MATKAILUYHTEISTYÖTÄ ITÄMEREN ALUEELLA

Kokemuksia ja näkemyksiä

Risto Hemming

Hieman yllättäen eri puolilla maailmaa ollaan palaamassa vanhastaan yleiseen tapaan ymmärtää maantieteellisiä kokonaisuuksia, jolloin meri ei ole enää erottava tekijä vaan on jälleen tullut maita ja alueita *yhdistäväksi* siteeksi. Esimerkkejä on paljon: Pacific Rim, Välimeren maat, Karibian alue, Itämeren alue. Luontevan yhteistyökehyksen muodostaa tulevaisuudessa varmaan myös Arctic Rim, jäästä vapautuvan Pohjoisen Jäämeren alue, johon Suomikin kuuluu.

Puhdasoppisen maantieteellisesti Itämeren alue muodostuu Itämeren altaaseen sisältyvistä maista. Tämä vastaa seitsemäsosaa Euroopan maa-alueesta. Asukasluku kohoaa lähes sataan miljoonaan – Saksasta mukaanlaskettuna vain koillisosat ja Venäjästä Pietari ja Kaliningrad lähialueineen. Kyseessä ei siis ole mikään vähäpätöinen kokonaisuus.

Jos katsomme matkailua, voimme todeta että alue on maailmanlaajuisestikin todellinen voimatekijä. Saksa, Ruotsi, Tanska, Norja, Puola ja Suomi ovat jo pitkään kuuluneet maailman parinkymmenen tärkeimmän markkina-alueen joukkoon kansainvälisessä matkustukessa, seitsenmiljoonainen Baltia tekee tuloaan, ja Pietarin vaurastuva väestö matkailee ympäri maailmaa pitäen Suomea arkisena lähikohteenaan, jossa käydään aina kun komerosta sattuu jotakin puuttumaan.

Mutta myös matkailukohteena Itämeren alue on omaa luokkaansa. Meille on luonto antanut joukon ainutlaatuisia vetovoimatekijöitä – Norjan vuonoista ja tuntureista Ruotsin ja Suomen järviin ja saaristoihin. Meillä on hansakaupunkeja ja ritarilinnoja, Pietarin taideaarteita, jylhyyttä, luonnonrauhaa, kesäisin keskiyön aurinkoa, talvisin riittävästi lunta. Nämä pitää vain osata paketoida yhteen majoitus- ja kuljetuspalveluiden kanssa sekä tarjota oikeita kanavia käyttäen oikeille ostajille. Ja tässä rajanylittävä yhteistyö voi olla valttia, sillä yksitellen käsitettyinä – maa maalta, alue alueelta, kohde kohteelta – olemme usein liian heikkoja ja mitättömiä.

Pohjoismainen yhteistyö – teoria ja käytäntö

Yleisesti ottaenhan meillä on Pohjois-Euroopassa hyvä yhteistyöilmasto. Joku saattaa olla asiasta hieman eri mieltä, ja toki matkailualallakin joskus kokee turhauttavaa yhteistyöhaluttomuutta, mutta verrattuna moniin muihin maailmankolkkiin Pohjolassa osataan toimia yhdessä. Siitä on todisteena vaikkapa yhteinen passialue ja yhteiset työmarkkinat – jo kauan ennen EU:ta aikaansaadut. Toivottavasti tämä asenne leviää myös muualle Itämeren alueella. Tämä kestänee aikansa – niin vahvoja aggressiot ovat olleet – mutta nyt on näyttöjä orastavasta yhteistyövalmiudesta myös saksalaisten ja puolalaisten, puolalaisten ja liettualaisten ja ehkä ennen pitkää jopa virolaisten ja venäläisten välillä.

Matkailualalla pohjoismaisella yhteistyöllä on pitkä historia. Alan ensimmäiset organisaatiot Pohjolassahan ovat neljän maan matkailijayhdistykset, joiden kaikkien perustamisesta on kulunut vähintään 125 vuotta. Alusta lähtien niiden välillä oli

yhteistyötä, ja taisivat ne jopa syntyä toinen toistaan matkimalla. Vuonna 1923 perustettiin NTTK (Nordiska Turisttrafikkommittéen) yhteistyön tukipilariksi. Matkailijayhdistykset vastasivat pitkään oman maansa ulkomaille suuntautuvasta mainonnasta ja tiedottamisesta. Ne tuottivat julisteita, esitteitä ja kuva-aineistoa ja ylläpitivät matkailutoimistoja tärkeimmissä metropoleissa: Berliinissä, Lontoossa, Pariisissa, New Yorkissa. Sodan jälkeen yhteistyö johti myös yhteispohjoismaisiin toimistoihin Frankfurtissa, Zürichissä ja Roomassa.

Joskus vuoden 1970 paikkeilla pohjoismaiden hallituksissa oli oivallettu, että matkailu on oma elinkeinonsa: että se tuo maahan valuuttaa, että sillä on vahvasti työllistävä vaikutus, mutta myös että sillä on sosiaalinen ulottuvuutensa – ihmiset tarvitsevat vapaa-aikaa, matkoja ja vaihtelua jaksaakseen puurtaa arkisessa työnteossa. Ajalle ominaisen pohjoismaisen yhteiskuntanäkemyksen perusteella oli siis välttämätöntä, että nimenomaan valtio ottaisi vastuun matkailun edistämisestä, ja niin päätettiin valtiollistaa kansalliset matkailuorganisaatiot, osittain tai kokonaan.

Tämä aloitti uuden vaiheen myös pohjoismaisessa matkailuyhteistyössä. Se alkoi hieman takaperoisesti sillä, että päätettiin lakkauttaa yhteiset ulkomaantoimistot, myös se, joka oli vastikään perustettu Los Angelesiin. Sen sijaan Suomen, Ruotsin, Tanskan ja Norjan välillä tehtiin periaatepäätös, että jokaisella maalla tulisi olla oma matkailutoimisto kolmen muun maan pääkaupungeissa. Tämän perusteella avattiin Tanskan ja Norjan matkailutoimistot Helsinkiin ja Suomen toimistot Osloon ja Kööpenhaminaan. Asia koski läheisesti myös minua, sillä sain tehtäväkseni lähteä perustamaan MEKin toimistoa Osloon.

Pohjoismaiset matkailutoimistot keksivät pian aika erikoisen yhteistyömuodon – ne liittoutuivat kulloistakin isäntämaata vastaan. Suomessa, Norjassa ja Ruotsissa kansalliset matkailuorganisaatiot harjoittivat voimaperäistä kotimaanmarkkinointia, jonka perussanoma oli juuri tuo tämän kirjan nimeksi otettu *Oma maa – lomamaa*. Norjassa käytettiin sisällöltään samantapaista eli *Norge ditt nærmeste ferieland*, kun puolestaan Ruotsissa haluttiin muistuttaa, että *Sverige är fantastiskt*. Kilpaillessaan kotimaanmatkailun kanssa muiden pohjoismaiden matkailutoimistot lyöttäytyivät yhteen ja järjestivät yhteisiä lehdistötilaisuuksia, matkatoimistoiltoja, myyntitilaisuuksia – jopa ilmoituksia. Sanoma saattoi joskus olla aika härski. Muistan kuinka Tanskan, Suomen ja Norjan matkailutoimistot Tukholmassa kerran käyttivät yhteistä iskulausetta *Det bästa med Sverige är grannarna!* (Parasta Ruotsissa on sen naapurit).

Vähitellen Pohjolassa katsottiin ajan olevan sopiva yhteisten markkinointiprojektien käynnistämiseen. Aloitus tapahtui hieman varoen ja ehkä epäröidenkin pohjoismaisilla kotimarkkinoilla. Ensimmäinen suuri hanke oli teemavuosi *Res i Norden – Matkaile Pohjolassa*. Tarkoituksena oli saada pohjoismaalaiset vakuuttuneiksi siitä, että ensin piti oppia tuntemaan oma lähialue, ennen kuin lähdettiin avaraan maailmaan. Viisi pohjoismaata olivat laskeskelleet, että on parempi jos matkavaluutta jää mihin tahansa naapurimaahan, kuin että se päätyy Espanjaan. Tällä oivalluksella oli tavallaan ratkaiseva periaatteellinen merkitys, ja siksi *Matkaile Pohjolassa* -hanketta voi pitää kaikkien myöhempien yhteiskampanjoiden äitinä, vaikka projekti ei johtanutkaan kovin suurenmoisiin tuloksiin.

