



**RAK**  
Eesti Riiklik Arengukava



Toetab Euroopa Liit

# **Eesti maine puhkusesihtkohana Hispaanias: süvaintervjuud Hispaania reisifirmade esindajatega**

August 2007

**Tellijä: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse  
Turismiarenduskeskus**

---

**Travel and Tourism Research Ltd.**  
4 Cochrane House, Admirals Way, London E14 9UD

*TATR is a founder member of AIMRI - the Alliance of International Market Research Institutes*

## SISUKORD

1. SISSEJUHATUS .....	3
2. LÜHIKOKKUVÕTE .....	4
3. SÜVAINTERVJUUDE TULEMUSED .....	6
3.1 Vastanute spontaansed kommentaarid (mis meenub spontaanselt Eesti kohta) .....	6
3.2 Mis pakuks Hispaania turistidele Eestis huvi? Ja millistele sihtgruppidele? .....	9
3.3 Mis on Eesti kui puhkusekoha tugevad küljed, mida tuleks Hispaanias rõhutada? .....	10
3.4 Mis on Eesti maine nõrgad küljed hispaanlaste silmis? Mis takistab Eesti kui puhkusesihtkoha turundust Hispaanias? .....	11
3.5 Hinnangud muudele Eestisse reisimist mõjutavatele teguritele .....	17
3.6 Kes on Eestisse reisimisest huvituvad sihtgrupid ja milliseid tooteid nad eelistavad? .....	18
3.7 Kuidas muutub Hispaania reisikorraldajate arvates nõudlus lähiaastatel? .....	20
3.8 Kuidas hindavad reisikorraldajad praegust Eesti kui reisisihi turundust Hispaanias? Millised on nende soovitusel Eesti tutvustamiseks Hispaanias? .....	21

## 1. SISSEJUHATUS

2.-6. juulini 2007 viidi Hispaanias läbi süvaintervjuud üheteistkümnelt Eestisse ja Balti riikidesse või Põhjamaadesse reise müüva reisifirma keskastme juhtidega, milles uuriti nende arvamust Eesti kui reisisihti tugevatest ja nõrkadest külgedest ning Hispaania turistide eelistatud infoallikatest ja potentsiaalsest nõudlusest järgmisel kolmel aastal. Küsitluse viis EAS Turismiarenduskeskuse tellimusel läbi Londonis asuv uuringufirma Travel and Tourism Research Ltd.

Vastanud valiti 22 Eestisse ja Eesti lähiriikidesse grupi- või individuaalreise korraldavate firmade hulgast. Üheteistkümnelt vastanud isikust kaheksa töötasid Barcelonas (mis peegeldab Barcelona suuremat tähtsust, kuna see on Hispaanias ainuke linn, millel on Eestiga otselennuühendus) ja kolm Madridis, kuid büroosid oli osalenud firmadel ka mujal Hispaanias. Vastajaks valiti antud firmas Baltimaade/ Põhjamaade ja/ või Venemaa reise eest vastutav toote- või müügijuht, kuid ka neist vaid kolm olid ise Eestis käinud. Lisaks plaanis üks vastanu reisida omal käel Eestiga tutvuma augustis ja üks osaleda EASi poolt korraldataval Eestit tutvustaval reisil septembris. Intervjuud viidi läbi vastanute töökohal hispaania keeles.

Aruandes on kaldkirjas esitatud olulisemad järeldusi illustreerivad vastanute tsitaadid. Iga tsitaadi järel on märgitud vastaja kood, et selgitada vastanu ametikohta ja isiklikku kokkupuudet Eestiga. Viis esimest vastanut allpool esitatud nimekirjas esindasid nn. prioriteetseid reisifirmasid. Need on firmad, kes on spetsialiseerunud Baltimaadele/ Põhjamaadele/ Venemaale, või kes ülejäänud nimekirjas olnud firmadega võrreldes pakuvad oma koduleheküljel ja kataloogis laiemat valikut Eesti-reise – näiteks mitmeid erineva marsruudi ja pikkusega programme, nii grupi- kui ka individuaalreise.

- K Skandinaavia tootejuht, Barcelona, käinud Eestis 10 korda
- G Broneeringute juht, Barcelona, käinud Eestis 3 korda
- C Puhkusereiside müügijuht, Madrid, pole Eestis käinud, kuid kavatseb tulla augustis
- A Broneeringute juht, Madrid, pole Eestis käinud
- F Lepingute juht, Barcelona, pole Eestis käinud
  
- B Balti regiooni juht, Madrid, viibinud Eestis nädalasel reisil
- D Puhkusereiside müügijuht, Barcelona, pole Eestis käinud
- E Firmajuht, Barcelona, pole Eestis käinud
- H Kruisimüügijuht, Barcelona, pole Eestis käinud
- J Kommertsdirektor, Barcelona, pole Eestis käinud
- L Broneeringute juht, Barcelona, pole Eestis käinud

## 2. LÜHIKOKKUVÕTE

\* Peamine probleem Eesti kui reisisihi turundamisel ja müümisel Hispaanias on nii elanikkonna kui ka reisifirmade väga madal teadlikkus Eestist. Tallinn on ainuke sihtkoht Eestis, mis on Hispaanias mingil määral tuntud. Tallinnast teatakse, et see on väike, väga atraktiivne ja korralikult restaureeritud keskaegne linn. Isegi reisikorraldusfirmade juhid, kes olid Eestit külastanud, ei olnud eriti muid kohti peale Tallinna näinud. Eesti on selles osas Läti ja Leeduga sarnane: need on kolm väikest riiki, milles kõigis on vaid üks märkimisväärne turismiatraktsioon – ajalooline pealinn. Seetõttu ei peeta Eestit tavaliselt eraldi külastust väärivaks sihtkohaks, vaid lihtsalt osaks Balti riikidest.

\* Eestit peetakse sihtkohaks, mille külastamisele tasub kulutada paar päeva, seetõttu sobib Eesti külastus osaks Balti riikide ringreisist või Läänemere kruisist (teel Peterburi) või “lisandiks” Helsingi külastusele. Ilmselt ainus võimalus seda arvamust muuta on korraldada Hispaania reisifirmadele ja ajakirjanikele Eestit tutvustavaid reise, et näidata neile, milliseid kohti Eestis veel tasuks külastada.

\* Asjaolu, et Eesti ja Hispaania vahel on ainult kolm otselendu nädalas, pidasid vastanud oluliseks reisimist takistavaks teguriks. Kuna praegu võrdub Eesti hispaanlaste teadvuses Tallinnaga, siis oleks sobiv variant ainult Eesti külastamiseks (ilma teiste riikidega kombineerimata) nädalalõpureis Tallinna (väljasõit reede õhtul, tagasisõit esmaspäeva lõunaks). Praegu on see võimalik ainult Barcelonast. Teadlikkus Tallinn-Barcelona otselennust on madal, isegi reisifirmade seas.

\* Eesti kui reisisihi tugevateks külgedeks peetakse “põhjamaisust” (jahedad suved ja roheline vastandina Hispaania suvede kuumusele ja päikese käes kõrbenud taimestikule) ja seda, et Eesti on “uus”. “Uus” tähendab siin seda, et Eesti on uus sihtkoht, aga ka seda, et Eesti on suhteliselt hiljuti NSV Liidust vabanenud ja oma demokraatia taastanud riik (emotsionaalselt tekitab see hispaanlastes paralleeli demokraatia taastamisega peale nelja aastakümnet Franco režiimi). Eesti ühinemine Euroopa Liiduga on turismi seisukohalt oluline positiivne tegur: see rõhutab Eesti euroopalikkust ja meeldib hispaanlastele kui Euroopa Liitu tugevalt toetavale rahvusele. Euro kasutuselevõtt Eestis oleks täiendav positiivne tegur.

\* Hispaanlastele meeldib puhata Hispaanias: nad naudivad hispaaniapärasest toitu, ja välismaale reisimine on neile mõnevõrra problemaatiline, kuna paljud neist ei oska võõrkeeli. Seetõttu eelistavad paljud hispaanlased välismaale sõites grupireise või reise, kus on võimalik kasutada hispaaniakeelse reisisaatja või esindaja abi. Kuid selles suhtes on Eesti samal positsioonil kui iga teinegi sihtkoht: Hispaania turistid teadvustavad endale, et välismaale sõites peavad nad sööma harjumatu toitu ja hakkama saama võõrkeelses keskkonnas.

\* Eesti on eelkõige kultuurireiside sihtkoht, mis pakub huvi ajaloo, arhitektuuri jms. poolest. Seetõttu näevad reisikorraldajad peamise Eestist huvitava sihtgrupina kõrgema haridusega hispaanlasi, kes soovivad tutvuda nende omast erineva kultuuriga. Kuna Eesti on suhteliselt uus ja vähemtuntud sihtkoht, pakub see huvi inimestele, kes on juba käinud kõige populaarsemates sihtkohtades, nagu Londonis, Pariisis, Amsterdamis, Prahhas, Viinis, Berliinis, Roomas ja Budapestis. Mitmete vastanud reisifirmade juhtide arvates on Eesti sihtkoht, mis “ootab”, et nende nõudlikumad kliendid selle avastaksid. Eesti atraktiivsust aga vähendab hispaanlaste vähene teadlikkus Eestist – peaaegu ainukese Eesti tuntust suurendanud tegurina nimetati 2002.aastal toimunud Eurovisiooni lauluvõistlust.

\* Eesti vähesel tuntuusel nii riigina kui ka reisisihina on kaks eelist: esiteks ei osanud keegi

vastanuist Eesti mainega seoses esile tuua ühtegi negatiivset aspekti; ja teiseks tähendab tugevate kuvandite puudumine (peale Tallinna), et Eestil on võimalik oma edaspidise turundusega kujundada just Eestile sobiv kuvand.

\* Eestist potentsiaalselt huvituvaks sihtgrupiks pidasid vastanud nõudliku maitsega linnaelanikke – nii noori, kes rändavad ja avastavad maailma enne pere loomist kui ka üle 45-aastasi abielupaare, kellel on täiskasvanud lapsed. Need inimesed on palju reisinud, neil on kõrged ootused, nad soovivad keskmisest kõrgema tasemega majutust ja teenindust, ning nad ootavad sihtkohalt midagi uut ja erilist. Mõned neist eelistavad kasutada hispaaniakeelse giidiga grupireise, mõned aga naudivad võimalust iseseisvalt sihtkohta avastada.

\* Hetkel on põhilised reisivariandid Eestisse nädalapikkused kolme Balti riigi pealinna ringreisid, lühipeatused Tallinnas kas lisandina Helsingi külastusele või teel Peterburi (Läänemere kruisil) või nädalalõpureisid Tallinna (mida saab müüa ainult Barcelonast, kust on otselend). Neid reise peeti kõige huvipakkumateks ka lähiaastatel. Kuna vastanud reisikorraldajate teadmised Eestist olid suhteliselt vähesed, siis oli neil raskusi prognoosimisel, milliste toodete järele nõudlus tulevikus võiks suurened. Suurem osa vastanud reisikorraldajatest ei plaaninud oma Eesti-reiside valikut laiendada. Nende hinnangul on huvi Eestisse reisimise vastu Hispaanias kas stabiilne või isegi kahanev, kuna nad ei ole näinud Hispaanias Eestit tutvustavaid turundustegevusi, mis suurendaks elanike huvi Eesti vastu.

\* Mitu vastanut rõhutas vajadust Eesti aktiivsema turunduse ja turismiesinduse järele Hispaanias (eriti Madridis). Hispaania ärikultuuris on ikka veel väga oluline isiklik suhtlus – ja seda internet ei asenda. Vastanute väitel ei ole neil piisavalt raamatuid, brošüüre ja muud infot Eesti turismivõimaluste kohta. Eriti mainiti seda väljaspool Tallinna asuvate paikade kohta: mitmed vastanud arvasid, et kuna Tallinn on nii ilus, siis peab ka mujal Eestis olema vaatamisväärsed kohti – kuid info nende kohta puudub. Näitena toodi mitme teise riigi turismiameteid, kes aktiivselt materjale ja infot saadavad.

