



Juho Jäppinen & Janne Laitinen (toim.)

Meijän Keski-Suomi

– hyvinvoinnin aluerakenne ja business

jamk.fi
Jyväskylän ammattikorkeakoulu



KESKI-SUOMEN LIITTO

”Keski-Suomen luontomatkailu ei ole vielä kovin kehittynyttä, mutta siitä puhutaan ja sitä tutkitaan paljon. Keski-Suomessa ei ole kuitenkaan vielä ymmärretty hyödyntää luontomatkailun koko potentiaalia sen matkailullisessa ja työllistävässä merkityksessä. Tuntuu siltä, että tutkimustöitä on jätetty hyllyille pölyn kerääjiksi sen sijaan, että niitä olisi hyödynnetty matkailun ja alueen kehittämiseksi. Mikäli Keski-Suomi haluaa profiloitua luontomatkailumaakuntana, vaatisi se alueellisten kehittäjien yhteistyötä ja retkeilyreitistöjen kunnostamista.”

– Juhani Kettunen ja Jura Mäkinen, 2005.

COPYRIGHT © 2022

Tekijät ja Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Juho Jäppinen & Janne Laitinen (toim.)

KANNEN KUVAT

#keskisuomi -tunnisteella Instagarmissa viikolla 39/2021

julkaistuja kuvia. Kuvat on kerätty tässä raportissa julkaistun Miltä Keski-Suomi näyttää -osion taustoitusta varten.

TAITTO JA ULKOASU

Juho Jäppinen

ISBN 978-952-94-6048-9

Juho Jäppinen & Janne Laitinen (toim.)

Meijän Keski-Suomi

– hyvinvoinnin aluerakenne ja business

jamk.fi

Jyväskylän ammattikorkeakoulu



ESIPUHE, Liisa Bergius

Meijän Keski-Suomi: Hyvinvoinnin aluerakennetta hahmottamassa	8
---	---

LUONTO, LEPO, LIIKUNTA JA YHTEISÖLLISYYS

MEIJÄN POLKU – alueellista hyvinvointia ja terveyttä edistämässä

Internetsivusto	15
-----------------	----

MILLAISelta Keski-Suomi näyttää

#keskisuomi	24
-------------	----

Miltä Keski-Suomi näyttää?	24
----------------------------	----

Vuodenaikojen merkitys kuvavirtaan	25
------------------------------------	----

Luontokuvien Keski-Suomi	26
--------------------------	----

Keski-Suomi kohden luonto- ja liikkumispainotteista visuaalista noosfääriä	30
--	----

Positiivinen paikallisuus	31
---------------------------	----

Tunnisteita käyttöön	32
----------------------	----

Persoona peliin ja media(t) haltuun	34
-------------------------------------	----

Keski-Suomi kohden kestäväää noosfääriä	36
---	----

VIERASKYNÄ, Raija-Leena Ojanen, Anne Tarvainen, WWF

Luontokato ratkaistaan myös maakunnissa – maakuntakaava yksi tärkeistä keinoista	38
--	----

Maankäytön suunnittelulla kohti elinvoimaista luontoa	39
---	----

LÄHILUONTO JA LUONNON HYVINVOINTIVAIKUTUKSET

Luontosuhde	41
-------------	----

Luonnon hyvinvointivaikutuksia maailmalla	42
---	----

Luonnon hyvinvointivaikutusten suomalaista tutkimusta	44
---	----

Katsaus matkailun ytimeen	49
---------------------------	----

MUUTTUNUT TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA KYSYNTÄ/ASIAKASTARVE	51
Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun	52
Ihmisten kiinnostukset ja motiivit (asiakastarve)	52
Toimintaympäristö	55
Luontomatkailu	56
Vastuullisuus	60
HYVINVOINNIN JA TERVEYDEN EDISTÄMINEN ELINKEINOTOIMINTANA	62
Hyvinvointipalvelut ja lähimatkailu	62
Alustat	64
Harrasteryhmien ulkoilu- ja kilpailutapahtumat	64
Luontokohteet ja reitistöt	65
Vetovoimainen Keski-Suomi	68
Kehittämistyö	71
Haastatteluiden tulosten SWOT-analyysi	73
Kaupallinen yhteistyö	74
Ansaintamallit	75
EPILOGI	77
Kohden tulevaisuuden Keski-Suomea	82
LÄHTEET	84
KIRJOITTAJAT	88