Skandinavian kesää – ja vähän Islanninkin

Matkaile Pohjolassa oli jo iskulauseena selvästi suunnattu etelää vastaan. Samanlainen kärki oli 80-luvun loppuvuosien yhteispohjoismaisella Saksaprojektilla. Tavoitteena oli yhteisin voimin saada edes osa Saksan matkailijavirroista käännettyä pohjoista kohti etelän sijasta. Pohjoismaiden Ministerineuvoston tuella toteutettiin kolmivuotinen kampanja, jonka kokonaisbudjetti oli 30 miljoonaa Ruotsin kruunua. Se oli kaikkien aikojen suurin yhteispohjoismainen panostus matkailuun, ja sellaiseksi se myös on jäänyt.

Olin tuon kampanjan johtoryhmän jäsenenä, ja sain oppia paljon siitä, miten saattaa käydä, kun me rauhalliset pohjoismaalaiset päädymme riitelemään asioista, joita jotkut meistä pitävät perustavanlaatuisina arvoina. Tanskalaiset olivat esimerkiksi päättäneet, että kampanja ei saisi näkyä heidän perinteisesti vahvoilla markkina-alueillaan Pohjois-Saksassa. Niinpä jouduimme ”ostamaan ulos” nämä alueet levikistä: kampanjan ilmoitukset eivät saaneet esiintyä sellaisissa *Der Spiegel*- tai *Stern*-lehtien numeroissa, jotka jaettiin Pohjois-Saksaan. Tämä tuli itse asiassa kalliimmaksi kuin valtakunnallinen näkyvyys!

Toisen riidan saivat islantilaiset aikaan. Kampanjaa valmisteleva mainostoimisto oli tehnyt pe-

rusteellisen vertailevan analyysin käsitteiden *Skandinavien* ja *Norden* herättämistä mielikuvista. Oli käynyt ilmi, että ensinmainittu sisälsi huomattavasti enemmän positiivista latausta kuin jälkimmäinen. Skandinavia yhdistettiin sellaisiin ominaisuuksiin kuin laadukkuus, nykyaikaisuus, sosiaalisuus, iloisuus, kepeys, naiskauneus. Sanasta Norden (Pohjola) tuli sen sijaan mieleen pohjoinen koleus, kulmikkaat ihmiset, melankolia, puhtaus, ahkeruus, järjestys. Oli selvää, että skandinaavisuus olisi vetävämpi termi näistä kahdesta, ja olimme johtoryhmässä päättäneet, että sitä käytetään kampanjan iskulauseessa, joksi hyväksyttiin *Der skandinavische Sommer* (Skandinavian kesä). Mutta tämä ei sitten sopinutkaan islantilaisille – heidän maataan ei suurin surminkaan saisi sanoa skandinaaviseksi. Lopputulokseksi piti sitten hyväksyä Saksassa hieman hilpeyttäkin herättänyt kompromissi: *Der skandinavische Sommer – und Island*.

Kolmivuotisen Saksakampanjan päätyttyä mittaukset osoittivat, että siitä olivat eniten hyötyneet Suomi, Ruotsi ja Norja. Sen sijaan tanskalaiset ja islantilaiset olivat tyytymättömiä yhteistyön antiin. Muutettuani pian tämän jälkeen Suomen matkailupäälliköksi Saksaan huomasin nopeasti, että uudet kollegani Hampurissa – Ruotsin ja Norjan päälliköt – kaipasivat kampanjaa ja sitä pohjoismaista yhteistyötä, jonka se oli loihtinut esiin. Ei kestänytkään kauan, ennen kuin etsiydyimme yhteen ja ryhdyimme miettimään, miten voisimme jatkaa yhteisiä ponnisteluja. Vilkaisu Pohjolan karttaan antoi vastauksen.

Club Nord

Suomalais-ruotsalais-norjalaista markkinointiyhteistyötä ajatellen on tietenkin olemassa itsestään selvä kohdealue – kaukana pohjoisessa, jossa kolmen maan territoriot liittyvät toisiinsa. Tuolla perinteisesti rajattomalla alueeella on itsellään pitkä historia mitä kansainväliseen yhteistyöhön tulee. Siellä se tapahtuu paikallisella tasolla, kaikenlaisissa käytännön asioissa ja ilman suuria elkeitä. Matkailua varten oli jo pitkään ollut olemassa oma yhteiselimensä, Pohjoiskalotin Matkailuneuvosto, joka mm. oli toteuttanut yhteisen kattokampanjan *Top of Europe*. Kalotilla on monessa suhteessa yhtenäinen profiili, jossa sellaiset vetovoimatekijät kuin keskiyön aurinko, erämaaluonto, tunturit, lohijoet ja saamelaiskulttuuri ovat pitkälti yhteisiä.

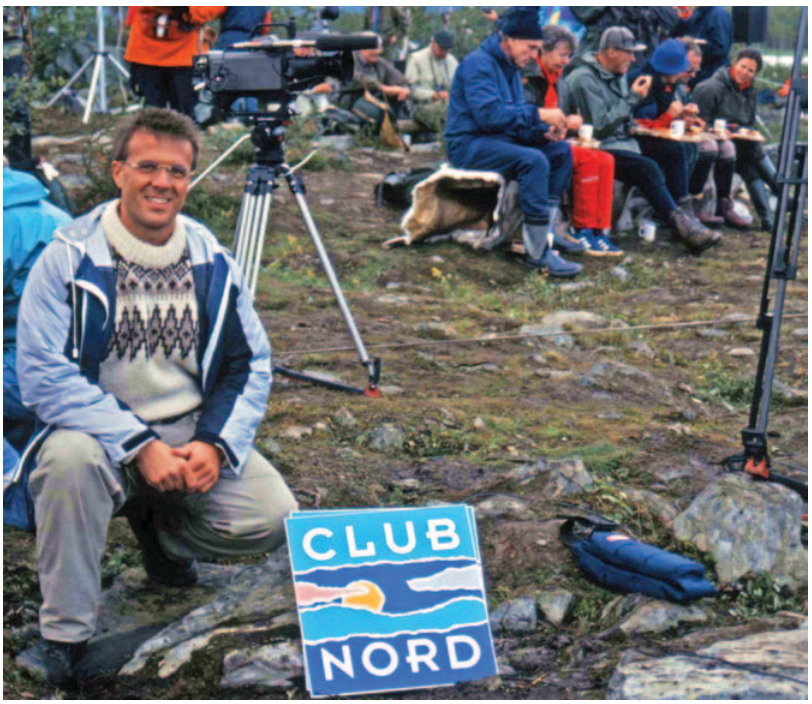
Tämä oli se pohja, jolle me kolme hampurilaista halusimme rakentaa yhteistyömme. Saimme Pohjoismaiden Ministerineuvoston uskomaan asiaamme ja myöntämään resursseja sekä esiprojektia varten 1992 että varsinaiseen hankkeeseen, joka toteutettiin vuosina 1993, -94 ja -95. Lisäksi kampanjaan kanavoitui rahaa Pohjoiskalotin Matkailuneuvoston kautta, josta tuli tärkein yhteistyökumppanimme pohjoisessa. Myös kalotin viisi lääniä osallistui julkisen sektorin rahoituspanokseen. Kaupallisella puolella mukaan lähtivät ennen kaikkea varustamot Silja Line ja Stena Line sekä öljyyhtiö Shell.

Yhteispohjoismaisissa projekteissa noudatetun rotaatioperiaatteen perusteella oli Suomen vuoro johtaa pohjoiskalottihanketta, ja sen yhtenä aloitteentekijänä minut nimitettiin projektivastaavaksi. Siitä alkoi jälleen hyvin opettavainen aika.

Hanketta hallinnoimaan perustimme MEKin omistaman osakeyhtiön Saksaan. Nimeksi tuli Nord Info GmbH Nordeuropa Marketing, ja laajensimme sitä myöhemmin toimimaan MEKin ja Suomen matkailuelinkeinon palveluyhtiönä Keski-Euroopassa. Esikuvana oli Norja, joka oli perustanut Nortra Marketing GmbH:n hoitamaan Der skandinavische Sommer -kampanjaa. Projektipäälliköksi värvättiin saksalainen Andreas Hassler, jolla oli matkanjärjestäjätausta, laaja pohjolatuntemus ja skandinaavisten kielten taito. Hänestä tuli samalla Nord Info GmbH:n toimitusjohtaja.

Kalottiprojektin johtoryhmässä kävimme monia ja pitkiä keskusteluja siitä, miksi kutsuisimme kalottia ja itse hanketta. Oli varsin selvää, ettemme voisi puhua pohjoiskalotista. Saksan kielessä *eine Kalotte* on jotakin, mitä katoliset munkit pitävät päälaellaan, eikä kukaan osaisi yhdistä sitä pohjoisimpaan Skandinaviaan. Olisi ollut helppo käyttää Lappland-sanaa, koska sekä Suomella että Ruotsilla on sen niminen maakunta. Lisäksi käsite on tuttu koko Euroopassa. Mutta norjalaiset eivät missään nimessä halunneet hyväksyä mitään Lappiin viittaavaa. Nimikiistely oli viemässä koko projektia umpikujaan.