\* Hinna-kvaliteedisuhte kohta Eestis oli vastanutel erinevaid arvamusi. Mõned leidsid, et hotellid on üsna kallid (võrrelduna teiste Kesk- ja Ida-Euroopa riikidega), mõned jälle leidsid, et Tallinna hotellide hinna-kvaliteedisuhe on hea (eriti võrrelduna Põhjamaade ja Venemaaga). Igal juhul ei peetud hinna-kvaliteedisuhte ja hinnataset Eestisse reisimist takistavaks teguriks, küll aga peeti takistuseks Eestisse kohalejõudmisele kuluvat aega ja raha (eriti 2-3-päevaste Tallinna-reiside puhul).

\* Eesti turismiarendajatelt ootavad Hispaania reisifirmad eelkõige Eestit tutvustavate reiside korraldamist reisifirmade juhtidele ja reisiajakirjanikele. Reisiajakirjad on Hispaanias müügil igas ajalehekioskis ja populaarsed klantsajakirjad "Geo", "Viajeros", "Tourismo y Ocio", "Rutas del Mundo" ja "Viajes" (National Geographicu ajakiri), aga ka tähtsaima ajalehe "El País" nädalalõpu reisilisa "El Viajero" on välisreise tegevatele Hispaania elanikele olulised infoallikad puhkusepaikade kohta. Parim variant oleks Hispaania reisikorraldajate arvates Eestit tutvustav reklaamikampaania, mis suurendaks elanike huvi Eesti vastu, nii et reisifirmad saaksid pakkuda rohkem puhkusereise Eestisse.

### **3. SÜVAINTERVJUUDE TULEMUSED**

#### **3.1 Vastanute spontaansed kommentaarid (mis meenub spontaanselt Eesti kohta)**

Üheteistkümnest vastanust kaheksa polnud kunagi Eestis käinud ja teadsid üldiselt Eestist ja selle turismivõimalustest üsna vähe. Mõni vastanu teadis ainult pealinna nime. Valdavalt seostasid vastanud Eestit teiste Balti riikidega – teati küll, et nad on poliitiliselt eraldiseisvad riigid, kuid neid nähti suhteliselt väikeste üksteisega seotud riikide grupina, millest teatakse vähe, millel on ühine ajalugu (kuulumine NSV Liitu) ja mis kõik kuuluvad nüüd Euroopa Liitu. Balti riike nähakse ja turundatakse kas ühe grupina või lisandina Soomele või Peterburile. Mõned vastanud kommenteerisid, et 2002.aastal toimunud Eurovisiooni lauluvõistlust võib pidada peaaegu ainukeseks Hispaania elanike seas Eesti tuntust suurendanud teguriks.

*Tsitaadid intervjuudest: Mis meenub spontaanselt Eesti kohta?*

*"Ma näen Eestit Venemaa jätkuna ja ühtlasi ka seguna Skandinaaviast – nii see paistab. See omavaheline sarnasus tundub samasugune nagu Hispaania ja Portugali omavaheline sarnasus – need on erinevad riigid, kuid samas nii sarnased ja üksteisele lähedased, et nad peaaegu ongi nagu üks riik." [C]*

*"Eestiga seoses tuleb mul kõigepealt meelde, et see on väike riik Põhja-Euroopas, mis on täielikult kokku põimunud Läti ja Leeduga – nad on nagu kolmeliikmeline perekond ja moodustavad kokku Balti riigid. Eestiga seoses meenub kõigepealt selle pealinn ja ma loodan, et mulle meenub õigesti selle nimi – Tallinn." [F]*

*"Balti riigid, Balti meri. Pole selget vahet, milline on Läti, milline Leedu, milline Eesti. Need on nüüd kaasaegsed riigid, ei ela enam minevikus ega NSV Liidus. Kuid hispaanlastele täiesti tundmatud." [E]*

*"Mulle tundub, et kõik kolm Balti riiki on ühesugused. Ma ei saa neid võrrelda Venemaaga, ma tean, et nad on ilmselt euroopalikumad, aga mul pole erilist ettekujutust. Kui te küsite minult Venemaa kohta, ma võin teile rääkida Moskvast ja Peterburist, aga Eestist ma ei tea midagi." [D]*

*"Kui ma mõtlen Eestist, siis kõigepealt ma mõtlen väikesest riigist, mis on endine Venemaa liiduvabariik Põhja-Euroopast. Väga euroopalik. Ma pole seal kunagi käinud. Ma tean inimesi, kes on seal käinud ja nad ütlevad, et see on väga kena. Ma tõesti ei tea eriti palju. Ma tean ainult pealinna, mis on Tallinn." [H]*

*"Reisikorraldajana me teame, kus Eesti asub. Kuid me pakume seda osana Balti riikidest, me ei reklaami oma kataloogis Eestit eraldi. Ma arvan, et hispaanlased ei tea Eestist kui sellisest midagi. Meie, reisikorraldajad, pakume ainult Balti riike, mitte Eestit, ja sama kehtib turistide kohta – nad ei reisi ainult Eestisse. Miks see nii on, seda ma ei tea, võib-olla seepärast, et neid pakutakse alati koos. Me müüme kolme linna, Riia, Vilniust ja Tallinna, meie kataloogi nimi on '3 Balti pealinna'. Seda, mida me oma kataloogis pakume, otsustavad meie partnerid Eestis ja Baltikumis, ja kahjuks ei ole meil selle kohta eriti midagi öelda. Meie partnerfirma Eestis pakub meile ainult kolme pealinna ringreisi ja see on kõik. " [A]*

*"Minu ettekujutus Eestist on, et see on üks Balti riikidest, väga lähedal Soomele, pealinn on Tallinn. Ma arvan, et Tallinna ja Eestit teavad need hispaanlased, kes on käinud Soomes või Rootsis. Religioon on seal õigeusk. Varem oli see Venemaa, kuid nüüd on see kõik läinud. Kuid inimesed*

*räägivad seal ikka veel vene keelt. Meilt küsiti palju reise Tallinna Eurovisiooni lauluvõistluse ajal ja müük läks väga hästi. Inimestel peab olema mingi kuvand, kui nad lähevad riiki, millest nad palju ei tea. Praegu ei ole mingit muud kuvandit peale selle Eurovisiooni lauluvõistluse." [J]*

*"Eestiga seoses mõtlen ma eelkõige endistest liiduvabariikidest – Balti riikidest. Ma tean tõesti väga vähe, me müüme Eestit vähe ja pole ise seal käinud." [L]*

Tallinn oli ainuke tugev kuvand, mis vastanutel Eestiga seostus. See kehtis nii Eestis käinute kui ka mittekäinute kohta, kuna üks kolmest Eestis käinust oli käinud ainult Tallinnas ja kaks olid teinud Tallinnast ühepäevase väljasõidu rahvusparki. Kuid kõik arvamused Tallinna kohta olid positiivsed: ilus, hästi restaureeritud, atraktiivne keskaegne linn, mida võib turundada kui väiksemat Prahast või Viini. Tallinna lähedus Skandinaaviale täiendas mõne vastanu jaoks positiivset kuvandit. Spontaanselt ei võrrelnud ükski vastanu Tallinna Riia või Vilniusega, mis tõenäoliselt tulenes nende vähesest teadlikkusest teistest Balti riikidest.

*"Ma arvan, et see on natuke kurb, et hispaanlastele seostub Eestiga esimese asjana ilmselt Eurovisiooni lauluvõistlus... sel ajal me nägime, et Eestisse reisivate inimeste arv kasvas! Hispaanlastel on ettekujutus endistest liiduvabariikidest, et seal ei ole midagi huvitavat kultuuri või looduse poolest. Neil on siiski ettekujutus Tallinnast, et seal on kirikud, kindlused, väljakud, ja et see asub Soome lähedal. Ma pean ütlema, et see oli kõik, mida ma Eestis olles nägin ja see on ka tagasiside, mida ma saan teistelt hispaanlastelt." [B – käinud Eestis]*

*"Eesti on uus riik, ikka veel vähe tuntud. Tõenäoliselt on sel sihtkohana tulevikus hea potentsiaal. Kui ma mõtlen Eestist, mõtlen ma Tallinnast. Tallinna reise müük läheb hästi, sest ma tunnen linna ja tean, et see on ilus. Tallinna eeliseks on see, et ta on väike linn, kuid näeb kena välja. Hispaanlastele pakub huvi ka mõte sellest, et see on peale nõukogude okupatsiooni restaureeritud." [G – käinud Eestis]*

*"Eestiga seostub eranditult Tallinn ja keskaegne hõng. Ülejäänud riigist ja maapiirkondadest ei tea ma midagi. Mul on ettekujutus, et see on väike riik, tasase maaga, ilma mägedeta, Balti mere ääres, kus on rannad. Väga head ühendused Helsingist. Elanikud on üsna sõbralikud, kui ma olen seal olnud, on kõik olnud väga kenad, ja meil pole ka kunagi olnud ühtegi kliendikaebust. Mulle ei meenu Eestiga seoses midagi negatiivset. Ma ei märganud Eestis olles midagi, mis seostuks kommunistliku minevikuga." [K – käinud Eestis]*

*"Ma tean ainult Tallinna... see on Prahast väiksem linn, kuid sellega sarnane. See võib olla ka Viiniga sarnane. Seal on palju arhitektuuri ja kultuuri. Väike ja vaikne. Ma arvan, et ka maastik võiks olla huvitav – metsad jms." [H]*

*"Ma olen näinud pilte Tallinnast ja seal näib olevat palju väga erilist arhitektuuri, mida on raske kirjeldada, kuid mis tundub sarnanevat teiste Balti riikidega. Eesti eelis – minu kujutluses – on see, et ta tundub tänu Skandinaavia mõjudele euroopalikum ja arenenum kui teised Balti riigid. Eesti ei ole majanduslikult samas arengujärgus nagu Venemaa. See tekitab Eestist positiivsema mulje – see on edasijõudnum ja turvalisem." [C]*

Kuigi vastanud teadsid ka Lätist ja Leedust vähe, tundus Eestil nende kujutluses olevat parem kuvand. Osaliselt Skandinaavia läheduse tõttu seostus Eesti neile vähem Venemaa või NSV Liiduga (poliitilised pinged ja kõrged hinnad Venemaal muudavad sinna reisimise hispaanlastele vähem atraktiivseks, kuigi Peterburi peeti iseenesest väga huvitavaks sihtkohaks). Kuigi mõned pidasid Eesti pealinna ilusamaks ja turistidele huvitavamaks kui Riia või Vilniust, leidis valdav osa

vastanutest, et Eesti eristub teistest Balti riikidest vähe. Ühtlasi ei peetud Eestit sihtkohaks, kuhu tasub eraldi sõita ja seetõttu turundatakse Eestit alati kas koos teiste Balti riikidega või lisandina Helsingi või Peterburi külastusele. Kuna reisikorraldajad näevad Hispaanias vähe Eestit tutvustavaid ettevõtmisi Eesti riigi poolt, on neil ka vähe motivatsiooni Eestit oma kataloogides pakkuda, kuna nad ise teavad Eestist niivõrd vähe.