Liisa Bergius, maakunta-arkkitehti, Keski-Suomen liitto

Meijän Keski-Suomi: Hyvinvoinnin aluerakennetta hahmottamassa

Maakuntavaltuuston joulukuussa 2021 hyväksymän Keski-Suomen strategian 2050 teemat ja näkökulmat muodostuvat asioista, jotka ovat maakunnan toimijoille yhteisiä, joiden edistämiseen tarvitaan maakunnallista yhteistyötä ja joiden toteuttamiseen on koottava monenlaisia voimavaroja. *Hyvä vointi* on yksi strategian kolmesta kasvun kärjestä: liikunta, oppiminen, luonto, kulttuuri, yhteisöllisyys ja sairauksien ennaltaehkäisy ovat selkänojamme kekseliäisiin kaupallisiin palveluihin. Voimavaraksi tunnustetaan luonnonläheisyys ja vahvana lähivuosien toiminnallisena tavoitteena on hyvinvoinnin, liikunnan ja terveyden edistäminen: ”Kutsumme ihmiset hengittämään puhtautta ja hiljaisuutta, jotka ovat tulevaisuudessa yhä harvinaisempaa luksusta”.

Luonto ja hyvinvointi nousevat myös Keski-Suomen matkailustrategian vetovoimatekijöiksi sekä kotimaan että ulkomaan matkailulle: ”Kokonaisvaltaisen hyvinvointikokemukseen kuuluu henkinen hyvinvointi. Siksi hyvinvointia ammennetaan alueella vahvasti myös luonnosta ja hiljaisuudesta sekä kulttuurista ja arkkitehtuurista”. Vetovoimaa tukevat luontoympäristömme vetonaulat, kansallispuistot sekä monimuotoiset kulttuurimaisemat, metsät ja vesistöt luontopolkuineen ja reitteineen. Myös Keski-Suomen hyvinvointiohjelma linkittää hyvinvointiin luontoympäristön ja virkistykseen merkityksen. Ohjelman painopiste *Hyvinvointia lähiympäristöstä ja yhteisöllisyydestä* korostaa keskisuomalaisen luonnon mahdollisuuksia ja merkitystä hyvinvoinnille: ”Luonto ja luontoliikkuminen vaikuttavat positiivisesti hyvinvointiin. Haluamme, että ihmiset löytävät luonnon monimuotoisuuden”. Keski-Suomen metsäohjelman mukaan keskisuomalainen metsäluonto tarjoaa paljon mahdollisuuksia. Ohjelma asettaa kehittämistavoitteiksi mm. luontomatkailun, luonnonuotealan ja luontoon perustuvat palvelut. Metsäohjelman mukaan puhdasta metsää, vesistöjä ja ilmaa pitäisi pystyä hyödyntämään entistä paremmin luontomatkailun liiketoiminnassa sekä osana sote-palveluita. Ohjelmassa todetaan myös, että luonto- ja maisemamatkailua voidaan parhaiten tukea kehittämällä jo olemassa olevia luonto- ja retkeilyreitistöjä.

*Edellisen sivun kuva: Reitistöt ovat keskisuomalaisen hyvinvoinnin mahdollistaja ja luontomatkailun helmi.
Kuva Juho Jäppinen. Joutsa.*

Ohjelmallisia tavoitteita on konkretisoinut jo kansainvälistäkin huomiota ja tunnustusta saanut liikunnan, luonnon, terveyden ja lääketieteen asiantuntijoiden yhdessä käynnistämä Meijän polku – Liiku ja huilaa Keski-Suomessa -edistämislake, jonka tavoitteena on 30 vuoden aikajänteellä terveempi ja hyvinvoiva Keski-Suomen väestö. Meijän polku yhdistää toiminnassaan liikunnan, levon, luonnon ja yhteisöllisyyden. Meijän polku on julkaissut mm. käsitteet Keski-Suomen terveysmetsä ja luontotyöpäivä ja toteuttaa vuosittain Keski-Suomen reitistöviikko -tapahtuman.

Maakunnallinen tahtotila hyvinvoinnin ammentamiselle luontopalveluina on siis vahva. Myös tarve luontokokemusten paremmalle saavutettavuudelle ja kytkemiselle osaksi keskisuomalaista arkea on selkeästi tunnistettu, samoin kuin kasvava kysyntä lähiluontoomme kytketyille luonto- ja hyvinvointipalveluille.

