

MILLOIN SUOMESTA TULI MATKAILUMAA

Matti Linnoila

Varsin kohtalaisesta koulumestystyksestäni huolimatta vuosiluvut eivät koskaan ole olleet vahvin puoleni. Neljäkymmentäneljä vuotta myöhemmin muistan vieläkin elävästi kuinka menin kuulemaan äidinkielen opettajani arviota ylioppilasaineestani. Ot-sikkoni oli Suomen kaupunkien synty ja kehitys (tai jotain sen tapaista), enkä ollut tekstissäni maininnut yhtään ainoaa vuosilukua. Samana vuonna kirjoittanut superlahjakas serkkuni oli kuulemma laatinut samasta aiheesta vuosilukuja suorastaan vilisevän sepustuksen, joka olisi sopinut mihin tahansa historian kirjaan.

Sydän pamppaillen kuuntelin tuomiotani: Niin, sanoi arvoisa opettajani, kyllähän tätä aihetta noinkin voi käsitellä. Kyllä minä siitä ällän annoin, ja uskoisin, että se pysyy... Ja pysyi.

Edellä olevan huomioiden arvelen tässä hyvin henkilökohtaisessa kurkistuksessa matkailumme historiaan tarkastelevani sitä ehkä enemmänkin siitä näkökulmasta kuinka Suomestakin tuli matkailumaa.

On maamme köyhä ja siksi jää. Kenties, tai sitten ei, mutta tosiasia on, että sijaitsemme Euroopan äärilaidalla. Niinpä emme todellakaan kuuluneet siihen ohjelmaan, jota nuoret britit noudattivat joskus toistasataa vuotta sitten lähtiessään Grand Tour of Europe -matkoilleen. Ja monethan sanovat, että juuri noista yläluokan nuorten matkoista nykyaikainen matkailu oikeastaan alkoi.

Yhtälailla totta lie myös se, ettemme nyt tai tulevaisuudessa kuulu Euroopan-matkojen pe-



*Matti Linnoila, MEKin tiedotuspäällikkö
MEKin Oslon, New Yorkin, Lontoon ja Pariisin
toimistojen päällikkö*



rusjoukkoon. Mutta se ei itse asiassa ole mitenkään vahingollista. Tavallisuudesta poikkeaminen, tai eksoottisuus, kuten itse niin mielellämme aina haluamme sanoa, on meille voimavara, jos ja kun osaamme sitä oikein hyödyntää.

Perifeerisen sijaintimme ja pienen väkilukumme sekä muun muassa oman taloushistoriamme huomioiden Suomesta tuli mielestäni matkailumaa aikataulussa, jossa meillä ei ole mitään hävettävää Euroopan tunnetumpien ja suurempien maiden rinnalla.

Matkailuhistoriamme katsotaan virallisesti alkaneen hyvinkin toistasataa vuotta sitten, ja niin se varmasti onkin. Suomalaisten oma matkustus noihin aikoihin oli tietenkin varsin vaatimatonta ja ylempien yhteiskuntaluokkien yksityisoikeutena kuten muuallakin Euroopassa. Mutta mitä ilmeisimmin voitaneen katsoa erityisesti Pietarista saapuneiden venäläisten jo matkustaneen Suomeen sellaisessa laajuudessa ja sellaisin motiivein, että Suomesta oli tullut matkailumaa. Mutta mittakaava valtakunnan tasolla oli toki vielä hyvin vaatimaton.

Maailmansotien välisenä aikana matkailu koko Euroopassa oli vielä varsin vähäistä nykysilmin

Fred Runeberg ikuisti tällä kuvalla Suomen ehkä henkeäsalpaavimman maiseman Suomen Matkailijayhdistyksen valkeana erottuva hotelli näyttää hakeneen suojaa mahtavan Saanan juurelta. Matti Linnoila viihtyi Kilpisjärvellä ja opetteli asiakkaittensa avulla norjan kielen, mikä taito sitten aikanaan oli tuova hänet MEKin palvelukseen Osloon ja sitä kautta ulos suureen maailmaan

tarkasteltuna. Toki niin sanotuissa matkailumaissa Etelä- ja Keski-Euroopassa ala jo kehittyi rivakasti. Yleisen lomaoikeuden myötä aluksi kasvoi kuitenkin yleensä voimakkaimmin kotimaanmatkailu. Vaikka pa Iso-Britannia on tästä erinomainen esimerkki lukuisine rannikkokaupunkeineen, joista tuli erittäin suosittuja lomakohteita uusille matkailijamassoille.