*"Meie oleme kruisifirma, nii et meile on Eesti lihtsalt üks peatus Helsingi ja Peterburi vahel. See on lihtsalt üks koht, kus veeta natuke aega enne Läänemere pärlit Peterburi külastust. Kui võrrelda seda Soome või Rootsiga, siis see on palju vaiksem ja rahulikum koht. Kui võrrelda seda Leeduga, siis Eestil on kultuuriliselt rohkem pakkuda – Eestis on rohkem ajalugu, paleesid, kindlusi." [H]*

*"Eesti on väga hea lisand Helsingi külastusele, sest see on Helsingist täiesti erinev. Helsingi on väga kaasaegne linn, Tallinn on tagasihoidlikum ja vanem, turistidele meeldib see. Läti ja Leedu paistavad Eestiga väga sarnased. Eesti on väga väike riik, seetõttu me ei saa seda eraldi linnapuhkuse sihtkohana müüa, vaid seda tuleb teistega kombineerida – ja see toimib väga hästi. Samas praegu ei toimi eriti hästi Eesti kombineerimine Venemaa külastusega, kuna Eesti ja Venemaa suhted ei ole pronksõduri mahavõtmise tõttu eriti head ja see mõjutab rongide sõiduplaani." [K]*

*"Ma arvan, et kolme Balti riiki tuleb müüa koos, kuna nad on muidu liiga väikesed, seal ei ole eraldi piisavalt huvitavat tegevust. Näiteks Venemaal saab eraldi müüa, kuna see on suur, kuigi seal peale Moskva ja Peterburi muid kohti ei külastata. Riigi tutvustamine on väga suur töö, sest vahel inimesed ei tea isegi seda, kus Eesti kaardil asub. Mulle tundub, et Läti ja Leedu on väga sarnased – ma ei näe mingeid erinevusi. Kolme riiki on väga lihtne külastada, kuna nad on väga väikesed ja kompaktsed." [F]*

*"Need kolm pannakse kokku. Kolm linna, mida müüdi juba varem – Viin, Praha ja Budapest – said nimeks „kuldne kolmnurk”. Nüüd tehakse sama Balti riikidega: neid müüakse kui „Balti mere juveele”." [J]*

*"Kui võrrelda Lätiga, siis Lätil on väga vähe potentsiaali, seal pole palju huvitavat. Me näeme seda oma väiksest tagasisideankeedist, mida me laseme oma klientidel reise lõpus täita. Mulle tundub, et neist kolmest parimaks peetakse Tallinna ja Eestit. Millegipärast Eesti on neist kõige tuntum. Eesti sai suure tõuke Eurovisiooni lauluvõistlusega! Leedu on neist kolmest kõige venepärasem ja kõige vähem arenenud. Venemaal pole võimalik nendega võrrelda, sest see on nii suur riik, sellel on tohutu turismipotentsiaal, kuid seda ei arendata eriti. Soomet ja Rootsit me tunneme väga hästi, sest me oleme Skandinaaviale spetsialiseerunud. Need on monotoonse maastikuga riigid ja selles osas, ma arvan, on Eesti nendega sarnane. Maastik on monotoonne ja vähe huvipakkuv; maa on ilus, kuid üksluine." [G]*

*"Me ei müü Eestit eraldi, vaid alati koos teiste sihtkohtadega. Me pakume tuntud linna, näiteks Helsingit, ja selle juurde teisi linnu, mis on vähem tuntud. Me pakume võimalust külastada Eestit lisaks Helsingile ja Peterburile. On raske öelda, mida inimesed Eesti külastuselt ootavad, pigem võtavad nad seda kui ühte Balti riiki. Me pakume Eestit ainult ringreiside osana, sest meil pole Eesti kohta piisavalt infot, et pakkuda pikemat Eesti külastust. Madridis pole isegi Eesti turismiesindust. Ma arvan, et Barcelonas on keegi, kes tegeleb Eesti turundusega, kuid siin Madridis pole midagi. Keegi pole meiega ühendust võtnud, et Eestit eraldi tutvustada. Keegi pole meile Eesti kohta infot jaganud, kogu info, mis meil on, oleme ise otsinud." [B]*

*"Eesti-reiside kohta ilmuvad Hispaanias tavaliselt väikesed kuulutused; ma olen mõnda näinud,*



*seal reklaamitakse ajalugu, vanalinna, kindlusi. Mulle tundub, et hispaanlased ei reisi sinna eriti, sest reisikorraldajad ei tea Eestist eriti palju ega suuda seda korralikult müüa. Sellepärast ei taha reisikorraldajad Eestiga tegeleda, Eestit tutvustada. Eestit ei tutvusta Eesti riik või Eesti turismiarenduskeskus." [E]*

### **3.2 Mis pakuks Hispaania turistidele Eestis huvi? Ja millistele sihtgruppidele?**

Eesti peamiseks müügiargumendiks peeti keskaegset Tallinna – see pakub huvi haritud ja kultuurihuvilistele hispaanlastele, kellele meeldib külastada ajaloolisi linnu ja tutvuda teiste kultuuridega. Eesti, mida vastajate arvates peetakse selgelt euroopalikuks, ei tundu nii „võõrapärane” kui Venemaa või isegi Soome. Teiseks väga oluliseks müügiargumendiks peeti seda, et Eesti on „uus” ja „erinev”. Seetõttu pidasid vastanud seda huvipakkuvaks rohkem reisinud inimestele, kes on juba käinud teistes ajaloolistes (Kesk-Euroopa) linnades nagu Prahhas või Viinis. Neil oleks põnev reisida kohta, mida Hispaania turistid pole veel avastanud, kuid mis asub ainult mõne lennutunni kaugusel Hispaaniast. Mõnevõrra ootamatult mainisid vastanud omapärast poliitilist seost Eesti ja Hispaania vahel: Hispaania vabanes Franco diktatuurist suhteliselt hiljuti, nii et mõned hispaanlased võiksid olla huvitatud võrdlusest, kuidas Eesti on peale vabanemist arenenud. Mõned vastanud märkisid, et uudsuse võlu võib kaduda mõne aasta pärast, kui Eesti saab tuntumaks. Kuna vastanud ei teadnud eriti midagi väljaspool Tallinna asuvatest vaatamisväärsustest, ei osanud nad midagi öelda muude võimalike reisirühmade kohta peale Tallinna lühiküllastuse. Samas, mõned vastajad arvasid, et kergelt kättesaadav info vaatamisväärsuste kohta mujal Eestis suurendaks Eesti küllastuse atraktiivsust.

Mõnevõrra üllatuslikult leiti, et Balti ja Skandinaavia riikide kliima on pigem reisimist soodustav tegur. Hispaanias võib suvel olla talumatult kuum, nii et mõnede vastajate arvates võiks nende klientidele suvekuudel huvi pakkuda just reisimine jahedamasse, rohelisemasse ja rahulikumasse sihtkohta.

*"Ma arvan, et hispaanlased reisivad Eestisse uudsuse pärast. Pealinn on oma ajaloo poolest oluline ja atraktiivne ning ilus. Ma kujutan ette, et pealinn on väike – mulle tundub, et see on võluv linn, seal on meeldiv ringi jalutada." [L]*

*"Sinna sõidavad ainult kultuurihuvilised. Ma arvan, et tüüpilised kliendid on need, kes on käinud igal pool Euroopas ja otsivad uusi sihtkohti. Ja värvav neisse kolme riiki on nüüd nende jaoks avanemas... sa võid nad ära näha kaheksa päeva jooksul...kaks päeva kultuurireisi igas riigis – või täpsemalt igas linnas – ja see on kõik." [F]*

*"See on uus külg Euroopast, sest Hispaania, Itaalia, Prantsusmaa, Saksamaa ja teised sellised riigid on väga „turistlikud”, neisse reisitakse palju, nad pole enam originaalsed sihtkohad. Nüüd on Eesti ja Balti riigid avanemas ja see on uus Euroopa, uued Euroopa sihtkohad. See on Euroopa, kuid samal ajal natuke nagu Venemaa, see on kaugel, täiesti erineva kultuuriga meie Vahemere-äärsest Euroopast... Ma arvan, et sinna reisitakse sellepärast, et Eesti ei ole tuntud, see on nagu avastus. Uued, tekkivad riigid. Sinna reisivad inimesed on ilmselt kuulnud, et Tallinn on ilus. Sõna „Eesti” kõlab ilusana!" [G]*

*"Eesti positiivne külg on see, et ta on uus sihtkoht. Inimesed ei tea sellest midagi ja see tekitab uudishimu. Ma arvan, et hispaanlastele meeldiks Eesti sellepärast, et keegi pole seal käinud ja see oleks originaalne. Maailmas on väga vähe veel avastamata sihtkohti ja Eesti on ikka veel üks neist. Eesti teeb veelgi atraktiivsemaks see, et ta pole ka Hispaaniast kaugel. See on osa Euroopa*

turismiturust." [D]

"Eesti on üsna originaalne ja hea sihtkoht inimestele, kes on praktiliselt kogu Euroopa läbi reisinud. Nii et Eesti on erinev; ta on ka väike, nii et neil on tunne, et nad on seda näinud, kui nad on seal mõne tunni veetnud... Tallinn on tundmatu linn, sadamasse on lihtne sõita ja seal randumine on odav [vastanu oli kruiisifirma esindaja]. Seal ei käi hordide kaupa turiste, mulle tundub, et see on „puutumatu” sihtkoht... Sealne kultuur on ka väga huvitav." [H]

"Eestisse otsustavad sõita need, kes on piisavalt Euroopas ringi reisinud ja otsivad nüüd uusi sihtkohti. Mulle tekitab see sama tunde nagu Budapest: seal on ka vanalinn, mis ei ole väga tuntud... sinna sõidavad inimesed, kes otsivad uusi sihtkohti, mis ei ole liiga kallid. Ma võrdleks seda ka Istanbuliga, kuigi see ei ole päris sama kontinent ja sama tüüpi sihtkoht, kuid see on ka sihtkoht, mis ei ole nii tuntud nagu Pariis, London ja muud taolised." [A]

"Eesti puhul on väga oluline selle kultuuriline aspekt – monumendid, arhitektuur. Loodus on ilmselt meie omast väga erinev, ilmselgelt palju rohelisem. See meelitab alati hispaanlasi, kuna meil on suvel kõik päikese käes ära põlenud. Eesti loodus on Hispaania omast väga erinev, me oleme Vahemeremaa, meil ei ole järvi, metsikuid jõgesid ega karestikke. Ma arvan, et hispaanlasi meelitaks Eestisse reisima just põhjamaine, Põhja-Euroopa loodus roheline ja järvedega. Turist võib reisida Eestisse, et avastada uut riiki, mis on läbi teinud suure muutuse, mis on läinud Euroopasse... Ma mõtlen siin seda, et nad astusid Euroopa Liitu. Mõningaid inimesi võiks huvitada, kuidas riigid saavad iseseisvaks ja muutuvad." [C]

"Sinna reisivad inimesed, kes on huvitatud kultuurist, monumentidest, vanalinnadest, ajaloost... Nad tahavad ka näha, kuidas need linnad on arenenud, kui kaasaegsed nad on. Tuletage meelde, et meil oli Hispaanias diktatuur, mille tõttu meie areng jäi seisma, nii et kui taastati demokraatia, hakkas kõik äkki kiiresti arenema. Ja see on ilmselt põhjus, miks hispaanlased tahavad sinna reisida – nad tahavad näha, kuidas elavad teised inimesed, kes on praegu samas situatsioonis, milles hispaanlased olid 1960.-tel." [J]

"Me müüme talvereise Soome ja ka Rootsi, nii et neid kohti seostatakse talvega. Ma ei tea, kas ka Eestit saaks talvega seostada. Võib-olla, kui inimesed sellest teaksid... On inimesi, kes on väga palju reisinud ja on neid, kes ei ole nii palju reisinud – nad otsivad varasemast erinevaid sihtkohti, aga selleks, et me saaksime neid erinevaid sihtkohti müüa, peame me neid tundma." [E]

### **3.3 Mis on Eesti kui puhkusekoha tugevad küljed, mida tuleks Hispaanias rõhutada?**

Eesti turunduse peamine probleem Hispaanias on vähene tuntus. Intervjuu käigus erinevate aspektide kohta küsides ilmnas, et vaid mõnel vastanul oli Eesti turismivõimaluste kohta sügavamaid teadmisi. See käis isegi nende vastanute kohta, kes olid Eestis viibinud. Kui Eestisse reise müüvate firmade juhid teadsid Eestist nii vähe, teavad nende kliendid ilmselt veelgi vähem.