Luonto- ja kulttuurireitistöjen ja luonnon ekosysteemipalvelujen merkitys osana maakunnan hyvinvoinnin aluerakennetta tunnistettiin Keski-Suomen liiton osatoteuttamassa Interreg Europe -rahoitteisessa Thematic Trail Trigger (THREE T) -hankkeessa. Hyvinvoinnin aluerakenne nousi myös hankkeen tuottaman toimintasuunnitelman nimittäjäksi. Toimintasuunnitelman tueksi hyvinvoinnin aluerakenteen osatekijöitä hahmotettiin JAMK:n ja HUMAK:n yhteistyönä laatimassa Keski-Suomen luonnon ja kulttuurin matkailun ja virkistyskäytön selvitystyössä. Selvityksen keskeiset kehittämissuositukset liittyvät toimintaympäristön, osaamisen, palvelujen ja reitti-infrastruktuurin ylläpitoon ja kehittämiseen. THREE T -toimintasuunnitelman päätoimenpiteiksi nousivatkin hyvinvoinnin aluerakenteen hahmottaminen ja toiminnallisen yhteistyön koordinointi ja kehittäminen.

Hyvinvoinnin aluerakenteen hahmottamisen päätyökalu on Keski-Suomen maakuntakaava 2040, joka konkretisoi ohjelmallisen kehittämisen strategiset valinnat alueidenkäyttöä ohjaaviksi teemoiksi. Maakuntakaavassa osoitetaan keskeiset hyvinvoinnin tavoitteita tukevat aluerakenteelliset elementit: Reitistörunko ja sen kehittämistarpeet sekä liikenteen verkostot, palvelut ja saavutettavuuden kannalta merkitykselliset solmukohdat, portit, keskeisimmät luonto- ja kulttuuriarvot ja niiden kytkeytyneisyys osana maakunnallista viherrakennetta sekä matkailun ja virkistysalue- ja palvelukokonaisuus. Hyvinvoinnin aluerakenne maadoittaa luonnon, liikunnan ja virkistysalueen ohjelmalliset tavoitteet ja tekee niitä näkyviksi. Samalla se tukee ja linjaa tarkempien toimenpiteiden toteuttamista.

Hyvinvoinnin aluerakenteen toiminnallista konkretisointia ja koordinaatiota tukee tämä käsillä oleva, Keski-Suomen kehittämisrahaston, JAMK:in ja LIKES:in Meijän Keski-Suomi -hankkeen tuottama selvitystyö, joka on toteutettu yhteistyössä kuntien ja alueen toimijoiden ja grittäjien kanssa. Se konkretisoi ja maakunnan strategisia valintoja osoittamalla yleishyödyllisiä ulkoilun, virkistysalueen ja hyvinvoinnin toimintamalleja, muotoilee kumppanuusmalleja ja yritys-yhteistyön toimintatapoja. Tavoitteena on kestävä ja skaalautuva maakunnallinen toimintamalli.

Hyvinvoinnin aluerakenne on osa keskisuomalaisen kasvun maaperää. Yhteisenä tavoitteenamme on tehdä luonnon, liikunnan, kulttuurin ja yhteisöllisyyden hyvinvointivaikutukset näkyviksi. Onnistumista seuraamme Keski-Suomen strategian toteutumisen mittarein, joista yksi on elämänlaatunsa hyväksi tuntevien prosentuaalinen osuus 20–64-vuotiaista.

Luonto, lepo, liikunta ja yhteisöllisyys

Meijän Keski-Suomi -projektissa tavoitteena oli tunnistaa hyvinvointiosaamisesta syntyviä liikelatoudellisia mahdollisuuksia. Kansainvälisesti puhutaan hyvinvointitaloudesta (Wellbeing Economy) ja myös Keski-Suomessa hyvinvointitalous on kirjattu jo aiempaan maakuntaohjelmaan. Uudessa maakuntastrategiassa se löytyy teemalla *Hyvä vointi*. OECD on määritellyt, että hyvinvointitalous koostuu materiaalisista tekijöistä, kuten asumisesta, tuloista ja työpaikasta, sekä elämänlaatuun liittyvistä tekijöistä, kuten koulutuksesta, osaamisesta, terveydestä ja turvallisuudesta. Hyvinvointitalouden ytimessä on pyrkimys lisätä sekä ihmisten hyvinvointia, että tälle perustuvaa talouskasvua samanaikaisesti. Teema onkin hyvin ajankohtainen, ja sen taustalla vaikuttavat megatrendit kuten ikääntyvä väestö, terveyserojen kasvu, työn ja työelämän muutokset sekä vakavat ympäristöuhat. Kestävän kehityksen Agenda 2030 -tavoitteiden toimeenpano on merkittävä osa hyvinvointitaloutta. (STM, 2022.)