Vaikka olikin jo siinä vaiheessa parhaat päivänsä nähnyt, *Club Méd* oli tuolloin onnistunut luomaan kautta Euroopan tunnetun brändin. Eräänä päivänä nähdessäni tämän ranskalaisen lomakyläketjun mainoksen, tajusin että tässä olisi ratkaisu nimiongelmaamme. Käyttäisimme hankkeesta nimeä *Club Nord*, ja klubikonsepti tarjoaisi sille samalla oivan sisältöidean. Loisimme oman yhteisön niille sak-



Club Nord ja projektipäällikkö Andreas Hassler Kolmenvaltakunnanpyykillä syyskuussa 1993 Taustalla kenttälounasta nauttimassa presidentti ja rouva Koivisto sekä Ruotsin ja Norjan valtionpäämiehet puolisoineen Suomen Matkailuliitto ja sen pohjoismaiset sisarjärjestöt olivat aikaansaaneet korkean tason tapaamisen Kalottireitin vihkimisen yhteydessä (kts myös Matti Rossin puheenvuoroa sivulla 36)

salaisille, jotka etsivät Erlebnisse statt Erholung – elämyksiä levon sijaan.

Tämä osoittautui hyväksi ideaksi. Ensinnäkin pääsimme eroon sisäisestä kinastelusta Lapista ja kalotista. Toiseksi saksalaiset pitivät klubiajatuksesta. Saksassa säännölliset pohjolanmatkaajat tuntevat muutenkin muodostavansa muista poikkeavan yhteisön, melkeinpä sektin. Etelään suuntautuvan massamatkailun sijasta he ovat valinneet villin, vapaan, raikkaan Pohjolan. He ovat yksilöitä ei joukkoa, he tahtovat tilaa ei tungosta, he haluavat tehdä ei oleskella.

Vahvistaaksemme klubitunnetta julkaisimme omaa, korkeatasoista aikakauslehteä *Club Nord Magazin*. Sen koenumero postitettiin niihin n. 200.000 osoitteeseen, jotka viimeisen kahden vuoden sisällä olivat tilanneet aineistoa Suomen, Ruotsin ja Norjan matkailutoimistoista Saksassa. Lehdessä oli vastauskortti, joka piti palauttaa mikäli halusi jäädä sen postituslistalle jatkossakin. Saimme 70.000 ilmoittautumista, mitä voi pitää jymymenestyksenä ja osoituksena siitä, että klubikonseptilla oli kantovoimaa, ja että Pohjolaa koskeva kiinnostus ja tiedontarve oli merkittävää.

Vuosina 1994 ja -95 tilastoitiin huomattaa kasvua saksalaisyöpymisissä sekä kalottialueella että muuallakin Pohjolassa. En epäröi liittää sitä *Club Nord* -projektin toimintaan. Osittain pystyimme mittaamaan tuloksia myös puhtaassa rahassa, koska olimme ostaneet tilaa kalottituotteille monien matkanjärjestäjien ohjelmissa. Se lisämyynti, jonka näin hankimme muutaman sadan tuhannen kruunun panoksella, nousi kymmeniin miljooniin kruunuihin.

Totesin jo että *Club Nord* oli hyvin opettavainen projekti. Opetukset liittyivät lähinnä rahaan. Osoittautui että alueellinen tuki esim. Pohjois-Norjassa liikkuu tahmeasti. Jouduimme joskus odottamaan suorituksia lähes kaksi vuotta. Ilmeni myös että annetut lupaukset ja sitoumukset pakkaavat unohtumaan henkilövaihdosten yhteydessä. Ruotsin matkailuneuvoston lakkauttaminen aiheutti meille suuria ongelmia. Seuraajaorganisaatio *Next Stop Sweden* ei halunnut osallistua hankkeeseemme, mutta onneksi Ruotsikuvaa vaaliva *Styrelsen för Sverigebilden* halusi (päinvastainen roolijako olisi ehkä ollut perustellumpi). Myös Norjassa matkailuneuvoston varat hupenivat yllättäen. Läpi näiden vaikeiden aikojen MEK kärsivällisesti toimi luotottajana.

Rahoitusongelmat eivät onneksi näkyneet ulospäin, eivätkä ne loppujen lopuksi päässeet estämään projektin suunnitelmanmukaista toteutusta. Palautteen perusteella tyytyväisimpiä tähän hankkeeseen olivat klubin saksalaiset ”jäsenet” sekä pohjoiskalotin yrittäjät. Hyötyjänä pohjoisessa oli ennen kaikkea Suomen Lappi. Norjan puolen vähälukuisilla majoitus- ja muilla matkailukohteilla oli kesäisin muutenkin korkeat käyttöasteet, ja Ruotsin pohjoisosat jäivät paljolti pelkäksi läpikulkualueeksi. Yleistä näkyvyyttä kolme pohjoismaata saivat Saksassa sen sijaan poikkeuksellisen paljon, sillä eivät esim. *Club Nord Magazin*in artikkelit rajoittuneet kertomaan pelkästä kalottialueesta.

Yhteistyötä meren yli

Menestyksemme *Club Nord* -hankkeen toteuttajina johti uusiin alueellisesti rajattuihin projekteihin Itämeren alueella. Niistä kaksi ensimmäistä perustui suomalais-ruotsalaiseen rajan ylittävään yhteistyöhön, mutta nyt ei ollut kyse maarajasta kuten pohjoisessa vaan maiden välisestä merirajasta.

Merenkurkku, missä Pohjanlahti on kapeimmillaan, on sekin perinteistä pohjoismaista yhteistyövyöhykettä. Hankkeet ovat tosin nykyään käyneet vähiin, kun verovapaamyynnin kielto karkotti varustamot ennen varsin tuottoisilta reiteiltä lahden yli. Yhdeksänkymmentäluvulla kaikki oli vielä mallillaan. Silja Line oli ostanut Vaasanlaivat-varustamon ja liikennöi Vaasasta Uumajaan ja Sundsvalliin. Nämä yhteydet olivat elintärkeä osa Keskipohjolan infrastruktuuria ei pelkästään matkailua vaan myös muuta kauppaa sekä teollisuutta ajatellen – voi sanoa jopa että koko käsite Keskipohjola (Mittnorden) eli niiden varassa ja menetti merkityksensä niiden lakattua.

Merenkurkun aluetta varten kehitimme hankkeen nimeltä *Botnia Bonus*. Siihen osallistui alueiden lisäksi kolme kaupunkia: Vaasa, Uumaja ja Örnsköldsvik. Ruotsin puolella Eurooppatie 4 seuraa rannikkoa pohjoista kohden, ja sitä pitkin kulkee suuret määrät keskieurooppalaisia joko busseilla tai omilla autoilla matkallaan Lappiin, Jäämeren rannikolle ja Nordkapiin. Ajatuksena oli saada heidät pysähtymään, mieluummin myös majoittumaan ja mahdollisesti jopa vaihtelun vuoksi siirtyä jatkamaan matkaa Pohjanlahden vastarantaa pitkin. Mainittujen kaupunkien lisäksi alueella on vetovoimatekijöinään ennen kaikkea Höga Kusten (Korkea rannikko) Ruotsin puolella ja Vaasan saaristo Suomen puolella. Ne ovat yhdessä nykyään Unescon maailmanperintökohteiden listalla.

Käytin tehtävästämme tämän projektin yhteydessä usein käsitettä ”etappimarkkinointi”. Mehän emme suinkaan kuvitelleet voivamme houkutella alueelle matkailijoita pelkästään muutaman melko tavanomaisen kaupungin ja noiden perintökohteiden voimalla. Tarkoituksena oli pikemminkin saada läpikulkumatkailijat valitsemaan tämän alueen yhdeksi etapiksi pitkällä matkallaan Saksasta Lappiin tai takaisin. Tärkeä tehtävä pelkän huomion herättämisen lisäksi oli tällöin kehittää mielenkiintoisia, helppomyyntisiä tuotteita.

Rinnan Merenkurkun kanssa markkinoimme noina vuosina (1994-99) toistakin merenylittävää aluekokonaisuutta: saaristoa. Oikeammin pitänee sanoa saaristoja, sillä Tukholmasta Turkuun ulottuvaa merialuetta pidetään yleensä kolmena erillisenä saaristona: Turun, Ahvenanmaan ja Tukholman. Tässä oli kyse aivan uuden kohteen lanseeraamisesta, sillä Saksassa saaristo oli tuntematon niin käsitteenä kuin lomakohteenakin. Niin ainutlaatuisia ovat saaristomme, että muissa kielissä ei ole edes sopivia käsitteitä niiden kuvaamiseksi. Meidän oli joko käytettävä kreikasta saksaan lainattua sanaa *Archipel* tai opetettava saksalaisille uusi käsite: *die Schären*. Tämä sana on kylläkin olemassa, mutta harvat olivat sen kuulleet. Monet luulivat meidän puhuvan saksista, jotka saksaksi (monikossa) ovat *die Scheren*.