Eesti peamiseks tõmbenumbriteks peeti UNESCO maailmapärandi nimistusse kuuluva Tallinna hästisäilinud arhitektuuri ja kultuuripärandit. Mitme vastanu teadmised Eestist sellega praktiliselt piirdusidki, kuigi mõned arvasid, et kui Eestis on üks selline ilus linn, peaks seal olema teisigi vanu linnu, mis vääriks vaatamist.

"Peamine põhjus, miks hispaanlased tahavad Eestisse sõita, on Tallinna keskaegne vanalinn, mis kuulub UNESCO maailmapärandi nimistusse. Öeldakse, et see on Euroopas kõige paremini

säilinud vanalinn. Seda mainitakse kõigis brošüürides, rohkem ei meenu mulle Eesti kohta midagi... Ma olen ise ainult Tallinnas käinud, sest me müüme seda lisana Helsingi külastusele, ma ei tea maapiirkondadest midagi." [K – käinud Eestis üle kümne korra]

"Ma mõtlen sadamatest ja väikestest kaluriküladest..." [D]

"Loodus on väga roheline ja väga erinev Hispaaniast. Tallinna vanalinnas on palju vaatamisväärsusi, nagu vana arhitektuur, muuseumid, ja ilusad majad. Ma arvan ka, et maal võiks näha mõnda huvitavat lossi. Ma arvan, et kõik on seal seotud kultuuriga. See on kõik, mis ma oskan öelda." [C]

"Ma tean, et seal on park, rahvuspark Põhja-Eestis, kuid ma ei mäleta selle nime. Me müüme seda lisaks Tallinnale. Seal peaks olema ka huvitav rannik, aga ma ei tea täpselt." [L]

Eesti suhteliselt jahedad suved, roheline ja lopsaka taimestikuga maastik ning „põhjamaisus” vastukaaluks Hispaania suvisele kuumusele võiks mõnede vastanute arvates olla Eesti müügiargumentiks. Samas ei ole need Eestile ainuomased, vaid samade argumentidega turundatakse ka Skandinaaviat ja Soomet. Tõsi küll, hinnatase on Eestis madalam kui Skandinaavias.

"Suvel on seal väga mõnus temperatuur, ei ole liiga kuum. Ja seal on palju pikemalt päevavalgust!" [K]

Mõned vastanud pidasid Eesti maine positiivseks küljeks euroopalikkust (vastukaaluks näiteks võõrapärasemana tunduvale Venemaale). Eestit peetakse Mandri-Euroopa osaks, eriti nüüd, kui Eesti on Euroopa Liidu liige. Selles mõttes on Eesti „uus” ja „erinev” sihtkoht.

"Mul on tunne, et hispaanlastele tunduvad eestlased ja teised baltlased omasemad ja euroopalikumad kui näiteks norralased, keda peetakse hispaanlastest väga, väga erinevateks. See teeb Eestisse reisimise atraktiivsemaks." [J]

"See on geograafiliselt ja kultuuriliselt lähedal, see on osa Euroopast. Kuid see on Põhja-Euroopa, nii et see on ka Hispaaniast üsna erinev. Mulle tundub see Eesti eelisena. See on mere ääres, nii et ilmselt see on huvitav ja maaliline koht." [D]

"See on uus riik, mis tekkis mõned aastad tagasi. Seal toimuvad väga kiired muutused, see võiks huvi pakkuda. Ja inimesed peaks sinna sõitma praegu, sest 5-7 aasta pärast on kõik teistmoodi, sest turistide arv on palju kasvanud. Ma arvan, et Eesti on eriline, sest tal on kummalised suhted Venemaaga. Ja see on väga atraktiivne, sest inimesed tunnevad, nagu oleks nad näinud Venemaad ilma seal käimata! Ma mõtlen alati kultuuriturismi seisukohast. Me ei tea siin Eesti ajaloost midagi, kultuurituristidele võiks ajaloo tundmaõppimine olla huvitav." [G]

"Seal on ikka veel näha üsna palju nõukogude aja mõju – vähemalt ehitiste osas. Nii et seal võib näha Venemaad ilma Venemaale sõitmata... ja sinna on ka palju odavam sõita kui Venemaale." [K]

"Mulle tundub Eesti euroopalik, kuigi temas on midagi venepärast ja midagi skandinaaviapäraselt, mis ei ole nii euroopalik kui Itaalia, Prantsusmaa või Suurbritannia. Maastik on seal roheline nagu Skandinaavia lõunaosas, palju järvi ja palju loodust. Ma olen kuulnud Peipsi järvest – ma pole päris kindel, kas ma mäletan nime õigesti." [C]

### **3.4 Mis on Eesti maine nõrgad küljed hispaanlaste silmis? Mis takistab Eesti kui puhkusesihtkoha turundust Hispaanias?**

Sellel, et vastanud teadsid Eestist üldiselt väga vähe, oli ka oma positiivne külg: keegi ei teadnud Eesti kohta ka midagi negatiivset.

Samas ilmnest intervjuudest siiski mõned probleemsed aspektid Eesti-reiside müümisel, neist peamine oli infopuudus.

#### **Reisikorraldajate vähene informeeritus Eesti turismivõimalustest ja vähesed kontaktid Eestiga**

Peamine takistus Hispaania turistide arvu suurendamisele Eestis on ilmselgelt ka reisikorraldajate endi väga vähene informeeritus sellest, milliseid võimalusi Eesti turistidele pakub. Intervjuu käigus erinevate aspektide kohta küsides ilmnest, et vastanute teadmised piirdusid suures osas sellega, et Tallinn on hästi säilinud ja restaureeritud keskaegne linn. Mõned reisikorraldajad olid väga huvitatud just sellest aspektist, et pakkuda oma klientidele „ebatavalisi” tooteid – mille hulka kuuluvad uute Euroopa Liidu riikide arenevad sihtkohad. Kuid selleks on neil vaja rohkem infot selle kohta, mida nad võiks klientidele pakkuda.

*"Meil on lihtsalt infopuudus, me peaks rohkem teadma... Oleks vaja teada väikseid külasid Tallinna lähedal, saada pilte maastikest, teada fakte riigi kohta – nimekiri on lõputu... Millised on teised linnad, kas maastik on mägine või tasane, kas seal on metsad? Kujutage ette: kui mina tean nii vähe, siis tavalised inimesed ei tea praktiliselt midagi." [J]*

*"Oleks hea teada kohti väljaspool Tallinna, ilusaid kirikuid, sadamaid, ükskõik mida. Praegu me pakume ainult seda ühte mõisa tiigi ääres... Ei ole näha, et keegi suhtleks meiega ja pakuks reise Eestisse. Ma müüme Tallinna ja see on kõik. Keegi ei paku midagi muud välja. Vaja on pakkuda muid kohti, ekskursioone kirikutes, muuseumides, väiksemates linnades, ekskursioone, mis selgitavad kohalikku elu." [F]*

*"Ma kuulen klientidelt, kes on viibinud Tallinnas ühe päeva, et nende arvates on üks päev piisav kõige nägemiseks. Kuid mul on tunne, et nad ütlevad seda sellepärast, et nad ei tea, mida seal veel võiks teha. Nii et nad jalutavad mööda vanalinna ja neil pole aimugi, et võib-olla kümme miili eemal on ilus küla... Nii et veelkord, peaks rohkem tutvustama seda, mis on väljaspool Tallinna." [H]*

*"Mul on raske Eestit müüa, sest ma ei tea sellest sihtkohast midagi, ma pole seal käinud ja me müüme sinna vähe reise. Mul pole ka tekkinud huvi Eesti kohta rohkem uurida, ma ei teagi, miks." [E]*

*"Ma ei tea, mis Eestis pakkuda on. Näiteks me müüme puhkust Soome palkmajades. Ma ei tea, kas Eestis ka neid on. Võib-olla on, aga seda oleks vaja kuskilt uurida. Kliendid võiks mõne päeva puhkemajas puhata ja loodust nautida, ilma et oleks vaja transporti kuhugi sõitmiseks. Võib-olla ratsutada või sõita ringi renditud rattaga. Ma arvan, et see oleks üks võimalus. Me ei müü otseselt sportimisvõimalusi. Võib-olla midagi, mis on seotud mere või sadamatega. Sobiks kodumajutus, elamine kohalikus peres või suvilas." [K]*

*"Kui me räägime näiteks Soomest, siis neil on kõik väga hästi korraldatud. Neil on reise järvedele ja loodusreise. Neil on kämpingud ja puhkemajad, mis on tõeliselt head. See kõik põhineb loodusel,*

*seal saab lõõgastuda ja puhata oma perega suvemajas. Mul pole infot, et Eestis oleks selliseid puhkusevõimalusi, aga ma arvan, et on täiesti võimalik korraldada Eestis samasugust puhkust nagu Soomes. Oleks ka huvitav tutvuda õigeusuga, mis meile on täiesti eksootiline ja meist erinev. Võiks olla õigeusuga seotud reisiprogrammid, ekskursioonid kirikutesse... see oleks väga huvitav. Rootsi reklaamib talvepuhkust. Eesti võiks pakkuda midagi merega seotut, laevasõiduvõistlusi ja muud taolist." [B]*

Reisikorraldajatel on väga vähe infot selle kohta, mida nad võiks müüa. Suurem osa müüb vaid seda, mida nende partnerid Eestis või teistes Balti riikides välja pakuvad. Seetõttu tunnevad paljud end otsestest infoallikatest äralõigatuna. Otsesuhtluse puudumine vähendab motivatsiooni Eesti-reise müüa, kuna teised sihtkohad on tuntumad ja nendega on lihtsam tegeleda.

*"Me ei müü Eestit eriti palju. Partner lihtsalt saadab meile fakse, kui on mingi eripakkumine. Me müüme seda, mis on meie kataloogis – ja selle on kokku pannud meie partnerfirma, kellel on kontorid kolmes pealinnas. Need on tavalised Balti riikide ringreisid, mida kõik teisedki müüvad. Me paneme selle kataloogi nii, nagu nad selle meile saadavad, me ei muuda seal midagi. Kuna me ei korralda sinna tellimustele, siis me ise Balti riike ei reklaami. Minu ainuke infoallikas Eesti kohta on meie esindaja seal, see ei ole ehk päris objektiivne info, kuid see on kõik, mis mul on. Mulle pole kunagi ühtegi kaebust tulnud, nii et ma usun, et kõik toimib." [A]*

*"Meil pole Eestiga otsekontakte, me töötame läbi partnerfirma, mis kureerib kõiki Balti riike. Läbi vahendajate on alati kallim korraldada. Kohapealsed hinnad on ka kallid. Ma arvan, et Eesti ei ole Hispaania turistidele odav sihtkoht." [B]*

*"Partnerid Eestis otsustavad kõike meie asemel, sest me ei tunne Eestit eriti hästi. Vahendaja teeb korraldamise kallimaks. Eesti müük on natuke keeruline, sest me ei suhtle otse ja me ei tunne riiki, see on natuke nagu pimeduses kobamine." [E]*

*"Praegu me ei saa Eestist mingit infot ega materjale. Me saame infot ainult oma Tallinnas asuvalt partnerfirmalt. Me ei müü tegelikult Ida-Euroopasse eriti palju reise... me keskendume neile kohtadele, mille järele on kõige suurem nõudlus." [J]*

*"Ma saan infot läbi oma partneri. Ma arvan, et ta pole tegelikult Tallinnast, ta on rootslane ja kontor asub Riias. Nad tegelevad kõigi kolme riigiga. Me saame ka infot meie rahvusvaheliselt turismimessilt. Eestiga ei ole meil mingit otsekontakti, see käib Riia kaudu." [G]*

### Hispaania elanikud ei tea Eestit, Eesti turundus ei ole Hispaanias nähtav

Reisikorraldajate vähene informeeritus sellest, mida külastajad võiksid Eestis teha ja vaadata, vähendab ühelt poolt nende huvi ja teiselt poolt ka nende võimalusi Eesti-reise müüa. Mõned reisikorraldajad märkisid, et kuna Eesti ei turunda ennast Hispaanias aktiivselt, on tegelik nõudlus Eesti-reiside järele väiksem kui Eesti potentsiaal võimaldaks. Teisalt tõid vastanud ka näiteid mõnede riikide turismiametite ebaefektiivsest turundusest – reisikorraldajatele saadetakse sellist infot turismivõimaluste kohta, mis nende meelest on ebaoluline ja rändab tavaliselt pügikasti.