Tässä raportissa pohdimme kuinka parantaa 20–64-vuotiaiden, ja laajemmin kaikkien keski-suomalaisten elämänlaatua ja tukea uusien ideoiden ja toimintatapojen kehittelyä ja syntymistä osana hyvinvointitaloutta? Miten voimme rakentaa kestävästi terveyden ja hyvinvoinnin edistämisen vaikuttavaa asiantuntijatyötä joustavasti ja ajassa kiinni eläen samalla huomioiden uusien kokeilujen ja aloitteiden toimintamahdollisuudet, mutta myös jatkuvuus? Määräaikailla projekteille pystytään usein herättelemään kohderyhmän kiinnostus, mutta näissä kehitetyistä toimintamalleista harvoin syntyy pitkäkestoisempaa ja vaikuttavampaa toimintaa. Millä tavoin pystymme tukemaan terveyden, liikunnan ja hyvinvoinnin kehittelyä menettämättä lyhytikäisistä hankkeista saatuja kokemuksia ja hyötyjä tai siirtämään niitä välittömästi yritysmaailmaan, jolloin taas niiden vaikutusmahdollisuudet laajempaan kansanterveyteen ja alueen kehitykseen saattavat jäädä vähäiseksi?

Uusia liiketoimintamahdollisuuksia ennakoidaan syntyvän hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen sekä yksilöllistettyihin terveyspalveluihin. Yrittäjämäiseen toimintaan liittyy vapaus valita, millaisia palveluja tuotat, kenelle niitä tarjoat ja miten ne hinnoittele. Mutta samalla tulisi hyvinvointitalouden näkökulmasta pystyä huomioimaan myös koko yhteisön hyvinvointi, sekä myös julkisen terveydenhuollon toiminnan laadukas kehittäminen. Uusien Hyvinvointialueiden toimintaympäristöä tuleekin ohjata suuntaan, jossa julkiset toimijat, kolmas sektori ja yritystoiminta tekevät tiiviimmin yhteistyötä. Liki 95 prosenttia sosiaali-, terveys- ja hyvinvointialan yrityksistä ovat pieniä asiantuntijayrityksiä, joiden palvelut usein täydentävät asuinkunnan lähipalveluita ja lisäävät alueen elinvoimaa. (Sotehy-yrittäjyyden työkirja, 2020.)



Samalla ennaltaehkäisevän työn tarve ja merkitys kasvaa kovalla vauhdilla. Keski-Suomessa sosiaali- ja terveystoimen tarvevakioidut nettomenot asukasta kohden ovat noin 3 500 euroa vuodessa. Tästä summasta erikoissairaanhoidon ja perusterveydenhuolto vievät yli 50 prosenttia. Valtakunnallisella tasolla esimerkiksi liikunnan lisäämisellä olisi saavutettavissa vuositasolla 3,4–7 miljardin säästöt. (Kuntaliitto, 2021; UKK-instituutti, 2018.)

Arkiliikunnan edistämisen haasteena on se, että se ei tunnu olevan yhdenkään toimijan prioriteetti. Kaavoituksessa, palvelujen sijoittelussa ja suunnittelussa perinteiset ratkaisut sekä turvallisuus-, tuottavuus- ja tehokkuuspäämäärät ajavat yleensä arkiliikunnan ja terveyden edistämisen edelle. Tämä ajattelumalli pohjautuu pitkälti vanhalle pelkästään bruttokansantuotteeseen nojaavalle mallille ja esimerkiksi liikkumattomuuden aiheuttamia ongelmia ja kustannuksia ei huomioida näissä laskelmissa. Tyypillistä tälle ajattelumallille on myös se, että kehittämisessä ja päätöksenteossa huomioidaan pääasiassa vain suorat tai lyhytnäköiset hyödyt, jolloin arkiliikunnan lisääntymisen tuomat epäsuorat terveyshyödyt jäävät huomiotta. (Ahokas, 2019.) Myös luonnossa oleskelun ja liikkumisen, levon sekä yhteisöllisyyden lisäämisellä saataisiin liikunnan lisäämiseen verrattavia hyvinvointi- ja terveyshyötyjä. Yhteisöllisyyden uusi tuleminen näkyy esimerkiksi vapaaehtoistyöhön tukeutuvan matkailun rantautumisesta myös Suomeen.