Joka tuntee saariston ei välttämättä tajua, kuinka vaikea sitä on ulkopuoliselle selostaa. Saksalaisten ylivoimainen enemmistö on maakrapuja – maallahan on omaa rannikkoa vain harvaanasutussa pohjoisessa. Merta saksalainen näkee yleensä vain espanjanlomallaan Mallorcalla tai Kanarialla. Se että meillä on tarjota kymmeniä tuhansia saaria rajatulla alueella ylittää hänen käsityskykynsä. Mutta kuitenkin monen saksalaisen suuri unelma on, että hänellä olisi pikku saari ihan omassa käytössään. No, sellainenhan on mahdollista oikeastaan vain meillä päin maailmaa, ja tämä oli yksi keskeisiä teesejämme.

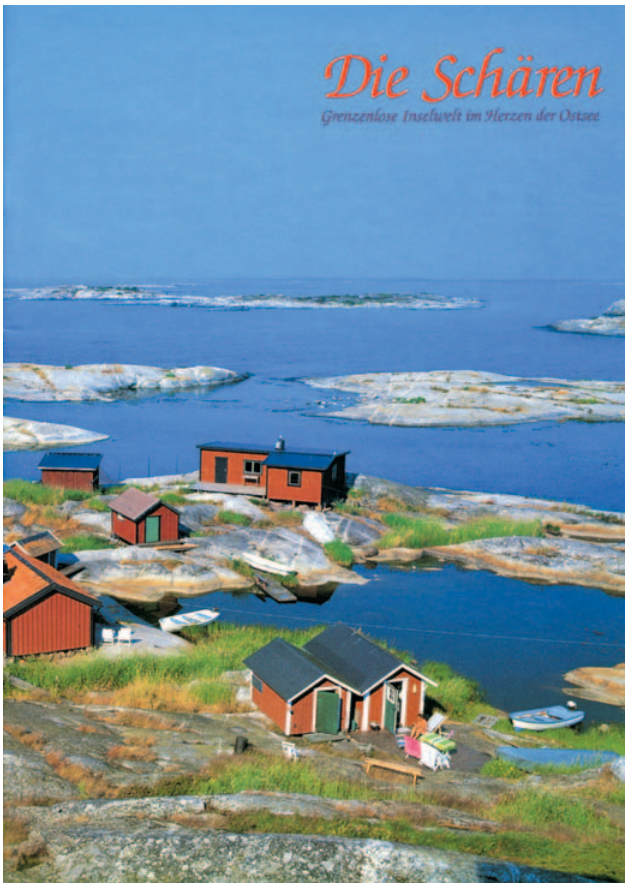
Toinen koski tuotteita. Saaristo on ostettavissa. Oli jo olemassa matkailutarjontaa, jonka pystyi varaamaan ja ostamaan – ja silloin kun sitä ei ollut, projektin tehtävä oli luoda se. Tämä tapahtui mahdollisimman läheisessä yhteistyössä alueiden kanssa, ja meidän roolimme oli ensi kädessä tuoda hankkeeseen kysyntää koskevaa tietoa ja kokemusta. Ei auta kaupata tavaroita tai palveluja, joista kukaan ei ole kiinnostunut, mutta kuinka usein näin toimitaankaan mm. juuri matkailualalla, kun tuotekehittely lähtee liikkeelle tuottajasta eikä tulevasta ostajasta!

Myös *Die Schären* -hankkeessa oli kiitos Pohjoismaiden Ministerineuvoston Saaristoyhteistyön jo olemassa toimiva struktuuri projektin tueksi, mistä luonnollisesti oli huomattavaa hyötyä. Ahvenanmaan, Tukholman ja Lounais-Suomen saaristoilla oli monenlaista yhteistyötä, ja meidän saksahankkeemme oli vain eräs ajassa ja tilassa rajattu erikoistehtävä tämän yhteistoiminnan puitteissa. *Die Schären* -projektilla alue pyrki Saksan markkinoille, missä se siihen asti oli loistanut poissaolollaan. Oli järkevää ottaa tämä askel yhdessä eikä maakunta kerrallaan. Ensinnäkin kyse oli resursseista – yhteisvoimin pystyi enempään. Toiseksi saaristot ovat sisällöltään samankaltaisia ja hyötyivät siitä, että

niitä markkinoitiin yhdessä. Kolmanneksi hankkeen tärkein kaupallinen osapuoli oli laivayhtiö, jonka reitit yhdistivät nuo kolme saaristoa. Meidän puoleltamme saaristoprojektia veti Jyrki Oksanen, joka veneilyharrastuksensa ja oman aluetuntemuksensa perusteella erinomaisen hyvin tiesi, mistä saaristojen kohdalla on kysymys.

Oli kiehtova tehtävä olla mukana lanseeraamassa aivan uutta kohdetta, kuten saaristot olivat Saksan markkinoilla. Tuloksia on helppo mitata, jos aloittaa nollatasolta, ja oli tietenkin erityisen tyydyttävää nähdä kuinka omat ponnistelumme tuottivat hedelmää. Samanlaisia kokemuksia meillä oli myös seuraavassa suuressa yhteishankkeessa, *Via Baltica Touristica* -projektissa, jossa lähdettiin lanseeraamaan aivan uutta matkailureittiä: Itämeren itäpuolitse Suomeen johtavaa Eurooppatietä 67.

Kyseessä oli jälleen poikkeuksellisen opettavainen toimeksianto. Pohjoismaisista kokemuksistamme ei ollut paljoakaan hyötyä tässä aivan erilaisessa yhteistyökulttuurissa. Ennen kaikkea opimme käyttämään empatiaa, syventymään balttien ja puolalaisten tilanteeseen ja lakkaamaan kuvittelemasta, että omat ratkaisumme aina olisivat oikeat tai edes käyttökelpoisia vaikka olisivatkin kenties parhaat. Olimme eläneet yhdistyvässä Saksassa 90-luvun alkuvuosina ja nähneet, miten ei sovi menetellä, kun läntisiä menetelmiä ympätään itäiseen maaperään, mutta siitä huolimatta meidät yllätti kerta toisensa jälkeen se herkkätuntoisuus, jolla moniin asioihin Baltiassa suhtauduttiin.



”Rajaton saarimaailma Itämeren sydämessä” sanotaan Die Schären -esitteen alaotsikossa Hankkeeseen osallistuvien alueiden yhteenlaskettu saarimäärä taisi olla lähes 100 000

Ensikosketus Baltiaan

Oma suhteeni Baltiaan oli alkanut jo opiskeluaikoina. Mieleen on erityisesti syöpynyt ensikohtaaminen. Oli kesäkuun alun helteinen aamu vuonna 1966. ss Silja (ex Heimdall) oli edellisenä päivänä lähtenyt Helsingistä ja yön aikana kiertänyt Hiidenmaan ja Saarenmaan. Aamuyön tunteina se oli höyrynnyt yli Riianlahden ja nousi nyt Väinäjokea kohti Riian keskustaa. Seisoin aivan keulassa (kuin sittemmin DiCaprio Titanic-elokuvassa) ja katselin lähestyvää kaupunkia. Muistan ajatelleeni, että tämähän on Keski-Eurooppaa, ei itää tai pohjoista.

Sodan jälkeen juuri kukaan ei ollut Suomesta päässyt käymään Baltiassa, ei edes Tallinnassa. Nyt elettiin kuitenkin outoa liennytysvaihetta, joka alkoi Nikita Hrushtshevin loppuvuosina ja päättyi Tshekkoslovakian miehittämiseen. Presidentti Kekkonen

oli 1964 pitänyt Tartossa puheen, jonka arvellaan aikaansaaneen lyhyen suojasään Baltiaan suuntautuvassa matkustuksessa. Tähän saumaan iski SHO-FÅA ryhtyen kesällä 1965 liikennöimään Helsingin-Tallinnan väliä omalla ss Wellamolla ja aikarahdatulla ss Silja II -aluksella (ex Dronning Maud). Seuraavana kesänä varustamo kokeili sitten myös Riian reittiä. Turun Historiallinen Seura päätti heti käyttää tilaisuutta hyväkseen ja järjesti jäsenmatkan Riikaan ja Tallinnaan. Sille pääsin osallistumaan.