*"Ma tean Eestist väga vähe. Meil on võimalus sinna reise müüa, kuid me müüme neid väga harva... Me pakume alati kolme Balti pealinna kombinatsiooni, inimestele meeldib näha ühel reisil mitut riiki. Ma arvan, et seitsmepäevane reis ainult Eestisse oleks liiga pikk – ma ei tea, millega seal võiks aega sisustada." [E]*

"Eesti kõige atraktiivsem vaatamisväärsus on Tallinn – see on tõeliselt ilus... Ma arvan, et see on ideaalne nädalalõpu sihtkoht... sõidad Helsingisse ja seal üheks päevaks Tallinna, et näha vanalinna, kindlusi, vanalinna tänavaid... Seal on ka ilus rahvuspark – Soomaa. Me oleme ka näinud vanu kalurikülasid, etnograafiamuuseumi, kus näidatakse, kuidas inimesed vanasti maal elasid. Kuid neisse kohtadesse on raske pääseda, neid ei reklaamita Tallinnas viibivatele turistidele. Nii et ka seal olles on vähe infot selle kohta, kuhu turistid võiksid Tallinnast väljapoole sõita." [B – käinud Eestis]

"Me ei tea ikka veel, kuidas Eestit iseseisva sihtkohana müüa. Me müüme seda ainult kolme Balti riigi osana. Hispaaniast ei sõida keegi ainult Eestisse, vastupidiselt näiteks Tšehhile ja teistele taolistele sihtkohtadele. Tänu Eesti asukohale on seda väga lihtne teiste riikidega kombineerida. Selleks, et seda eraldi sihtkohana pakkuda, peaksin ma sellest rohkem teadma. Praegu on ainuke toode Tallinn – see on kõik, mida me Eestist teame. Bussireisidel me pakume ka ühepäevast väljasõitu Lahemaale. Selleks, et pakkuda 6-7 päevast reisi, peaksime nägema, mis seal veel pakkuda on." [K]

"Meie kliendid soovivad reisidel kõigist muredest vabad olla. Nad tahavad reise, kus kõik on ära korraldatud – bussisõidud, ekskursioonid, toitlustus. Nad tahavad reisi, kus kaheksa päeva jooksul ei pea midagi ise korraldama ega tegema, neid lihtsalt sõidutatakse ühest kohast teise. Praegu me külastame lisaks Tallinnale veel ühte mõisa ja parki, see on kõik, mida meie partnerfirma on soovitanud meil Eestis külastada. Me sooviksime pakkuda ka muid kohti, võiks külastada veel kirikuid, muuseumi, mõisahooneid, võib-olla paremaid restorane. Kindlasti on seal veel kohti, mida vaadata." [F]

"Väljaspool Tallinna ei ole turistidele midagi välja arendatud; Tallinna ümbruses peaks olema rohkem kohti, kus midagi teha. Muidugi on seal sadamad, 1920.-te ja 1930.-te aastate kuurordid... Mis seal veel võiks olla? Ma ei tea... Ma mõtlen selle peale, kui ilus on Tallinna vanalinn... seal on vaid 25 tänavat, kuid nad on tõeliselt kenad. Kahe ja poole tunniga jõuad kõik ära vaadata. Kuid väljaspool vanalinna on kõik kole, ma mõtlen eeslinnu. Ma ei saa aru, miks ei võiks olla sama ilusaid kohti mujal, maal, külades, väiksemates linnades või sadamates. Võiks pakkuda ekskursiooni mööda mereäärseid kuurortlinnu... Pärnu... ma ei mäleta teiste nimesid. Eesti nõrk külg on, et seal on ainult Tallinn... Ma arvan, et Eesti peamine probleem on tema väiksus, seda on väga raske müüa iseseisva sihtkohana." [G – käinud Eestis kolm korda]

### Eestit peetakse ainult suvereeside sihtkohaks

Külma kliima tõttu peetakse Hispaanias Eestit ainult suvisteks reisideks sobivaks. Kuigi ka Soomes ja Venemaal on külm (või külmemgi), on seal spetsiaalsed talvega seotud turismiatraktsioonid (näiteks jõuluvana). Teised talvesihtkohad pakuvad suusatamisvõimalusi mägedes. Ükski vastanu ei teadnud, mida Eesti võiks talvel pakkuda. Lisaks märgiti, et hispaanlased teevad niikuinii talvel väga vähe puhkusereise.

"Hispaania turistid sõidavad sinna suvel, sest seal on jahedam, kuid ma arvan, et talvel on ilm takistuseks, sest seal on liiga külm. Nad lähevad küll talvel Soome, nad lähevad Lapimaale aktiivsete harrastustega tegelema, kuid ma arvan, et Eesti ei asu selliste tegevuste jaoks piisavalt kaugel põhjas." [L]

"Kui võrrelda Eestit Soome, Rootsi või Norraga, siis nemad asuvad põhja pool, seal on palju sportimisvõimalusi ja tegevusi... See ei kehti aga üldse Tallinna või Eesti kohta. Kummalisel kombel me ei müü reise Soome suvel, vaid talvel – seal on talispordivõimalused ja jõuluvana. Eestis pole

*sega pakkuda, reise Eestisse müüme me suvel, võib-olla ka kevadel ja sügisel. Eestisse lähevad inimesed kultuurireisile, seda võimalust pole Soomes: seal on ainult Helsingi." [J]*

### Eestis pole kuulsaid vaatamisväärsusi

Eesti probleemiks on, et seal ei ole ühtegi väga kuulsat ehitist või vaatamisväärsust – kuigi Tallinna vanalinn on tuntud ja atraktiivne. Paljudel turistidel mölgub meeles maailmakuulsate vaatamisväärsuste nimekiri, mida nad tahaks elu jooksul näha, ja nad valivad sihtkohti selle järgi, et saaks sellest nimekirjast jälle mõne ära vaadatud.

*"Ma arvan, et Tallinna nõrgaks küljeks on see, et seal pole ühtegi maailmakuulsat vaatamisväärsust. Näiteks inimesed sõidavad Malagasse, et näha Alhambrat Granadas. Tallinnas pole sellist vaatamisväärsust, mida inimesed tõeliselt igatseksid näha. Kindlasti on seal midagi ilusat, kuid seda tuleb turundada. Võib ka turundada kogu Tallinna vanalinna, näidates maju, tänavaid, kindlusi ja ilusat arhitektuuri. Praegu ei tule inimestel Tallinnaga seoses midagi silmade ette ja nad ei tea, mida Tallinna külastuseks oodata." [H – kruisifirma esindaja]*

### Eestisse on vähe otselende

Kõik vastanud ei teadnud, et on olemas Barcelona-Tallinna otselend kolm korda nädalas, kuigi kõik töötasid Balti regiooni reise müüvates firmades vähemalt keskastme juhina. Nädalalõpureisi Tallinna saaks tänu otselennule müüa vaid Barcelona ja selle ümbruse elanikele, kuna muude Hispaania piirkondade elanikud peaksid Eestisse jõudmiseks kasutama ikkagi ümberistumisega lendu. Kuna suurem osa reisifirmasid müüb praegu nagunii Eestit kombineerituna teiste Balti riikide, Skandinaavia või Venemaa külastusega, moodustab Tallinn-Barcelona otselend vaid osa kogu lennumarsruudist.

Praeguste liinilendude pakkumist ei pidanud vastajad Eestisse reiside korraldamiseks piisavaks. Mõned vastajad märkisid, et see kujutab endast surnud ringi: ebapiisav lennuühendus Eestiga takistab Eesti-reiside müümist, samas tähendab vähene nõudlus seda, et reisikorraldajatel pole huvi lisaks liinilendudele tellimuslende pakkuma hakata.

*"Tallinn sobiks nädalalõpureisiks, kuid lennusõit sinna on aeganõudev, Barcelonast pole otseühendusi. Hispaanlastele meeldib teha nädalalõpureise, ka kombineerituna riigipühadega või puhkuse ajal juulis või augustis. Kuid ilma otselennuta nad sellisesse kohta ei reisi." [D – töötab Barcelonas]*

*"Eesti üks negatiivseid aspekte on see, et Eestisse on Hispaaniast ja mujalt Euroopast halvad lennuühendused... see on tõeline puudus... See takistab nädalalõpureiside müüki, sest ümberistumisega lendude puhul raisatakse sõidu peale liiga palju aega – peab sõitma läbi Praha või Saksamaa. Ma ei tea, et sinna oleks Hispaaniast otselende." [C – töötab Madridis]*

*"Ühendused ei ole eriti head. Ma räägin Madridi seisukohast. Mõned meie kliendid on tahtnud sinna sõita, kuid kuna ühendused pole head, on nad lõpuks sõitnud Sloveeniasse või Horvaatiasse!... Kui me paneks käima tellimuslennud, peaksime neid üksi turundama. Praegu ei tasu see ära, kuna nõudlus on nii väike." [A - töötab Madridis]*

*"Estonian Airi otselend Barcelonast on hea..., kuid meil on ainult kolm lendu nädalas Barcelonast ja mitte ühtegi Madridist. Talvel on ainult kaks lendu nädalas, nii et lende pole eriti palju. Oleks vaja rohkem lende; kui neid oleks rohkem, oleks Eestisse odavam sõita... Tallinna oleks vaja*

*rohkem tutvustada, et me saaksime müüa kolme ööbimisega reisi Tallinna otselendu kasutades." [K – töötab Barcelonas]*

*"Lühikeste reiside korraldamisel on lennuühendus problemaatiline. Alati peab kuskil ümber istuma ja ühendused pole head. Võib minna Lufthansaga või Helsingi kaudu. Muidugi on ka olemas otselend Barcelonast." [E – töötab Barcelonas]*

*"Eesti probleem on, et inimesed ei tea sellest eriti midagi, või üldse mitte midagi; sinna on keeruline sõita, tuleb kasutada ümberistumisega lendu, ja hotellid on ka natuke liiga kallid. Nädalalõpureiside populaarsus ei kasva, sest sinna sõitmine on liiga keeruline. Me pakume võimalust sõita Lufthansa ja KLM-iga, vahel ka LOT-iga. Need firmad pakuvad meile soodsaid hindu, kuid need hinnad on ikkagi natuke liiga kallid, sest need ei ole otselennud." [F – töötab Barcelonas]*

### Liiga kallid hotellid

Vastanute arvamused Eesti hotellidest ja nende hindadest varieerusid. Kuigi hotellide kvaliteedi kohta tehti üldiselt väga vähe negatiivseid märkusi, mainisid mitmed vastanud, et hotellide hinnad on oodatust kõrgemad ja nende hinna-kvaliteedi suhe ei ole konkureerivate sihtkohtadega võrreldes piisavalt hea. Mitmed vastanud leidsid, et Eestis küsitakse hotellitoa eest „Lääne-Euroopa hinda”, kuigi võrreldes Venemaa ja Skandinaaviamaadega on Eesti hinnad siiski soodsamad.