Suomessakin kotimaanmatkailu alkoi kehittyä entistä vilkkaammin jo ennen viime sotia, mutta varsinkin viisikymmenluvulle päästyä, kun taloudellinen tilanne vähitellen alkoi parantua. Kun autojen tuonti pääsi vauhtiin, alkoi sitten varsinainen kotimaan buumi, ja telttä takakontissa tai katto-telineessä lähdettiin kiertämään maata, poiketen usein myös joen toiselle puolelle Pohjois-Norjaan ja/tai -Ruotsiin. Suomalaisten matkustamista ulkomaille hillitsivät kuitenkin vielä monet rajoitukset, muun muassa valuuttasäännöstely, kielitaidon puute ja aivan yksinkertaisesti käytettävissä olevan tulonkin rajallisuus.

Kuusikymmenluvulla alkoi meillä näkyä myös entistä enemmän ulkomaisia vierailijoita, usein Saksasta tai Ruotsista, ja yleensä omalla tai linja-autolla liikkuvia. Oma ensikontaktini tällaisiin eksoottisiin henkilöihin syntyi joskus kuusikymmenluvun alkupuolella, kun pääsin harjoittelemaan kielitaitojani kesänaapurimme saksalaisten vieraiden kanssa.

Kotimaanmatkailussa olin kyllä kunnostautunut jo hyvin nuoresta iästä alkaen. Ensimmäisen pitkän junamatkani Helsingistä kesäkotiimme Nurmekseen tein viiden kuukauden ikäisenä – ja käytökseni oli kuulemma täysin ensiluokkaista, kunnes puoli tuntia ennen perille tuloa aloin parkua kuin palosireeni, mitä sitten jatkuikin Kohtavaaran pysäkillä asti. Siitä alkoivat matkani Suomen halki ja takaisin vähintään kerran vuodessa. Ensimmäiselle Lapin-matkallekin pääsin jo noin 13-vuotiaana. Ehkä nämä olivat enteitä tulevalle uralle, kuka tietää.

Suomalaisten matkailu ulkomaille räjähti kasvuun kuusikymmenluvun lopulla aivan samaan tapaan kuin englantilaisten ja saksalaisten muutamia vuosia aikaisemmin. Ulkomaisten vieraiden matkakohteena saimme kuitenkin edellä mainituista syistä vielä odottaa kasvupiikkiä, mutta silläkin rintamalla kehitys kulki jo vakaata tahtia eteenpäin.

Kun itse tulin alalle seitsemänkymmentäluvun alussa oli korpihotelleja Keski-Suomeen jo rakennettu, mutta esimerkiksi Lapin hotellitarjonta oli vielä suurelta osalta Matkailuliiton perinteisten

hotellien varassa. Ensimmäinen alan työpaikkani Kilpisjärven Matkailuhotelli oli täynnä kesäkuun puolivälistä elokuun puoliväliin ja helmikuun lopusta huhtikuun lopulle. Muun osan vuodesta elää ki-tuutettiin jotenkuten ja syötiin katetta, jota sesonkeina oli saatu kerättyä. Tilanne oli samanlainen kaikkialla Lapissa, myös niissä pienissä yksityisissä yrityksissä, jotka jo olivat aloittaneet toimintansa.

Noihin aikoihin, siis kuusikymmenluvun lopulla ja seitsemänkymmentäluvun alkupuoliskolla alkoi kuitenkin mielestäni se kehitys, joka on jatkunut aivan näihin päiviin asti, ja jonka perusteella voidaan katsoa Suomesta tulleen todellisen matkailumaan. Emme ole massamatkailukohde, mutta olemme saavuttaneet kansainvälisessä kilpailussa uskot-tavan aseman muutamilla segmenteillä, varsinkin talvikohteena.