Latvia oli vielä enemmän kuin Viro ollut eristyksissä sodan jälkeen. Riikalaiset havaitsivat tietenkin tulomme heti, koska laivamme kiinnittyi Väinäjoen rantaan vain jonkun matkaa alajuoksuun linnasta. Jokseenkin jokainen ryhmässämme joutui arkailevien lähestymisten kohteeksi. Asia ei yleensä koskenut kaupankäyntiä (kuten Leningradissa) vaan yhteyden saamista 30-luvulla hankittuihin ystäviin ja tuttaviin Suomessa. Minua keski-ikäinen rouvashenkilö pyysi välittämään terveiset henkilölle, jonka nimen hän varmuuden vuoksi sanoi vain englanniksi käännettynä: Mountain Eagle. Ymmärsin helposti, että kyseessä oli Kallio Kotkas (josta seuraavana vuonna tuli Veikkauksen toimitusjohtaja). Soitinkin hänelle nämä terveiset palattuani.

Asuimme kaupungin ainoassa ulkomaalaisille tarjolla olevassa hotellissa, Viesnīca Rīga, jossa 30 vuotta myöhemmin olen tullut yöpyneeksi monta kertaa (kovin suurta uudistumista se ei ole kokenut). Riika oli rähjäinen ja ankea, mutta ihmiset olivat ystävällisiä ja avuliaita. Sodan jäljet näkyivät lähinnä Pietarinkirkon ja Kivisillan välisellä alueella, jossa Puna-armeija ja Wehrmacht olivat käyneet ratkaisevat katutaistelunsa. Jäljellä oleva rakennussubstanssi antoi kuitenkin viitteitä siitä, että tästä voisi tulla Tukholman Vanhankaupungin veroinen nähtävyys, jos rahaa ja tahtoa löytyisi.

Matkamme jatkui junalla Tarton kautta Tallinnaan, jossa meidät majoitettiin hotelli Tallinniin. Rakennus muodostaa nykyään yhden siiven luksuslaitoksesta Meriton Grand Conference & Spa Hotel. Myös siellä olen hiljattain yöpynyt – aikaperspektiivi hämmästyttää jo usein minutkin! Tallinna ei Riian jälkeen enää niinkään yllättänyt. Olin jo ymmärtänyt, että Suomen lähialueella oli unohdettu umpio, jossa ihmiset kaipasivat yhteyksiä muuhun maailmaan, ja jossa upeat vanhat hansakaupungit hitaasti rapistuivat, kunnes niitä ei enää voitaisi pelastaa. Asian matkailullisia aspekteja en vielä osannut arvioida – oli kestävä vielä viisi vuotta, ennen kuin päätyisin alalle.

Paluu Helsinkiin tapahtui sitten ms Vanemuinelaivalla (ex Artek), joka Neuvostoliiton kauppalaivastoon kuuluvan Estonian Steamship Companyn lipun alla liikennöi Tallinnan-Helsingin väliä kesät 1965-67. Tuntui mukavalta siirtyä laivaan Tallinnassa, kun viimeisetkin passi- ja tullitarkastukset oli selvitetty, ja vielä mukavammalta astua Suomen kamaralle Helsingissä. Tämä tunne taisi olla mielessä, kun 15 vuotta myöhemmin alettiin järjestää MEKin ja Intouristin yhteisiä lehdistö- ja matkatoimistovierailuja Helsinkiin, Leningradiin ja Moskovaan: vaadin silloin, että Suomen osuus piti ehdottomasti sijoittaa ohjelman loppupäähän – mikään ei havainnollistanut Suomen asemaa poliittisella maailmankartalla paremmin kuin se helpotus, joka syntyi kun neuvostovirkailijat jättivät junan, juuri ennen kuin se ajoi rajan yli Vainikkalaan.

Opiskelin historiaa ja valtiotiedettä. Historian professorini (Börje Colliander) oli erikoistunut Venäjän ”reunakansojen” (suomalaisten, balttien, puolalaisten, ukrainalaisten jne.) poliittisiin pyrkimyksiin ennen keisarikunnan luhistumista. Hän sai minut perehtymään tähän aiheeseen, ja Baltian matka lisäsi kiinnostustani entisestään, niin että päädyin tekemään graduni Saksan yrityksistä yllyttää reunakansat kapinaan keisaria vastaan ensimmäisen maailmansodan aikana. Jouduin tavallista perinpohjaisemmin tutustumaan Baltian historiaan, mistä oli oleva hyötyä jatkoa ajatellen.

Baltic Sea Tourism Commission (BTC)

Suhteellisen pehmeästi alkanut Brezhnevin valtakausi koveni Tshekkoslovakian miehityksen jälkeen jähmettyen 70-luvulla ns. pysähtyneisyyden ajaksi. Helsingistä pystyi edelleen matkustamaan Tallinnaan, mutta vuodesta 1967 lähtien ainoastaan neuvostoliittolaisella laivalla. Reitille oli siirretty ms Tallinn (ex Svanetija), jossa oli tilaa vain 245 hytti- ja 155 kansimatkustajalle, joten myöhempiin aikoihin verrattuna matkailu oli kapasiteetinkin puolesta vähäistä. Tallinnasta eteenpäin se oli jälleen jokseenkin olematonta, joten Riika oli uudestaan jäänyt pimentoon, ja Vilnahan ei edes avautumista ollut kokenut.

Matkustelin vuosina 1969-79 kaikissa Itä-Euroopan maissa (Albaniaa lukuunottamatta), ja joka puolella saattoi liikkua melko vapaasti. Suomen passilla ei yleensä tarvinnut edes viisumia, sillä

MEK oli solmimiensa matkailusopimusten kautta myötävaikuttanut viisumipakon poistamiseen. Kaiken tämän takia tuntui oudolta ja ikävältä, että lähialueellamme Itämeren piirissä oli maita, joihin ei juuri mitenkään päässyt tutustumaan. Suurimmalle osalle suomalaisia – jokseenkin kaikille 30-luvulla ja sitä myöhemmin syntyneille – Neuvostoliitto oli kylläkin monoliittinen kokonaisuus, eikä siihen kuuluvia kansoja tai muinoin itsenäisiä maita juuri muistettu tai osattu ottaa huomioon.

Euroopan Turvallisuus- ja Yhteistyökonfrenssin (ETYK) vuonna 1975 allekirjoitettua päätösasiakirjaa pidetään ihmisoikeuksiin liittyvän sisältönsä osalta eräänä lähtölaukauksena itäblokin murenemiselle. Vielä 70-luvulla tästä ei kyllä näkynyt jälkeäkään. Sen sijaan lähestyvät vuoden 1980 kesäolympialaiset aiheuttivat matkailumyönteistä kehitystä eri puolilla Neuvostoliittoa. Purjehduskilpailut oli päätetty pitää Tallinnassa, jonka majoituskykyä lisättiin uudella tornihotellilla (Olümpia) vuonna 1972 nousseen Virun lisäksi. Molemmat rakennettiin suomalaisin voimin samoin kuin Riikaan ja Vilnaan pystytetyt Latvija ja Lietuva. Näistä investoinneista saattoi jo päätellä, että valtakunta oli avautumassa matkailulle – myös Baltian osalta.

Muuallakin Itämeren piirissä tapahtui mielenkiintoista kehitystä. Ruotsin Karlskronassa pidettiin toukokuussa 1981 Itämeren alueen kansainvälinen matkailukonferenssi, jossa valittiin työryhmä pohtimaan matkailun yhteistyömahdollisuuksia ja -muotoja Itämeren rantavaltioiden kesken. Ryhmään nimettiin Bengt Pihlström Suomesta, Hanns Peter Nerger Saksasta ja Krystyna Hryniewska Puolasta.

Työryhmän mietinnössä ehdotettiin pysyvän yhteistyöorganisaation perustamista, johon rantavaltioiden matkailuviranomaisten lisäksi kuuluisi vähintään kolme kaupunkia kustakin maasta. Yhteisön nimeksi valikoitui siinä vaiheessa *Baltic Tourism Cooperation* (BTC). Ehdotusta pohdittiin aikansa eri tahoilla, ja parin vuoden kuluessa riittävä osallistujamäärä alkoi olla koossa. Lyypekin kauppakamari teki aloitteen ja kutsui koolle ensimmäisen BTC-kokouksen syyskuussa 1984. Pitopaikkana oli siis tuo kaikkien hansakaupunkien äiti, mikä loi ikään kuin historiallisen siteen Itämeren aluetta vuosisatojen ajan hallinneeseen kauppamahtiin.