*"Hotellide valik ja tase on väga head, on mitmeid hotellikette, on ka hotelle ajaloolistes hoonetes... see on väga positiivne ja meelitab turiste, kuid hotellid on kallid. See on nagu Moskva, hotellid on väga kallid ja mulle tundub see väga kummaline. See on negatiivne, sest turistidele tuleb see üllatusena ja nad võivad selle tõttu anda negatiivset infot (Eesti kohta) oma sõpradele, see on nagu lumepalliefekt. Mõned kliendid on öelnud, et hotellid on isegi kallimad kui teistes Euroopa linnades, näiteks Amsterdamis ja gruppidele isegi kallimad kui Pariisis." [B]*

*"Tavaliselt on hotellide tase hea, kliendid on rahul, kuid mulle tundub Eesti sihtkohana, kus hotellide hinnad on kõrged. Kui Eesti tahab rohkem turiste, peaks hotellide hindu langetama... Kui sa sõidad Türgi, maksab hotellituba 14 eurot (inimese kohta), Eestis küsitakse 50 eurot (inimese kohta). See on üks põhjus, miks me ei püüa Eestit rohkem turundada ega müüa, sest see on liiga kallis." [F]*

*"Ma ei tea, mis on hotellide tase väljaspool Tallinna. See on probleem, me ei tea, kas maapiirkondades on häid hotelle. Inimesed valivad sihtkoha tavaliselt oma rahakoti järgi ja ma ei usu, et väga rikkad inimesed reisiks Eestisse, sest pole infot, et seal oleks stiilseid lukshotelle, näiteks lossides." [J]*

Siiski ei peetud oodatust kõrgemaid hotellihindu otseseks takistuseks Eesti-reiside müümisel, kuna paketi reisi teised komponendid (teiste kohapealsete teenuste hinnad) on ikkagi odavamad kui teistes konkureerivates sihtkohtades. Peamine probleem on ikkagi Hispaania reisikorraldajate vähene informeeritus.

*"Eesti eelis on madalamad hinnad võrreldes Skandinaaviaga. Ma arvan, et hotellide hinnad on enam-vähem samad või veidi madalamad, kuid muud hinnad on üldiselt palju odavamad – transfeerid, linnaekskursioonid – ja see on puhkusereiside müümisel oluline... Ma arvan, et peale hotellide on seal kõik odav, hotellid on muutumas natuke liiga kalliks. Tallinnas avatakse nüüd mitu uut hotelli, nii et hinnad peaksid langema." [K]*



*"On küll mõned head hotellid, kuid hotellide tase üldiselt ei ole väga hea. Muus osas ei ole hinnad kõrged, hinnatase ei ole Hispaania turistidele takistuseks." [G]*

### Nõukogude minevik

Eesti minevik NSV Liidus tekitab kahesugust suhtumist. Ühelt poolt teeb see Eesti huvitavaks ja eriliseks uueks sihtkohaks, teiselt poolt seostub see mõnedele käestlastud ehitiste ja ükskõikse teenindusega. Üldiselt ei arvanud vastanud, et nõukogude mineviku esiletoomine Eestile turismimaana kasu tooks (oli küll üksikuid kommentaare, et mõnedele kultuurihuvilistele turistidele võiks see siiski huvi pakkuda). Mõned leidsid, et Eesti külastamine pakub võimalust soodsama hinnaga, turvalisemalt ja lihtsamalt näha, milline võiks olla elu Venemaal.

*"Me müüme Tallinna, sest see on ilus ja vanalinnas on meeldiv ringi jalutada. Põhiline huviobjekt on ajalugu. Me ei paku midagi, mis oleks seotud sõja või nõukogude perioodiga, ma arvan, et sellega seonduvaid monumente või muid vaatamisväärsusi pole seal eriti palju." [E]*

*"Me ei paku midagi ajaloo, sõja või nõukogude perioodiga seotut. Ma arvan, et see poleks eriti hea mõte, sest inimesed tahavad sinna sõita lihtsalt selleks, et natuke meeldivalt aega veeta ja linna näha." [A]*

*"On teada, et kommunistlikes riikides ei hoolitsetud monumentide eest eriti hästi. See võib olla ettekujutus, mis inimestel on enne sinna reisimist. Kujutatakse ette, et seal on küll ilus väike vanalinn, kuid väljaspool seda on suured laiad maanteed, kust tankid läbi pääsevad, ning koledad suured kortermajad 1950.-test ja 1960.-test aastatest." [J]*

*"Oleks hea, kui pakutaks välja midagi, mis seostuks NSV Liiduga, Venemaaga, iseseisvumisega, kuid seal pole midagi sellist... See võiks olla mingi muuseum Eesti ajaloost, me teame siin sellest väga vähe, kõik kultuuri tutvustav oleks sobiv." [G]*

## **3.5 Hinnangud muudele Eestisse reisimist mõjutavatele teguritele**

### Keeleprobleemid

Välismaale reisimine on hispaanlastele üldiselt mõnevõrra problemaatiline, kuna paljud neist ei oska võõrkeeli. Seetõttu eelistavad paljud hispaanlased välismaale sõites grupireise või reise, kus on võimalik kasutada hispaaniakeelse reisisaatja või esindaja abi. Kuid selles suhtes on Eesti samal positsioonil kui iga teinegi sihtkoht: Hispaania turistid teadvustavad endale, et välismaale sõites peavad nad hakkama saama võõrkeelses keskkonnas. Üldiselt arvasid vastanud, et hispaania keelt oskavate giidide leidmine ei ole Eestis probleemiks.

### Toit Eestis

Hispaanlastele meeldib kõige rohkem puhata Hispaanias: esiteks on Hispaanias palju huvitavaid kohti; teiseks on oluline tegur see, et hispaanlastele meeldib hästi süüa ja nad hindavad väga kõrgelt hispaaniapärase toitu. Need, kes tahavad teisi maid näha, peavad leppima sellega, et reisil tuleb süüa teistsugust toitu. Eestis käinud vastajatel olid Eestis pakutavast toidust üldiselt positiivsed muljed.

Mõned vastajad soovitasid, et võiks välja pakkuda huvitavaid kohalikke toite, mida turistid saaks

proovida. Samas peaks arvestama ka Hispaania turistide toitumisharjumustega. Mainiti ka seda, et paljud grupireise eelistavad kliendid ootavad, et vastuvõtjad nende eest igakülgselt hoolitseksid (võib-olla rohkem kui Eestis tavaks).

*"Pole midagi halba öelda. Meile pakuti lõhet, kastmeid, juurvilju – kõik oli hea. Hispaania turistidele on väga oluline, et nad saaks reisil olles hästi süüa." [K – käinud Eestis]*

*"Ainuke kord, kui ma sõin Eestis olles kohalikku toitu, oli keskaegsel banketil. See oli samasugune nagu iga teine keskaegne söömaaeg ükskõik millises Euroopa linnas. Tallinna restoranide kohta võiks olla reisiuht, mida võiks turistidele reisil pakkuda." [B – käinud Eestis]*

*"Võiks teha brošüüri huvitavatest restoranidest. Näiteks, kus võiks teha veinidegusteerimisi – ma ei tea, kas Eestis toodetakse veini, aga kindlasti toodetakse seal mingit alkoholi. Seal võiks olla lihtsaid restorane, kus saaks proovida kohalikku toitu. Need peaks olema lihtsad kohad, kus turistid saaksid ennast tunda nagu kohalikud, olla paar tundi osa sellest riigist. Hispaanlased peavad toidust lugu ja neile meeldiks käia tõelistes kohalikes restoranides. Praegu ma ei tea Eesti toidust absoluutselt mitte midagi." [H]*

*"Mul on negatiivne kogemus seoses Eesti giididega – kuidas nad Hispaania turistidega suhtlevad. Mul on tunne, et nad ei hooli eriti, nad peaksid olema rohkem pühendunud. Meie kliendid tahavad, et nende eest kogu aeg hoolitsetaks, et neid saadetak. Näiteks neile ei meeldi, kui neile pärast õhtusööki seletatakse, kuidas restoranist hotelli minna, vaid nad tahavad, et giid läheks koos nendega hotelli juurde. See tähendab, et nad tahavad natuke rohkem teenindust. Seda võib muidugi juhtuda ka teistes riikides, aga mulle tundub, et sellist suhtumist on Eestis küllalt tihti." [F]*

### **3.6 Kes on Eestisse reisimisest huvitavad sihtgrupid ja milliseid tooteid nad eelistavad?**

Vastanute üldine arvamus oli, et Eestisse sõidavad peamiselt nõudliku maitsega ja keskmisest veidi kõrgema sissetulekuga linnaelanikud, kes reisivad lasteta. Üks sihtgrupp on haritud noored, kes rändavad ja avastavad „uut Euroopat” enne pere loomist – reisisid kas elukaaslasega kahekesi või suurema sõprade grupiga. Teine sihtgrupp on üle 45-aastased abielupaarid, kelle lapsed on juba täiskasvanud, kes on palju reisinud ja kes nüüd otsivad midagi uut ja eelmistest erinevat. Need on haritud ja kultuurihuvilised inimesed, kes soovivad kogeda Hispaaniast ja teistest Vahemeremaadest täiesti erinevat kultuuri ja õhkkonda. Eesti peamine müügiargument neile on see, et ta on erinev ja ebatavaline.

*"Need on majanduslikult kindlustatud inimesed, keskklass või kõrgem: arstid, advokaadid... Keskmine vanus on 58-65 – me tegime hiljuti küsitluse. Inimesed tahavad näha Pariisi või Londonit, kuid nad teavad, mida sealt oodata. Eestist ei tea nad midagi. Ma arvan, et see on peamine põhjus, miks nad Eestisse lähevad – neil on uudishimu sõita kuskile, kus väga vähesed on käinud ja mis ei ole veel liiga „turistlik”. [G]*

*"Nad saavad keskmist või veidi kõrgemat palka; need, kes teenivad tõeliselt hästi, sõidavad pigem Kariibi mere äärde. Keskmine vanus on umbes 50 aastat." [H]*

*"Need inimesed on juba üsna palju Euroopas reisinud – Prahast, Viinis, Budapestis – nii et nad nimetavad seda uueks Ida-Euroopaks, mis ei ole veel täielikult „rikutud”... Keskmine vanus on 38-40 ja sellest vanemad, kes reisivad koos abikaasaga. Neid huvitab kultuur, hea toit, nad soovivad ilusates linnades jalutada. Neid ei huvita diskod, tantsimine ega muu selline. Individuaalreisijad on*

*üldiselt kõik üsna noored inimesed." [J]*

*"Inimesed, kes reisivad Eestisse, on 30-ndates ja 40-ndates, nii et nad kõik on vähemalt natuke inglise keelt õppinud. Nad käivad ka mujal, kus hispaania keelt ei osata. Nad saavad oma sisseostudega hakkama, neil on ka giid kaasas, keel ei ole neile probleem." [A]*

*"Need on 30-50 aastased inimesed, nad ei reisi lastega, ainult abikaasad kahekesi. Kui me pakuks nädalalõppureise, oleks meie kliendid nooremad vanusegrupid. Need on keskmise sissetulekuga inimesed." [B]*

*"Need on 30-50 aastased. Nad on juba palju Euroopas reisinud, tunnevad juba mitmeid riike ja tahavad näha midagi erinevat. Nad elavad suurtes linnades: Bilbaos, Barcelonas, Madridis, Sevillas jt. Nad on kõrgelt haritud, huvituvad muuseumidest ja ekskursioonidest." [C]*

*"Eestisse reisib keskklass. Samad inimesed, kes reisivad Viini, Praha, linnadesse, mida reklaamitakse peale raudse eesriide langemist... Tavalised turistid, kes huvituvad teistest kultuuridest – nagu Eestis on monumendid, arhitektuur, ehitised, palju ajalugu... Need inimesed on juba üksjagu reisinud. Nad on näinud midagi Eesti kohta televiisorist või kuulnud sõpradelt, see oleks ilmselt üks põhjus, miks nad sinna sõidavad." [E]*

*"Keskmiselt 30-50 aastased, kes on juba mujal Euroopas käinud, otsivad midagi erinevat, võimalust sõita kaheksa päevaga kolm riiki läbi – see on atraktiivne ja lõõgastav reis." [F]*

Vastanud reisikorraldajad pakuvad erineva pikkuse ja marsruudiga reise valikut Eestisse. Nende esmane huvi on lisada edaspidi oma tootevalikusse selliseid reise/ tooteid, mis sobivad nende praegusse tooteportfelli (näiteks ringreiside korraldajad sooviksid pigem pakkuda uusi ringreiside marsruute, mitte näiteks linnareise).