Tuolloin nelisenkymmentä vuotta sitten, ja vielä varmaan vuosikymmenen tai pari siitä eteenkin-päin, olimme kyllä aikamoisia amatöörejä. Tietenkin meillä oli myös osaavaa ja kokenutta väkeä eritoten hotelli- ja ravintola-alalla – olihan meillä esimerkik-si erittäin hyvin koulutettu ja ammattitaitoinen sa-lihenkilökunta – mutta matkailun markkinoinnissa, johon itsekin lopulta päädyin, oli vielä paljon opit-tavaa. Mutta se ei meitä pelottanut. Nopeasti kehity-vällä alalla oli paljon meitä nuoria ja innokkaita uusia toimijoita. Nuoruuden innolla opettelimme keinoja, haimme mallia ja esimerkkiä ulkomailta, keksimme omia temppuja ja rakensimme Suomen matkailuteollisuutta.

Onneksemme ymmärsimme yhteistyön voiman. Tai jos emme aina sitä edes aivan täysin ymmärtä-neetkään, olimme kuitenkin riittävän avoimia toi-mimaan yhdessä monin tavoin. Ilman sitä olisimme tuskin onnistuneet maailman valloituksessamme likikään siten kuin on käynyt.

Tähän olen lukemattomia kertoja törmännyt oman kansainvälisen urani aikana. Varsinkin poh-joismaiset kollegat ovat toistuvasti kyselleet, mikä on se salaisuus, jonka avulla suomalaiset pystyvät niin paljon parempaan yhteistyöhön kuin heidän omat kansalliset yhteistyökumppaninsa. Haluan uskoa, että salaisuus ei ole pelkkää pragmaatti-suuttamme, vaan siinä on myös aimo annos vanhaa kunnan suomalaista talkoo- ja toverihenkeä.

Viime aikoina minua on erityisesti ilahduttanut se, että olen mielestäni huomannut, kuinka meille on parin viimeisen vuosikymmenen aikana kehitynyt uusi asianmukaisesti koulutettu, kokenut ja

osaava matkailun markkinoinnin ammattilaisjoukko. Enää ei olla amatöörejä. Nykyisten menestystarinoiden, vaikkapa suorastaan fenomenalisen talvimatkailumme kehityksen, takana on alan vankkojen ammattilaisten taito ja osaaminen, joka ei kalpene kansainvälisessä vertailussa.

Meidän pioneerien aloittama työ on hyvissä käsissä. Matkailun megatrendeissa on paljon Suomen kannalta positiivisia piirteitä, joita oikein hyödyntämällä meillä on runsaasti potentiaalia tulevalle kasvulle. Mutta haasteetkin ovat nykyisessä globaalissa maailmassa aivan eri luokkaa kuin ennen.

Näen kuitenkin nykymarkkinoiden joukossa piirteen, joka vetää kulmani hivenen ryppyyn. Kyseessä ehkä on nykyaikaan laajemminkin liittyvä ilmiö, mutta ei sen vuoksi kuitenkaan hyvä tai hyväksyttävä. Toivottavasti olen väärässä, mutta mielestäni yhteistyövalmius ei ole enää samaa luokkaa kuin aikaisemmin. Vaikka keskinäinen kilpailu epäilemättä on entistä kireämpää, on yhteistyö - tai verkottuminen, niin kuin sitä nykyisin usein kutsutaan - edelleen tarpeen Suomen kaltaisen perifeerisen ja heikosti tunnetun kohteen markkinoinnissa.

On ollut ilo ja kunnia saada olla mukana rakentamassa Suomen matkailuteollisuutta. Me teimme sitä, paitsi yhteistyössä, myös syvästi sydämellä. Annoimme itsestämme paljon enemmän kuin palkkatyöstä voi vaatia. Nyt toivon sydämestäni, että ala jatkossakin säilyy sellaisena, että myös nykytoimijat jaksavat pitää oman sydämensä työnsä ohjaajana. Leipäpapit eivät ole hyviä käännäyttäjiä.



2000-luvun alussa Suomi voitti arvostettujen brittisanomalehtien The Guardianin ja The Observerin lukijoiden suosion ja sai vuotuisessa lukijaaänestyksessä kahtena peräkkäisenä vuotena ensimmäisen sijan sarjassa "Favourite European Country" Matti Linnoilalla oli ilo ja kunnia käydä pokkaamaassa nämä pokaalit juhlallisessa tilaisuudessa kilpailijoiden kateellisten silmien alla