Tapausesimerkkinä tässä raportissa luonnossa liikkumisen, sekä keskisuomalaisten hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen uusista toimintatavoista ja niiden poikkisektorisestä kehittelystä toimii hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen liike Meijän polku.

Edellisen sivun kuva: Arjen monipuolisen liikkumisen ja liikunnan mahdollistaminen lisää keskisuomalaisten aktiivisuutta ja parantaa sekä elämänlaatua, että hyvinvointia. Liikkumisen lisäämisellä voidaan saavuttaa myös merkittäviä säästöjä sote-kuluissa. Kuva Juho Jäppinen. Jyväskylä.



Meijän polku

– alueellista hyvinvointia ja terveyttä edistämässä

Meijän polku perustettiin vuonna 2017 jakamaan tutkittuun tietoon perustuvaa hyvinvointitietoa keski-suomalaisille, mutta myös kehittämään ja kokeilemaan uudentaista toimintakulttuuria, jossa toimitaan keskisuomalaisten eri alojen toimijoiden kesken ilman turhia hierarkioita ja rajoitteita. Keski-Suomen maakunnan tavoitteena oli tulla hyvinvoinnin mallimaakunnaksi, joten yhteistyötä käynnistettiin myös alueen kuntien kanssa, jolloin väestön hyvinvointia tukeva ja edistävä viestintä sekä kampanjat vakiintuisivat toimintatavoiksi koko alueelle.

Toimintamalli on tiivistetty kuvaus kehitetystä, testatusta, hyväksi havaitusta ja käyttöön-otetusta ratkaisusta, joita muut voivat hyödyntää ja edelleen soveltaa. Toimintamallissa kerrotaan lyhyesti, mihin tarkoitukseen se on kehitetty ja kenelle, minkälaisista vaiheista tai kokonaisuuksista sen toteuttaminen koostuu ja mitä sillä on saavutettu. Toimintamalli on väline kehittämistyön tulosten tehokkaaseen markkinointiin ja viestintään. Mitä enemmän tietoa toimintamallista jaat, sen paremmin sen leviää ja sitä otetaan muualla käyttöön. (Meijän polun toimintamalli, 2021)

Meijän polulle haluttiin mukaan laajasti keskisuomalaiset liikunta-, koulutus- ja sotetoimijat sekä kampanjoiden ja tiedotuksen kautta kaikki väestöryhmät; terveet ja pitkäaikaissairaat, lapset, nuoret, aikuiset, iäkkäät, työssäkäyvät, opiskelijat, työttömät, maahanmuuttajat, hyvin toimeentulevat ja vähävaraiset.

Edellisen sivun kuva: Vuodenajat tulee nähdä keskisuomalaisen luonnossa liikkumisen ja luontomatkailun mahdollisuutena. Kuvassa Meijän polun yhdessä JAMKin ja JYU.Wisdomin kanssa järjestämä Meijän metsät-työpaja Jyväskylän kaupunkiluonnossa Keski-Suomen reitistöviikolla syyskuussa 2020.

Kuva Juho Jäppinen. Jyväskylä.

Hyvin nopeasti kuitenkin huomattiin, että pelkkä alan toimijoiden yhteistyö sekä tiedon jakaminen ei aktivoi ihmisiä toivotulla tavalla ja että perinteinen liikunta- ja terveysviestintä ei juuri eroa muiden alan toimijoiden jo runsaasta viestinnästä. Jotta paikallista tarttumapintaa sekä terveyden- ja hyvinvoinnin työkaluja olisi alueella käytössä, niitä tulisi suunnitella ja luoda havaittujen tarpeiden mukaan. Myös tiedotus ja erilaiset kampanjat pitäisi luoda havaitun tarpeen mukaan pyrkien paikalliseen vaikuttavuuteen.

Saadakseen kuvan näistä erilaisista tarpeista rakennettiin Meijän polun internetsivustolle interaktiivinen chatbot kevättalvella 2019. Botti esitti sivustolla vieraileville Meijän polun teemoihin – luontoon, liikuntaan, lepoon ja yhteisöllisyyteen – liittyviä monivalintakysymyksiä. Saatujen vastausten perusteella koottiin tietoa sivuston käyttäjien kiinnostuksen kohteista. Tämän tiedon pohjalta Meijän polun toimintaa lähdettiin kehittämään eniten kiinnostusta herättäneiden teemojen, eli luonnon ja liikunnan, suuntaan pitäen mielessä väestötason aktivointi ja eri ihmisryhmien osallistumisen mahdollistaminen. Myös lepo ja yhteisöllisyys pysyivät mukana kehittäelytyön taustalla. Liikuntaan liittyvistä jatkokysymyksistä eniten mielenkiintoa keräsivät arki- ja hyötyliikunta sekä terveys- ja kuntoliikunta. Näihin toivottiin sekä uutta sisältöä että terveyskunnan mittaamiseen liittyviä palveluita. Luonto-aiheessa vastaajia kiinnostivat eniten retkeilykohteet ja luonnon hyvinvointivaikutukset. Retkeilykohteissa kiinnostivat lähiluonnon kohteet ja sen jälkeen kansallispuistot ja retkeilyreitit. (Jäppinen, 2020.)