*"Me pakume linnareise, kliendid saavad osta ööbimisega laevareisi Helsingist või Stockholmist ja minna päevaks Tallinna. Me pakume ka bussireise ja mõnepäevaseid linnareise, võiks pakkuda ka lennu- ja rendiautoreise." [B]*

*"Me pakume ainult bussiringreise – sõidame Soomes ringi, siis lennukiga Helsingist Leetu ja sealt bussiga läbi Balti riikide. Muude võimaluste kohta ma ei tea. Me oleme mõelnud hakata pakkuma linnareise, kuid meil ei ole selle kohta eriti infot." [G]*

*"Lühikeseks linnareisiks asub Tallinn Hispaaniast liiga kaugel, kuid Tallinn sobib hästi lühireisiks neile, kes viibivad Helsingis. Me pakume ka kolme riigi ringreise – kliendid saavad Tallinnas auto, sõidavad ringi ja tulevad tagasi Tallinna." [K]*

Kombineeritud lennu- ja rendiautoreiside kohta oli vastanutel erinevaid arvamusi. Üldiselt peeti nõudlust väikeseks, kuna kliendid pole ilmselt kindlad, kas teede olukord ja turvalisus on piisavalt head, ning kuidas nad Eestis kohalikega suhtlemisega hakkama saavad. Kuna hispaanlased oleks eelkõige huvitatud kõigi kolme Balti riigi külastusest, oleks auto rentimine kallis, kui reisi alustatakse ühest riigist ja lõpetatakse teises riigis. Reisikorraldajatel ei ole piisavalt infot, et klientide kahtlusi hajutada.

*"Auringreiside puhul on probleemiks keeleoskus; eelmisel aastal ma tahtsin hakata pakkuma Balti riikide ringreise rendiautoga, kuid selleks peavad kliendid oskama vähemalt natuke inglise keelt – aga nad ei oska. Mulle tundus, et neil on keeruline ise autoga mööda Eestit ringi sõita." [F]*

*"Inimesed arvavad, et see on nagu Venemaa, natuke ohtlik – ma ei tea. Samas Soome me müüme palju autoringreise, samuti Islandile ja Norrassa, see toimib väga hästi. Eesti riik võiks selgitada, et teed on turvalised ja head, et Eestis on lihtne autoga reisida, nii et selle vastu tekiks rohkem huvi. Reklaamides võiks näidata autosid mööda Eestit ringi sõitmas – ja et need on head autod headelt autorendifirmadelt." [K]*

*"Me ei paku autorenti/ autoringreise, kuna inimesed tahavad peamiselt linnareise, nad ei sõida linnast välja." [A]*

### **3.7 Kuidas muutub Hispaania reisikorraldajate arvates nõudlus lähiaastatel?**

Klientide vähene nõudlus ühelt poolt ja reisikorraldajate vähene informeeritus Eestist teiselt poolt ei motiveeri reisifirmasid Eesti-reise rohkem korraldama ja reklaamima. Mitu vastanut kommenteeris, et kui peale Eurovisiooni lauluvõistlust 2002.aastal ja Euroopa Liidu laienemist 2004.aastal hispaanlaste huvi Eestisse puhkusereisile sõitmise vastu kasvas, siis nüüd on nõudlus stabiliseerunud või isegi vähenemas.

*"Kui me korraldame reisi Prahasse või Viini, siis me leiame reisile alati piisavalt kliente. Kui me korraldame reisi Eestisse, siis me peame kokku saama vähemalt kuus inimest, et reis ära tasuks – ja vahel me ei leia niipalju soovijaid. Kui grupis on alla kuue inimese, on reis kallim... Sinna reisib väga vähe inimesi... Sel aastal ei ole ükski reisibüroo küsinud meilt reise Eestisse – nii lihtne see ongi." [E]*

*"Viimasel paaril aastal on huvi Ida-Euroopa riikide vastu vähenenud, nii et me ei paku neid enam. Erandiks on Praha, kuhu alati reisitakse, sest see on nii ilus." [J]*

*"Väga vähe inimesi reisib Eestisse, nii et reise on raske korraldada. Meil läheb juulis-augustis sinna ainult 300 klienti – see on kõik, ainult 300. Võrdluseks ütlen, et meil läheb kogu aasta jooksul 300 klienti igal nädalal Egiptusse või Kesk-Euroopasse. See näitab, kui vähe meilt Balti riike küsitakse." [A]*

*"Peale Eurovisiooni lauluvõistlust kasvas nõudlus järsult, aga Eesti puhkas oma loorberitel ega teinud midagi erilist, et Eestit edasi reklaamida; võib-olla sellepärast on nõudlus vähenenud, sest huvi tuleb kogu aeg üleval hoida. Hinnad on tõusnud, nii et saate aru, kui Eesti reklaamimiseks ei tehta midagi ja hinnad tõusevad, siis reiside arv väheneb. 2005.aastal müüsimise 3600 reisi, 2006.aastal 2500, 2007.aastal siamaani 1200 reisi. Kuigi 2007.a. hooaeg ei ole veel lõppenud, tundub praeguse huvi järgi, et 2006.aasta müüginumbreid me ei saavuta. Ma ei saagi aru, miks nõudlus väheneb, sest pakkumine on sama, programmides pole midagi muutunud." [B]*

Nõudluse muutumise kohta oli vastanutel erinevaid arvamusi. Tavaliselt on reisikorraldajad optimistlikud, kuna inimestel on järjest rohkem vaba aega ja raha, ning see tähendab, et võib prognoosida reisimise kasvu. Balti riikidesse reisimist soodustab see, et tegemist on uue ja areneva sihtkohaga, millel on turistidele palju pakkuda. Samas tegi mitmeid vastanuid pessimistlikumaks ühelt poolt see, et viimastel aastatel oli Eesti-reiside müük vähenenud, ning teiselt poolt see, et Hispaanias ei ole näha Eestit tutvustavaid turundustegevusi, mis suurendaks elanike huvi Eesti vastu.

*"Ma arvan, et reisimine Eestisse kasvab päris palju, reisimine sellesse regiooni kasvab üldiselt,*

*kuna seal on jahedad suved, seal on turvaline. Hispaania elanikud teenivad järjest rohkem, palgad tõusevad, nad reisivad rohkem. Tavaliselt reisivad nad suvel." [K]*

*"Ma arvan, et lähemal kolmel aastal suureneb nõudlus päris palju. Kõik, kes Eestist tagasi tulevad, on väga rahul. Tagasiside, mida me saame, on üsna hea." [C]*

*"Järgmisel kolmel aastal tahaksin ma Eestit rohkem tundma õppida. Ma tahaks, et firma saadaks mind sinna vaatama, sest praegu ma ei oska seda müüa ja sellepärast arvatavasti me ei suudagi seda müüa – ma ei tea, mida klientidele Eesti kohta öelda. Kuna see on uus sihtkoht, siis loomulikult nõudlus suureneb." [E]*

*"Ma arvan, et linnareisid on praegu hispaanlaste hulgas väga populaarsed... Ma arvan, et lähiaastatel Balti riikidesse reisimine kasvab, lihtsalt sellepärast, et Hispaania turistid otsivad uusi sihtkohti, eriti neid, mis ei ole väga kallid. Ma arvan, et kasvab nii nädalaste reise kui ka nädalalõpureiside müük. Me pakume samasuguseid reise ka teistesse riikidesse, näiteks Poolasse ja Tšehhi Vabariiki." [J]*

*"Kui ma teaks, mis tulevik toob, ma lõpetaksin töötamise ja lesiksin Brasiilias rannas! Huvi muutub igal aastal ja me ei saa aru, miks. Igal aastal tekivad mingid moesihkohad, kuhu kõik tormavad, ja sellel pole mingit seost sellega, kuhu eelmisel aastal reisiti. Näiteks eelmisel aastal me müüisime Hiinat nagu segased, sel aastal me pole müünud mitte ühtegi reisi Hiinasse." [F]*

### **3.8 Kuidas hindavad reisikorraldajad praegust Eesti kui reisisihi turundust Hispaanias? Millised on nende soovitusel Eesti tutvustamiseks Hispaanias?**

Vastajate üldine arvamus oli, et võrreldes teiste Põhjamaade ja Põhja-Euroopa riikidega teeb Eesti väga vähe oma turismivõimaluste tutvustamiseks ja Hispaania reisikorraldajate müügi toetamiseks. See tulenevalt on reisikorraldajatel vähe infot ja – mis veelgi olulisem – vähe motivatsiooni Eesti-reiside müümiseks. Samas peeti oluliseks, et Eesti infomaterjalid oleks asjakohased ja neid saadetakse õigetele inimestele – kuna reisikorraldajad saavad turismiametitelt ka palju infot, mis pole asjakohane.

*"Näiteks Soome, Norra, Rootsi saadavad pidevalt infot. Neil on lingid internetis, nad saadavad aastas 2-3 uut brošüüri, kus on riigi kohta uus info. Oleks hea saada infot selle kohta, mis Tallinnas toimub. Soome ja Norra teevad seda. Näiteks üritusi, etendusi, midagi keskaegset, mitte keskaegseid söömaaegu, aga näiteks keskaegseid rüütliturniire. Me saame materjale teistest riikidest, miks me ei võiks saada midagi Eestist? Midagi, mis paneb inimesed liikuma. Praegu me ei saa Eestist mitte midagi." [B]*

*"Näiteks Soome turismiarenduskeskus saadab meile regulaarselt infot selle kohta, mis nad teevad, näiteks talvepuhkuse võimalusi, nad faksivad infot. Ausalt öeldes ma isegi ei paku Eestit, sest selle vastu pole eriti huvi... see on nagu surnud ring... Selleks, et Eestit pakkuda, ma peaksin saama sealt pakkumisi ja programme. Me ei saa sealt midagi, nii et igasugune info oleks teretulnud. Me saame infot ainult oma partnerfirmalt Eestis." [A]*

*"Mul on päris hea ettekujutus sellest, millised kohad on Rumeenias ja Poolas väljaspool pealinnu, kuid Balti riikide kohta ma ei tea midagi. Sealt ei saadeta meile midagi. Kui me midagi saame, siis on see ainult kolme riigi kohta kokku." [J]*

"Ma arvan, et me oleme natuke nagu udu sees, me ei tea, kust infot otsida ja mida otsida, sest me küll saame Eestist materjale, aga väga harva... Ma arvan, et turismiarenduskeskusel on esindus kuskil Hispaanias, me saame aeg-ajalt brošüüre, kuid tundub, et need on alati samad, nad ei paku midagi uut välja." [F]

"Me ei saa ise Eestit turundada, sest me ei saa Eesti kohta mingeid materjale ja me ei tea, mida teha. Eesti turismiarenduskeskus peaks trükkima brošüüre, olema kohal messidel, tutvustama kohti väljaspool Tallinna või muid Eesti linnu – kindlasti on seal muid linnu, kuid me ei tea nendest midagi." [H]

"Me tahaks saada rohkem infot selle kohta, mis toimub... peamised restoranid, hotellid, monumendid, linnad väljaspool Tallinna. Me tahaks saada infot uute ekskursioonide, muuseumide, restaureeritud ehitiste, kontsertide, kultuurisündmuste kohta, kohalike ekskursioonide kohta, mida giidid võiks Tallinnast väljapoole teha... kõike, mis iga kuu toimub! Turismiarenduskeskus võiks koos Estonian Airiga teha mingeid odavamaid pakkumisi." [G]

Lisaks sellele, et reisikorraldajad ise saaksid rohkem infot Eesti kohta, rõhutasid vastajad ka seda, et rohkem tuleks informeerida reisibüroode töötajaid, kes iga päev klientidega suhtlevad. Kui reisikorraldusfirmade juhid teavad Eesti kohta nii vähe, siis kui vähe teavad veel reisibüroode klienditeenindajad?