Alkuvuosina BTC haki vielä oikeaa rooliaan ja kattavaa jäsenpohjaa. Itäblokista oli alusta alkaen saatu mukaan Puola, vaikka maassa vallitsi tuolloin poikkeustila (suomalaisten viisumivapauskin oli peruttu). Oli tärkeää saada mukaan Neuvostoliitto, joka hallitsi melkoista osaa Itämeren alueesta. Tämä onnistuikin jo 80-luvun puolessa välissä, ja BTC:n kokouksiin osallistui paitsi pääkonttorin edustaja Moskovasta myös paikalliset päälliköt Baltian maista. DDR sen sijaan ei missään vaiheessa lähtenyt mukaan BTC:n toimintaan. Asiasta kyllä keskusteltiin Suomen ja Itä-Saksan matkailuviranomaisten kahdenvälisissä tapaamisissa, Bengt Pihlström muistelee mutta arvelee samalla, että kieltäytyminen johtui poliittisista syistä – DDR ei halunnut matkailijoita ulkomailta tarkoin vartioidulle rannikolleen, pakoyrityksistä johtuen ei välttämättä omastakaan maasta.

Puheenjohtajuus kiersi alussa tiuhaan. Tehtävään valittiin ensin Lyypekin alueen teollisuus- ja kauppakamarin edustaja Jürgen Pratje. Häntä seurasi Tanskan matkailuneuvoston Hans Joakim Schultz ja tätä puolestaan Bengt Pihlström. Kun sen jälkeen Puolan Zygmunt Szulen toimikausi oli päättymässä, oli mieliala BTC:ssä kääntynyt vuosittaisen kierron vastaiseksi, ja 1987 uudelleen valittu Pihlström päätyikin johtamaan organisaatiota pitkän tovin. Hän sai aisaparikseen Arne Elleforsin, Norrköpingin kaupungin matkailupäällikön, josta tuli BTC:n pääsihteeri oman toimensa ohessa. Samalla järjestö sai pysyvän sihteeristön Norrköpingin matkailutoimiston yhteyteen.

Nyt alkoi vilkas ja järjestelmällinen vaihe BTC:n toiminnassa. Järjestö sai esim. oman tunnuksen: ympyrän jonka keskiössä kolme lintua lentää meren ylitse vasemmalta oikealle eli kartalle projisoituna lännestä itään. En tiedä oliko symboliikka harkittua, mutta juuri tästä oli BTC:n toiminnassa paljolti kyse – länsimaisten turistien pääsystä Itämeren itäpuoliskon kohteisiin.

Jo 1975 Bengt Pihlström oli Pohjois-Euroopan Nuorkauppakamarien konferenssissa Helsingissä peräänkuuluttanut vapaampaa veneilyä Itämeren aluella. BTC oli puolestaan alusta alkaen vaatinut automatkailijoille mahdollisuutta tehdä kiertomatkoja Itämeren ympäri, rajanylitysten helpottamista sekä laiva- ja lentoyhteyksien kehittämistä. Erityistä huomita järjestö halusi kiinnittää Itämeren risteilyliikenteen edellytysten parantamiseen.

BTC sai 1980-luvun loppupuolella kiinteän toimintamallin, jota noudatettiin läpi koko sen aktiivisimman vaiheen eli n. kymmenen vuoden ajan. Siihen kuului Itämeren aluetta kokonaisuutena esittelevän markkinointiaineiston tuottaminen ja levittäminen sekä keväisin pidettävä vuosikokous

ja syksyisin järjestettävä konferenssi, johon vuodesta 1992 lähtien liitettiin myös myyntitapahtuma (BTC Conference & Travel Mart). Rutiinitoimista vastasi sihteeristö, ja pääosa valmistelevasta työstä tapahtui työryhmissä, joita nimettiin teemoittain: risteilyliikenne, matkailureitit, kestävä kehitys, matkailun esteet jne.

BTC-toimintaan aktiivisesti osallistunut Gundega Zeltiņa pitää organisaatiota taivaan lahjana Latvian, Liettuan ja Viron kehittymässä olleelle matkailuelinkeinolle: ”Olin ensimmäistä kertaa tekemisissä BTC:n kanssa 1988, Riiassa pidetyn kokouksen yhteydessä. Silloin olin Intouristin palveluksessa ja vastasin kokousjärjestelyistä. Pidin loistavana ideana, että oli tällainen kansainvälinen yhteisö, johon myös Baltian [silloin vielä Neuvostoliittoon kuuluvat] maat saisivat osallistua. Tämä olisi meille ikkuna läntiseen maailmaan, eikä tarvitsisi aina kulkea Moskovan lieassa.”

”Kun sitten 1990 perustin Latvian ensimmäisen itsenäisen matkailuyrityksen (Latvia Tours), liityimme heti BTC:n jäseniksi. Tärkein hyöty meille balteille oli, että saimme BTC:n kautta käsityksen siitä, miten alalla toimittiin, millaiset sen rakenteet olivat, ja miten yhteistyö pelasi. Samalla se oli meille ikään kuin yhtä markkinointikurssia. Lisäksi hyödyimme kokousten ja workshopien tuomista kontakteista, uusista tuoteideoista ja markkinatiedoista.”

”Mutta ennen kaikkea tunsimme BTC:ssä olevamme ystävien joukossa. Saimme henkistä tukea ja uskoa tulevaisuuteen. Sitähän me uuden itsenäisyyden alkuvuosina eniten tarvitsimme!”

BTC:n vuosittaiset konferenssit vuorottelivat eri jäsenkaupunkien välillä, mistä seuraava luettelo antaa hyvän kuvan: 1984 Lyypekki, 1985 Norrköping, 1986 Kotka, 1987 Gdańsk, 1988 Riika, 1989 Gotlanti, 1990 Bornholm, 1991 Ahvenanmaa, 1992 Kiel, 1993 m/s Silja Europa, 1994 Tallinna, 1995 Vilna, 1996 Kööpenhamina, 1997 Gdańsk, 1998 Pietari…

MEKin puolesta Pihlström oli luonnollisesti pääroolissa BTC:hen nähden. Itse osallistuin järjestön tilaisuuksiin ensimmäistä kertaa 1989, jolloin kokous pidettiin Gotlannissa. Kokematta jäi siis valitettavasti edellisen vuoden kokous Riiassa, jossa Inturistin edustaja Ivan Zavorin oli esittänyt ennusteen, että ”lähitulevaisuudessa tulee olemaan mahdollista ulkomaisille autoilijoille ja linja-autoille ajaa Leningradista Tallinnaan, Riikaan ja Vilnaan”. Tuskin hän aavisti, miten oikeassa olikaan. Enää ei edes tarvitsisi ajaa Leningradin kautta!

Mitä minuun tulee, merkittävin panokseni BTC:n hyväksi oli – paitsi improvisoidut esiintymiset konferenssien päätösiltoina – matkailun kehittämis- ja yhteistyöohjelman laatiminen Itämeren alueelle viisivuotiskaudeksi 1998-2002. Tämä BALDER-niminen dokumentti sisälsi yleisten strategisten suositusten lisäksi myös joukon melko yksityiskohtaisesti luonnosteltuja hanke-ehdotuksia, jotka jakutuivat neljään ryhmään (project block): 1. Risteily- ja meriaiheiset hankkeet, 2. Kiertomatkailu ja teemareitit, 3. Kestävä kehitys ja tietotaito sekä 4. Tiedotus ja viestintä. Kussakin ryhmässä oli kolmeneljä erillistä projektia, niin käynnistyneitä kuin suunniteltujakin.

BALDER-ohjelma tosin hyväksyttiin, mutta olen jälkeenpäin ajatellut, että se oli BTC:lle ehkä liian kunnianhimoinen kokonaisuus. Vaikka jäsenmäärä oli tuolloin ylimmillään (123), jokainen BTC:n työhön aktiivisesti osallistuva toimi oman varsinaisen työnsä ohessa. Silloin tarvitaan erityistä intoa ja harrastusta. Tätä oli riittänyt Bengt Pihlströmillä ja kourallisella muita – mainittakoon varsinkin Edith Dinger Sveitsistä, Inger Harlevi Gotlannista, Colin Trigger Britanniasta, Gundega Zeltiņa Latviasta, Udo Grebe Saksasta, Alek Hamerski Puolasta ja tietenkin jo ”virkansa” puolesta Arne Ellefors Ruotsista – mutta kun heitä rupesi syystä tai toisesta jäämään pois toiminnasta, BTC nopeasti alkoi kuihtua. Tällä hetkellä sillä on jäseniä enää 19.

Knowhow transfer

BTC:n kautta olin saanut lukuisia kontakteja Baltian maihin, ja samalla kiinnostukseni aluetta kohtaan oli jälleen herännyt. Olin kyllä 1980-luvulla käynyt muutaman kerran Tallinnassa, mutta Riikaa en ollut nähnyt tuon ensitutustumisen jälkeen, ja siitä oli kulunut jo neljännesvuosisata. Vilnaa taas en tuntenut lainkaan. Niinpä päätin 1991, että tällä kertaa ei kesälomamatkamme Hampurista Suomeen tapahdukaan autolla Ruotsin läpi, vaan nyt menemme junalla Puolan ja Baltian kautta.

