

Kauppa käy kuin siimaa: kalastusbuumi näkyy ostoskoreissa, myös uusi sukupolvi suuntaa nyt kalaan, Tokmannin myyntitilastot osoittavat



Erilaisia kalastustarvikkeita ja muita tuotteita vapaa-aikaan on Tokmannilla monipuolisesti tarjolla, jotta jokainen asiakas löytää itselleen sopivaa ostettavaa. Oheinen kuva on Tokmanni-myymälästä Hämeenlinnan Tiiristä.

Valtakunnallisen [Tokmanni-halpakauppaketjun yli 200 myymälän](#) ja [verkkokaupan kalastustuotteiden](#) myyntiluvut osoittavat, että suomalaiset – ja etenkin nuoret – tarttuvat nyt entistä innokkaammin vapaan.

Onkiminen: lähes +30 %. Heittokalastus: +15 %. Vieheet: lähes +30 %. Syötit: lähes +20 %. Erilaiset kalastustarvikkeet: +30 %. Nämä ovat Tokmanni-halpakauppaketjun [kalastustuoteryhmien](#) kappalemääräisiä kasvulukuja huhti–toukokuulta viime vuoden vastaavaan ajankohtaan verrattuna.

Vauhdittunut menekki osoittaa, että kalastus kiinnostaa yhä laajempaa joukkoa suomalaisia, muun muassa kalastustuotteista Tokmannilla vastaava tuotepäällikkö **Tero Kainulainen** kertoo.

– Kalastus on saanut myyntilukujemme perusteella lisää harrastajia. Erityisesti nuoret vaikuttavat innostuneen kalastuksesta ja etenkin heittokalastuksesta. Nuori kaupunkilainen on entistä tutumpi näky kalalla. Kalastuskauppa käykin hyvin myös maamme suurissa kaupungeissa.

Kalastuksen suosiosta kertovat myös tilastot. Esimerkiksi [Luonnonvarakeskuksen tuoreimman vapaa-ajankalastustilaston](#) mukaan lähes joka kolmas suomalainen kalasti vuonna 2024. Tilaston mukaan kalalla kävi miehistä neljä kymmenestä ja naisista noin joka viides.

Mistä kalastusinnostus kumpuaa?

Kainulaisen mukaan kalastuksen vetovoimaa selittävät juuri nyt toisaalta toive rauhoittumisesta ja toisaalta sosiaalinen media. Myös aikainen kevät ja hyvä sää ovat kannustaneet kalaan.

– Kalastus tarjoaa erinomaista vastapainoa arjen kiireille ja ruutuajalle. Harrastaminen sopii monelle ja monenlaiseen hetkeen, sillä kalalla voi käydä yksin tai porukassa. Samalla voi nauttia luonnosta – ja hyvällä kalaonnella myös tuoreesta, itse pyydetystä kalasta.

Kalastuksen suosiota kasvattavat osaltaan sosiaalinen media ja vaikuttajat, jotka tekevät sisällöillään kalastuksesta helposti lähestyttävää ja houkuttelevaa, Kainulainen uskoo.

– Myös monet kalastusbrändit ja tavarantoimittajat hyödyntävät somea entistä paremmin, mikä sekin innostanee erityisesti uusia sukupolvia harrastuksen pariin.

Lisäksi kalastus on verrattain edullinen harrastus, retkeilyyn ja muuhun vapaa-aikaan liittyvästä tuotetarjonnasta Tokmannilla pitkään vastannut ja itsekin aktiivinen luonnossa liikkuja Kainulainen muistuttaa.

– Kalastuksessa aloittamisen kynnys on muun muassa frisbeegolfiin tavoin on ilahduttavan matala. [Onkisetin](#) saa vain muutamalla ja [peruskelasetinkin](#) halvimmillaan vain noin parilla kymmenellä eurolla. Muutkin kalastusarvikkeet ovat yleensä varsin edullisia, joten kalastuspakin täydentäminen käy helposti.

– Esimerkiksi jigikalastus on ympärivuotinen laji, mikä tekee siitä kiinnostavan sekä kalastajille että kauppiaille, [jigeille](#) kun on käyttöä niin kesällä kuin pilkilläkin.



Nuori kaupunkilainen on entistä tutumpi näky kalalla, kalastusvalikoimasta Tokmannilla vastaava tuotepäällikkö Tero Kainulainen kertoo.

Kalastusvalikoimat monipuolistuvat

Kalastusvälinemarkkina on pirstaloitunut viime vuosina, ja etenkin heitto- ja jigikalastuksen tarjonta on monipuolistunut.

Kainulaisen mukaan markkinoille on tullut paljon uusia, laadukkaita kalastusbrändejä. Myös nykYTEKNOLOGIAA hyödynnetään yhä enemmän.

– Me Tokmannilla kehitämme kalastusvalikoimiamme huolella ja kalastusasiantuntijoita kuunnellen. Hyllyihimme valitaan vetovoimaisia brändejä, ja monet niistä panostavat someen.

Osa kalastajista kokoaa mieleisensä kalastuspakin itse, mutta etenkin aloittelevat suosivat valmiita kalastussettejä.

– Rakennamme kalastusvalikoimiamme yhdessä tavarantoimittajiemme kanssa niin, että vaihtoehtoja löytyy kaikille satunnaisista kesäkalastajista aktiivikalastajiin ja nuorisosta varttuneempiin kalastajiin, Kainulainen lupaa.

TOKMANNI

Lisätietoja:

Maarit Mikkonen
sijoittajasuhde- ja viestintäpäällikkö

puh. 040 562 2282
maarit.mikkonen(at)tokmanni.fi

Tokmanni Group Oyj on yksi Pohjoismaiden johtavista halpakauppakonserneista. Yli 6 000 kaupan alan ammattilaista helpottaa ihmisten arkea ja juhlaa tarjoamalla monipuolisen ja ajankohtaisen valikoiman pohjoismaisia ja kansainvälisiä merkkituotteita sekä muita laadukkaita tuotteita aina edulliseen hintaan Suomessa, Ruotsissa ja Tanskassa. Yli 390:n Tokmanni-, Dollarstore-, Big Dollar-, Click Shoes- ja Shoe House -myymälänsä sekä verkkokauppojensa ansiosta Tokmanni-konserni on aina lähellä palvelemassa asiakkaitaan. Lisäksi Tokmanni-konsernilla on ollut yksinoikeus myydä SPAR-tuotteita ja hyödyntää SPAR-brändiä Suomessa vuodesta 2025 lähtien. Vuonna 2025 Tokmanni-konsernin liikevaihto oli 1 728 miljoonaa euroa ja vertailukelpoinen liikevoitto 85 miljoonaa euroa. Tokmanni Group Oyj:n osakkeet on listattu Nasdaq Helsingin pörssilistalle.