"Eesti turismiarenduskeskus võiks panna reisibüroodesse või nende vaateakendele Eestit tutvustavaid plakateid – see tähendab, büroodesse, kus kliendid reise ostavad. Siis on veel Corte Inglés, Hispaania suurim reisikorraldaja ja reisibüroode grupp." [D]

"Minu arvates pole sellest eriti kasu, kui Eestist saadetakse trükiseid meile, sest me ei suhtle otse klientidega. Aga ma tean, et reisibürood, kes meie reise müüvad, ei saa mingeid trükiseid – nemad on need, kellele tuleks trükised saata." [H]

"Me saame Eesti kohta mõningaid brošüüre, mis me anname edasi reisibüroodele, kuid me peame neid küsima, me ei saa neid automaatselt." [K]

Madridis töötavad vastanud rõhutasid eriti vajadust Eesti turismiesinduse järele, kust saaks trükiseid, infot ja soovitusi. Neile tundus, et Barcelonas on tänu otselennule Eesti turundus aktiivsem. Mitu vastanut mainis, et nad saavad Eesti kohta infot turismimesidelt, kuid ainult sellest ei piisa.

"Huvitav, kas Eesti võiks siin esinduse avada... ma arvan, et parim võimalus infot saada oleks siis, kui nad avaksid esinduse Madridis, võib-olla võiks olla infoliin, kuhu helistada, või saada infot kodulehekülje kaudu. Näiteks Soome turismiarenduskeskus saadab palju infot, samuti Norra; Briti turismiesindus on väga hea, nad saadavad brošüüre, saadavad ajakohast infot festivalide, kontsertide, balleti, uute muuseumide ja paljude muude asjade kohta. Igasugune info oleks hea, sest meil pole midagi. Võiks saata iga kuu, või siis hooaegade kaupa: kevade ja suve kohta." [B]

"Probleem on selles, et Madridis pole Eesti turismiesindust ja seetõttu on infot väga vähe. Vist ei ole turismiesindust kuskil Hispaanias. Me saame natuke infot turismimesidelt." [C]

"Võiks olla rohkem workshope, rohkem reklaami, võiks näidata, milliseid võimalusi Eestis on... praegu pole meil mingit infot. Poolal on Madridis turismiesindus, mis töötab väga hästi... neil on ööpäevaringselt töötav hispaaniakeelne infoliin." [F]

Nõudluse suurendamiseks pidasid vastajad hädavajalikuks Hispaania elanikele suunatud turundustegevusi. Reisikorraldajad peavad oma rolliks korraldada ja müüa reise, mille vastu on klientidel huvi, mitte aga ise uusi sihtkohti tutvustada. Sihtkoha tutvustamine ja selle vastu huvi suurendamine on riigi ülesanne.

Kuigi televisiooni peeti üldiselt kõige mõjusamaks reklaamikanaliks, on see ilmselgelt väga kallis ja mitte alati kõige sobivam – mitu vastanut soovitas telereklaami ostmise asemel kutsuda Eestit filmima reisisaadete tegijaid. Soovitati ka Eestit tutvustamist üleriigilistes ajalehtedes ("El País" ja "Vanguardia"), kohalikes ajalehtedes (nii tasulistes kui ka tasuta levitatavates) ja reisiajakirjades. Elanikkonna teadlikkust ja huvi suurendavate võimalustena nimetati ka reklaame suurlinnade metroodes ja välireklaami.

*"Eesti peab ütleva, 'Me oleme siin, me oleme olemas!'; praegu pole seda näha. Eesti peab ennast Hispaania elanikele kampaaniatega teadvustama, näitama, mida saab Eestis teha; praegu teatakse ainult Tallinna." [B]*

*"Eesti peaks tegema elanikkonnale suunatud kampaania, nii et inimesed saaks sellest teada, telesaated toimiks hästi. Eesti peaks kutsuma teleajakirjanikke tegema Eestist dokumentaalfilmi või reisisaate, see võiks olla ükskõik millises Hispaania telekanalis. Võib-olla teha midagi ka raadios. Kajastused või reklaam televisioonis oleks tõeliselt hea – inimesed näevad seda kogu aeg, see liigub silme ees! Kuid see on väga kallis." [C]*

*"Kajastused televisioonis oleks väga head. Samuti artiklid ajakirjades ja ajalehtedes, reisiajakirjades; neid ostavad tavaliselt noored inimesed, nad tahavad näha, mis maailmas on. Ma arvan, et televisioon on samuti hea vahend: võiks teha lühikese Eestit tutvustava telereklaami." [E]*

*"Ma arvan, et reklaamid metroos oleks väga kasulikud, kuna Barcelonas, Bilbaos ja Madridis kasutavad väga paljud inimesed metrood. Metroo puhul on hea see, et see puudutab igaiht." [J]*

*"Oleks hea tutvustada Eestit messidel ja avaldada artikleid reisiajakirjades. Telereklaam ei toimi ja see on väga kallis." [A]*

*"Rohkem Eestit tutvustamist: see peaks olema otseselt reisimisele motiveeriv kampaania... telesaated ja dokumentaalfilmid, mis räägivad Eestist. Hispaanlased armastavad dokumentaalfilme, nii et see oleks väga hea vahend, ükskõik millises telekanalis. TV3 on hea, kuid see on katalaanikeelne; meil Kataloonias peakski olema katalaanikeelne reklaam. Mujal Hispaanias loomulikult hispaaniakeelne!" [G]*

*"Eesti võiks teha kampaania ainult Kataloonias. Pidage meeles, et Hispaanias on Kataloonia peaaegu nagu eraldi riik ja Kataloonia elanikele meeldib, kui nende poole pööratakse kui katalaanide, mitte kui hispaanlaste poole. Neile tunduks see austav, et Eesti on valinud Barcelona ja mitte Madridi." [D]*

Mitu vastanut tõi positiivse näitena esile hiljutise Türgi reklaamikampaania. Seda peeti efektiivseks turismireklaamiks, mis suurendas elanikkonna teadlikkust Türgist ja Türgi-reiside broneeringuid.

*"Eesti kohta pole mingit reklaami. Türgil oli hiljuti suur kampaania, reklaamid metroos." [J]*

*"Ma pole Eesti kohta mingit reklaami ega meediakajastusi näinud. Praegu on Madridis Türgi*

reklaamikampaania; kui riik tahab turismi arendada, tuleb sellesse investeerida. Ainuke võimalus, kuidas teha riiki tuntuks – eriti kui see on uus sihtkoht – on teha sellist reklaami nagu Türgi praegu, see paneb inimeste fantaasia liikuma... Ma arvan, et parimad on reklaamid bussipeatustes ja ajakirjades. Ma arvan, et televisioon on liiga kallis." [B]

"Praegu on käimas suur Türgi kampaania, neil on suured välireklaamid bussipeatustes ja metroos. On ka televisioon, kuid see on tavaliselt väga kallis." [A]

"Praegu on televisioonis Türgit reklaamiv kampaania. See on 30-sekundiline film, lisaks sellele ilmuvad reisiajakirjades artiklid, on ka reklaamid metroos. Televisioon on parim. Kaks päeva pärast seda, kui nad telereklaami alustasid, oli meil juba palju broneeringuid." [F]

Vastanud nimetasid kasuliku reisiinfo allikana klantspaberil reisiajakirju, mida müüakse igas ajalehekioskis. Peamistena mainiti ajakirju "Geo", "Rutas del Mundo", "Turismo y Ocio", "Viajeros", suurte päevalehtede, nagu "El País", "Vanguardia" ja "El Periódico de Catalunya" iganädalasi reisilisasid, ja vähemal määral National Geographicu reisiajakirja "Viajes". Need ajakirjad avaldavad pikki artikleid puhkusepaikade kohta koos turismiametite ja reisikorraldajate reklaamidega.

"Plakatid metroos, et inimesed näeks, milline Eesti välja näeb, nii et inimesed mõtleksid, 'see on kena, ma otsin rohkem infot'. Oleks hea avaldada artikleid "El País" või "Vanguardia" pühapäevastes reisilisasides; see peaks olema pikk artikkel fotodega, mis tutvustaks kultuuri ja ka reisivõimalusi; see võiks olla 3-4 lehekülge. See oleks väga hea algus, informeeriks inimesi, et see on riik, mis tegelikult eksisteerib." [B]

"Võib-olla panna reisiajakirjade vahele tasuta DVD... reisiajakirju loevad need, kes on juba reisimisest huvitatud, nende kaudu on lihtsam sihtgrupile läheneda. Metroo- ja telereklaame näevad kõik inimesed." [J]

Eestit tutvustavaid reise ("famtrips", mida Hispaania reisikorraldajad nimetavad vahel ka "funtrips") peeti hädavajalikuks, et näidata reisikorraldajatele, mida Eestil on pakkuda. Ikka ja jälle rõhutasid vastajad, kui vähe nad Eestist teavad ja kuidas see piirab nende võimalusi reise Eestisse müüa. Sama hädavajalik kui reisikorraldajate kutsumine, on ka reisiajakirjanike kutsumine Eestit tutvustavatele reisidele, et tekitada Eestit tutvustavaid artikleid. Samas kommenteeris mitu vastanut, et turismiametite korraldatavatel reisidel ei näidata reisikorraldajatele tihti seda, mida nad tegelikult näha tahavad.

Kolm vastanut olid Eestis käinud (neist kaks mitu korda) ning olid külastanud ainult Tallinna ja lühidalt rahvusparke. Neljas vastanu planeeris sõita omal algatusel Eestiga tutvuma augustis.

"Te peate kutsuma reisikorraldajaid, et nad ise näeksid, kuidas inimesed seal elavad... See ei tohiks olla liiga pikk reis, sest siis inimesed tüdinevad ära. See ei tohi olla ainult hotellide tutvustus. Väga tihti näidatakse turismiametite korraldatud reisidel ainult hotelle. Me peame nägema muid huvitavaid kohti; kui me ei tea, mis seal on, siis me ei saa seda müüa. Ausalt öeldes ei paku Eesti mulle praegu mingit huvi, sest ma pole seal käinud ega tunne seda. See võib mulle väga meeldima hakata ja ma võin seda tugevalt müüma hakata, aga selleks ma pean seda nägema, nad peavad mind sinna kutsuma." [D]

"Eesti turismiarenduskeskus peaks korraldama Eestit tutvustavaid reise. Sõltub sellest, mida nad tahavad meile näidata. Loomulikult meil on vaja näha hotelle ja vaatamisväärsusi, kuid neid me



*näeme sellistel reisidel alati. Aga me ei näe, kuidas inimesed tegelikult elavad. Me tahame teada ilmastikust, erinevatest maastikest, kas seal on suusakeskused, kas seal saab paadi- või laevasõitu harrastada, mida peaks sinna sõites kaasa võtma, mis valuuta seal kehtib... igapäevased asjad. Me ei tea Eestist midagi, nii et kogu info igapäevasest elust on vajalik. Ma arvan, et selline reis peaks olema kahes osas, esimesel me peame muidugi nägema hotelle, linna, ajaloolisi vaatamisväärsusi, aga hiljem peaks olema teine reis, mis näitaks tegelikku elu ülejäänud riigis." [J]*

*"Ma sõidan Eestisse augustis koos meie Euroopa müügijuhiga. Ma tahan seal võimalikult palju näha... hotelle, erinevaid linnu ja maastikke. Ma arvan, et kõige parem on tutvumisreis ise korraldada, et näha tõelist Eestit nagu tõeline turist. Ma korraldan alati tutvumisreisid ise koos mõne kolleegiga, sest turismiameti kutsel reisisid näidatakse ainult parimaid kohti ja see pole objektiivne. Ma ei taha näha ainult parimaid hotelle, ma tahan näha ka odavamaid hotelle ja restorane." [C]*