Neuvostoliitto oli vielä olemassa, mikä tavallaan helpotti asiaa: tarvittiin vain yksi viisumi ja yksi valuutta, ja koko matkan voi antaa yhden ainoan, paikallisen matkatoimiston järjestettäväksi. Otin yhteyttä Gundega Zeltiņaan – teleksillä, kuinkapa muuten! – ja pian hänen toimistonsa oli varannut majoitukset, hoitanut junaliput ja lähettänyt tarvittavat tiedot viisumianomusta varten.

Menimme ensin junalla Varsovaan, josta neuvos-

toliittolainen osuus varsinaisesti alkoi, sillä siellä siirryimme SŽD:n yöjunaan Varsova-Vilna-Leningrad (tällä rataosuudella olin kylläkin jo kerran kulkenut junamatkalla Leningradista Titogradiin, mutta Vilnasta emme silloin nähneet mitään). Meillä oli ”pehmeän luokan” sekahytti neljine vuodepaikkoineen ja matkaseurana kuorsaava matroona. Aamuyöstä, kun juna oli ylittänyt Neuvostoliiton rajan ja saapunut Hrodnoon, makuuvaunumme nostettiin ilmaan ja alle vaihdettiin sikäläiseen raideleveyteen paremmin sopivat pyöräparit. Operaatio kesti pitkään ja oli hyvin meluisa.

Hotelleiksi Gundega Zeltiņa oli valinnut Lietuvan Vilnasta, Viesnīca Rīgan Riiasta ja Olümpian Tallinnasta. Sekä Vilnassa että Riiassa oli tammikuussa ollut välikohtauksia, joissa siviilejä oli neuvostovallan asein surmattu. Molemmissa kaupungeissa parlamenttien suojaksi rakennetut barrikadit olivat vielä paikoillaan. Tunnelma oli hermostuneen optimistinen. Liettua ja Latvia olivat edellisenä vuonna julistautuneet uudelleen itsenäisiksi, mutta Gorbatshevin johtama Neuvostoliitto käyttäytyi kuin ei olisi asiasta kuullutkaan.

Katselin nyt kaupunkeja matkailualalla toimivan silmin toisin kuin 25 vuotta aikaisemmin. Vilnan vanhakaupunki teki laajuudellaan ensinäkemältä mahtavan vaikutuksen, mutta monet rakennukset olivat äärimmäisen huonossa kunnossa – ihmettelin mistä he ikinä saisivat varat kaiken tämän kunnostamiseen. Riiassa en huomannut juuri minkään muuttunen vuodesta 1966. Ränsistyneisyys oli korkeintaan entisestään pahentunut. Keskiaikaisia Vanhan-Riian taloja oli ruvettu tukemaan hirsien avulla, ja jugend-kortteleissa rakennuksia oli aidattu irtoavien julkisivukoristeiden varalta.

Jokseenkin kaikki matkailuun liittyvä infrastruktuuri loisti poissaolollaan. Ne harvat hotellit olivat synkkiä ja epämukavia. Matkailijan kohtaama henkilökunta hotelleissa ja ravintoloissa (pikemmin kanttiineissa) oli tylyä ja kielitaidotonta. Jos irtaantuminen Moskovan vallasta todella onnistuisi, edessä olisi puolen vuosisadan aikana syöpyneiden neuvostoasenteiden kitkeminen. Enpä arvannut, että itsekin aivan pian osallistuisin tähän työhön.

No – kuten tiedämme – irtaantuminen tapahtuikin sitten käden käänteessä jo muutaman viikon kuluttua. Ollessamme vielä Baltiassa Boris Jeltsin tuli Venäjän presidentiksi, ja seuraavassa kuussa hän teki selväksi, ettei neuvostohallitus enää päättänyt Venäjän asioista. Samalla Baltian maat ilmoittivat irroittautuneensa nyt pelkäksi kulissiksi jäävästä neuvostorakennelmasta, ja vuoden lopulla tämä romahti. Jeltsin oli suhtautunut myönteisesti Baltian maiden itsenäisyyspyrkimyksiin, mutta näiden johdettua tuloksiin hän ei nähtävästi enää ollutkaan balttien ystävä. Alkoi huononevien suhteiden kierre, jolloin Venäjä painosti naapureitaan mm. öljy- ja kaasutoimituksia keskeyttämällä.

Helmikuun loppupäivinä 1992 Virussa tuli vilu. Venäjä oli jälleen kiristänyt hanoja. Lämpötila Tallinnan Viru-hotellin kokoustiloissa oli alle 15°C, ja sekä kuulijat että me esiintyjät istuimme päällysvaatteet päällä. Oli meneillään ensimmäinen monista seminaareista, joita järjestettiin läntisen viisauden levittämiseksi Baltiaan. Aikakauden taikasana oli *knowhow transfer*, tietotaidon siirtäminen, ja tällä kertaa liikkeellä oli pieni iskuryhmä MEKistä Bengt Pihlströmin johdolla.

Via Baltica

EU:n komissio oli ottanut käyttöön erilaisia tukiohjelmia, joiden tarkoituksena oli helpottaa siirtymätalouksien sopeutumista kapitalismin kylmään todellisuuteen. Baltian maat olivat Phare-ohjelman puitteissa, joka oli linkitettävissä Interreg-ohjelmaan. Tästä meillä puolestaan oli jo runsaasti kokemusta, koska edellä selostetut yhteistyöprojektit (*Club Nord, Botnia Bonus, Die Schären*) kaikki olivat interreg-hankkeita. Ryhdyimme Andreas Hasslerin kanssa selvittämään, millä tavalla osaamistamme ja kontaktejamme voitaisiin hyödyntää Baltian suunnalla.

Kävi pian ilmi, että auto- ja bussimatkailun kehittäminen ja markkinointi muodostaisi sellaisen pohjan, jolle saataisiin laajin mahdollinen eri tahojen osallistuminen. Erityisesti Latviassa ja Liettuassa, jonne ulkomaalaiset löysivät tiensä toistaiseksi vain aniharvoin, kaivattiin maanteitse liikkuvia ryhmiä ja yksittäismatkailijoita – Baltian rautatiethän olivat surkeassa tilassa (Latviaa ehkä lukuunottamatta), ja lentoliikennettä oli vain sen verran, mitä työajan matkustus edellytti.

Tässä vaiheessa kiinnitimme huomiomme Suomessa paljon julkisuudessa olleeseen Via Baltica -reittiin. Kyseessä oli silloin vielä fiktiivinen kokonaisuus, joka koostui useista eri tieosuuksista Baltiassa ja Puolassa. Niitä pitkin pystyi ajamaan 1000 km:n pituisen reitin Tallinnan ja Varsovan välillä. Erityisesti Suomessa tämän yhteyden kehittämisestä oli oltu kiinnostuneita. Jo 1986 joukko suo-

malaisyrityksiä kävi asiasta neuvotteluja Baltian neuvostotasavaltojen tiehallintojen kanssa. Yritykset olivat asialla, koska Suomen valtio ei halunnut sekoittaa Moskovaa hankkeeseen, joka silloin vielä kulki työnimellä Sevlink. Vuosina 1988-89 tehtiin toteutettavuusselvitys, ja sen pohjalta Suomen ja Baltian maiden liikenneministeriöt perustivat 1990 projektin, joka nyt virallisesti sai nimekseen Via Baltica. Seuraavana vuonna Puola tuli mukaan.

Kaikki siihenastiset toimenpiteet olivat lähteneet tavaraliikenteen tarpeista. MEKissä oli kuitenkin jo ymmärretty, että avautumassa olevalla yhteydellä olisi myös matkailullinen merkitys – tarkkaan ottaen kaksisuuntainen sellainen. Se voisi tuoda matkailijoita maahamme uusilta markkinoilta eli Baltiasta, Puolasta ja muualta itäisestä Keski-Euroopasta ja toimisi uutena reittivaihtoehtona Suomeen mm. saksalaisille. Toisaalta se tietenkin myös avaisi uusia autolomailumahdollisuuksia suomalaisille.

Matkailullisesti Via Baltica tarvitsi ennen kaikkea näkyvyyttä ja palvelutason kehittämistä. Tätä varten laadimme erillisen projektin, jonka nimeksi otettiin *Via Baltica Touristica*. Rahoituksesta vastasivat pääasiassa EU eli Euroopan Komission matkailusta vastaava yksikkö direktoraatissa XXIII sekä Suomesta kauppa- ja teollisuusministeriö ja Norjasta (!) maan ulkoasiainministeriö. Tärkeimpänä kaupallisena osapuolena oli Silja Line, joka siihen aikaan sopivasti liikennöi sekä Tallinnan-Helsingin väliä että (gts Finnjetillä) Suomesta Saksaan.

