporti Saksamaalt sihtkohta ja tagasi, kui seda pole eraldi märgitud)
A&E Erlebnisreisen	www.ae-reiseteam.de	jah	G	Jalgrattaringreis läbi Balti riikide: 18 päeva € 1690
Estland Reisen	www.estland.ee	jah	I / väiksed grupid	Erinevad Eesti ringreisid linnu-, looma- ja taimevaatlushuvilistele
NABU Reisen – Birding Tours	www.birdingtours.de	jah	G	Eesti ringreis linnu- ja taimevaatlushuvilistele (8-14 in. grupile). 10 päeva € 1990 sis.lendu Berlinist
NaTours	www.natours.de	jah	I / G	Jalgratta- ja bussiringreis Baltikumis 12-18 in. grupile (jalgrattaga 20-54 km päevas), sh. Eestis Tallinn, Lahemaa, Tartu, Otepää. 12 päeva € 1300 sis. pagasitransporti, ringreisibussi
ReNatour	www.renatour.de	jah	I	Jalgratta- ja bussiringreis Baltikumis 10-25 in. grupile (jalgrattaga 20-75 km päevas), sh. Eestis Tallinn, Lahemaa, Peipsi, Tartu. 12 päeva € 1280 sis. pagasitransporti, ringreisibussi Tallinnast Vilniusele.
Rucksack Reisen	www.rucksack-reisen.de	ei	G	Rattaringreis Rootsis 7 päeva € 800
Studiosus	www.studiosus.com	jah	G	Jalgratta- ja bussiringreis Baltikumis (jalgrattaga 20-40 km päevas), sh. Eestis Tallinn, Lahemaa, Saaremaa, Pärnu. 14 päeva € 2700 sis.lende Saksamaalt
Hildegard Willoweit Litauen Reisen	www.litauenreisen.de	jah	I / G	Jalgratta- ja bussiringreis Baltikumis kuni 21 in. grupile (jalgrattaga 15-40 km päevas), sh. Eestis Tallinn, Lahemaa, Peipsi, Tartu. 9 päeva € 1440 sis.lende Saksamaalt
Wikinger Reisen	www.wikinger-reisen.de	jah	G	Jalgratta- ja bussiringreis Baltikumis 12-18 in. grupile (jalgrattaga 12-40 km päevas), sh. Eestis Tallinn, Lahemaa, Tartu, Otepää. 15 päeva € 1600 Sis.laevasõitu Kiel-Klaipeda