Projekti toteutettiin vuosina 1995-97. Jälleen oli *knowhow transfer* keskeisessä osassa. Järjestimme Puolassa ja kaikissa Baltian maissa sarjan valmennusseminaareja, joissa yrittäjille ja paikallisten matkailutoimistojen virkailijoille välitettiin tietoa ulkomaisten – lähinnä saksalaisten ja suomalaisten – matkailijoiden toiveista ja odotuksista mm. palvelujen laadun, saatavuuden ja luotettavuuden suhteen. Opetimme hinnoittelemaan oikein, selostimme sellaisia käsitteitä kuin provisio ja voucher, kävimme läpi maksutapoja ja varauskeinoja. Kaikki lähti toisin sanoen lähes nollapisteestä. Selvä ongelma liittyi kielitaitoon, sillä moni havitteli matkailuyrittäjäksi osaamatta mitään kansainvälisesti käypää kieltä.

Näkyvin osa Via Baltica Touristica -hanketta oli tunnin pituisen televisiodokumentin tuottaminen koko reitistä Varsovasta Helsinkiin. Se filmattiin kesällä 1996 ja esitettiin valtakunnallisesti Saksan kolmosverkossa vuonna 1997 ja uusintana 1998. Filmiä myytiin myös videokasettina saatteenaan

Saksalainen graafikko Karine Salomon suunnitteli meripihka-aiheisen logon matkailun Via Baltica -hankkeelle Kuvion "tiessä" on yksi väri kustakin Baltian lipusta

34-sivuinen (saksankielinen) faktaesite, joka sisälsi käytännön informaatiota reitistä ja eri tieosuuksien laadusta sekä maa- ja paikkakuntakohtaista tietoa. Pääosassa oli toki Via Baltica, mutta en pitänyt mahdollisena esitellä Baltiaa ilman käväisyä Liettuan pääkaupungissa, ja jotta tasapaino säilyisi otimme sitten mukaan myös Koivajoen kansallispuiston Latviasta ja Saarenmaan Virosta – onneksi, sillä eri maiden osuuksia mitattiin matkailuviranomaisten pääkonttoreissa sekuntikellolla!

Muilta osin tämä yhteistyöprojekti kuului kyllä sopuisimpiin, missä olen ollut mukana. Asiaan vaikutti tietenkin ratkaisevasti, että jokseenkin kaikki ohjausryhmän jäsenet olivat saamapuolella, eikä heiltä edellytetty panoksia muussa muodossa kuin opaspalveluina sekä apuna seminaarijärjestelyissä ja kuvauslupien hankkimisessa.

Jälkeenpäin ajatellen valmennusseminaarit olivat siinä tilanteessa ehkä tämän hankkeen hyödyllisempi osio. TV-dokumentti oli kyllä mielenkiintoinen ja korkeatasoinen – sekä ohjaaja-juontaja että kuvaaja[1] olivat Saksan parasta freelance-tasoa – eikä sitä varmaan muuten olisi kelpuutettu uusintaan. Mutta ajankohta taisi olla väärä. Vielä ei oltu valmiita lähteä kokeilemaan Baltian sopivuutta autolomailuun, ei Saksassa eikä oikein Suomessakaan.

[1] Käytin samaa kuvaajaa 1998 filmatessani Phare-rahoituksella tuotettua puolituntista maakuntaesittelyä *West Viru County*. Se oli varoittava mutta valitettavasti ei kovinkaan harvinainen esimerkki EU-tuen haaskaamisesta: valmistuttuaan filmi jäi ilman jakelua – koska siihen ei ollut budjetissa varauduttu!

Saapuvasta lähtevään

TV-filmihän oli saksankielinen, samoin siihen liittyvä faktavihkonen. Nyt esitimme kauppa- ja teollisuusministeriössä matkailuasioita hoitavalle Kari Tarastille suomenkielisen reittiesitteen tuottamista täydentämään Via Baltican tietotarjontaa. Tarasti oli järjestänyt KTM:n rahoituksen myös pääprojektiin, ja hän suhtautui periaatteessa positiivisesti ajatukseen. Hän ei kuitenkaan pitänyt mahdollisena, että valtion varoin tuettaisiin suomalaisten ulkomaanmatkailua – siitähän tavallaan oli kyse. Mutta jos esite olisi kaksikielinen, englanti ja suomi, asia järjestyisi.

Ajoin Matti Metsälammen kanssa koko reitin läpi taas kertaalleen. Kävimme jokaisessa tieltä näkyvässä tai tien varresta viitoitetussa majoituskohteessa keräten tiedot tasosta, hinnoista, kielivalmiuksista, maksutavoista ja varauskontakteista. Tieosuuksista, päällysteestä, leveydestä, pientareista, heijastin- ja kilometritolpista jne. kirjattiin tarkat tiedot samoin kuin tietenkin huoltoasemista. Kun tähän lisättiin osuudet nähtävyyksistä, kaupungeista ja maiden historiasta, tämä 64-sivuinen *Via Baltica Touristica User's Manual / Käyttäjäopas* oli nimensä mukaisesti varsin käyttökelpoinen tietopaketti. Se ilmestyi tammikuussa 1998, ja sitä jaettiin ilmaiseksi ennen kaikkea Autoliiton ja laivayhtiöiden kautta.

Omalta osaltani tuo käyttäjäopas merkitsi taitekohtaa matkailu-urallani. Olin siihen saakka pääasiallisesti edistänyt *Suomeen suuntautuvaa* matkailua. Nyt olimme jättäneet MEKin ja sen tytäryhtiön. Alkoi työ Suomesta *lähtevän* matkailun kehittämiseksi ja edistämiseksi (pitäähän myös sillä olla sijansa matkailumme 125-vuotisjuhlakirjassa!). Toimeksiantoja on ollut erityisesti Välimeren maista – Italiasta, Sloveniasta, Montenegrosta – mutta erityisen kiinteä suhde meillä syntyi Autoliittoon.

Kun tuo kaksikielinen Via Baltica -opas oli käynyt auttamattoman vanhentuneeksi meihin otettiin Autoliitosta yhteyttä ja tilattiin uusi. Lähdimme Metsälammen kanssa jälleen tien päälle, ja tuloksena ilmestyi tammikuussa 2004 lähes satasivuinen kirjanen *Autolla Via Balticalla*. Saman vuoden keväänä Puola ja Baltian maat liittyivät Euroopan Unioniin, mikä huomattavasti yksinkertaisti kulkemista Itämeren itäpuolitse – EU:n rahoituksella muutama vuosi sitten rakennetut kuusi raja-asemaa jäivät nyt ilman käyttöä! Suomalaisten autolomailu Baltiassa lisääntyi nopeasti, ja tarvittiin kolmea maata laajemmin esittelevä opaskirja. Niinpä saimme jälleen toimeksiannon, ja tällä kertaa kenttätyövaiheessa kertyi kilometrejä peräti 7500. Alkuvuodesta 2005 ilmestyi sitten 260-sivuinen kirja *Autolla Baltiassa*.

Mutta eihän Tallinnasta alkava tie Varsovaan pääty. Toistaiseksi viimeisin tuottamamme opaskirja vie autolomailijan jo Sloveniaan ja Italiaan saakka. Näin olemme yhdistäneet eri toimeksiantojamme luovalla tavalla! Olin jo pitkään seuranut italialaisautojen lisääntymistä Via Balticalla ja ajatellut, että jos Italiasta ajetaan Suomeen tätä kautta, niin miksei Suomesta ajettaisi Italiaan samaa reittiä. Totesimme Autoliiton kanssa, että moni varmaan arkailee pelkkää tietämättömyyttään. Niinpä tuotimme *Autolla etelään* -kirjan, joka valmistui sopivasti vuoden 2012 Matkamessuille.

Osan vuotta Berliinissä asuvana käytän itse Via Balticaa vakioreittinä Suomeen ajaessani. Matkaa tulee 1600 km, josta n. 700 km Berliinistä Varsovan ohi on jo valmista moottoritietä. Edetessäni hyväkuntoista ja monipuolisten matkailupalvelujen reunustamaa tietä en voi olla muistelematta, mistä kaikki alkoi, ja millaista kulkeminen Via Balticalla oli vielä kymmenen vuotta sitten. On mukava nähdä, että tässäkin asiassa yhteistyö on tuottanut tuloksia. Ja kun tiellä kerran on latinankielinen nimi, voi lopuksi todeta, että onpa käyty vaikeuksien kautta voittoon: *Per aspera ad astra!*

Risto Hemming

Kuva ja esittely sivulla 95