Kerättyjen tietojen pohjalta järjestimme jo keväällä 2019 Keski-Suomen Terveysmetsä-opaskoulutuksen, joka oli ensimmäinen lajiaan Suomessa. Terveysmetsäoppaiden tarkoituksena oli jalkauttaa luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutuksia luontoalan yrittäjille sekä sosiaali- ja terveystoimen asiakaspintaan kaikkialle Keski-Suomeen ja näin mahdollistaa myös laajempien ihmisjoukkojen, muun muassa eri sairausryhmien, pääseminen luontoon. Kesäksi 2020 Meijän polun sivustoille rakennettiin Vuosikello-nimellä toimiva hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen kokonaisuus, joka ohjaa käyttäjiä vuodenaikoihin sopiviin liikuntaan, lepoon ja luonnossa oleskeluun ohjaaviin aktiviteetteihin. Tällainen helposti lähestyttävä, positiivinen ja mahdollistava ympärivuotinen kokonaisuus on herättänyt myös kiinnostusta. Vuosikellossa ja sen yksittäisissä haasteissa on puolentoista vuoden aikana vierailtu yli kymmenen tuhatta kertaa (kts. kuva s. 18). Vuosikello ja muut uudenlaiset ratkaisut löytyvät Meijän polun internetsivustolta, ja ne ovat kaikkien vapaasti käytettävissä.

Internetsivusto

Meijän polun 'sydämenä' toimii internetsivusto www.meijanpolku.fi, jonne on koottu hyvinvointia ja terveyttä edistäviä keskisuomalaisia ratkaisuja sekä taustatietoa teemoihin liittyen. Internetsivuilla toimii myös aktiivisesti ylläpidetty blogi, johon kirjoittavat sekä Meijän polun asiantuntijat, että asiantuntijoita ja vierailijoita muista organisaatioista. Nettisivusto avattiin elokuussa 2018, ja sen jälkeen sivustoilla on ollut yli 92 000 näytökertaa. Vuonna 2020 näytökertoja oli 30 798 ja vuonna 2021 34 813. Vuonna 2021 keskimääräinen kuukausittainen näyttömäärä sivuilla oli 2 900. Huippu saavutettiin syyskuussa 2021, jolloin näyttömäärä sivustolla oli 6 210. Syyskuulle ajoittui järjestyksessään toinen Keski-Suomen reitistöviikko, sekä toinen Luontotyöpäivä.

Millaisia polkuja pitkin sivuille sitten päädytään? Meijän polun luonteen mukaisesti tietenkin useita erilaisia polkuja. Internetin hakukoneet edustavat kävijävirran kärkeä ja niiden kautta on Meijän polun sivustolla vierailtu yli 26 000 kertaa. Facebookin kautta kävijöitä on sivuille tullut 8 500. Muut yksittäiset reitit jäävät alle tuhanteen. Seuraavalla sivulla on listattu kävijäpolut, joista on tullut sivuille yli 25 käyntiä elokuun 2018 jälkeen.

Listauksesta voi havaita Meijän polun saavuttaman laajan kiinnostuksen ja moninaisen käyttäjäkunnan. Sivustolla käyntejä tulee muun muassa sosiaali- ja terveysalan toimijoiden sivustojen, kuten Keski-Suomen sairaanhoitopiirin, OmaKS:n, Arkin ja Saarikan sivustojen kautta. Vierailuita tulee myös keskisuomalaisten kuntien sivustojen, kuten Jyväskylän, Viitasaaren, Pihtiputaan ja Uuraisten kautta. Meijän polun sivustoa käytetään myös osana korkeakoulujen kursseja. Esimerkiksi Jyväskylän yliopiston Moodle-opimisympäristön kautta vieraillaan säännöllisesti sivuillamme.

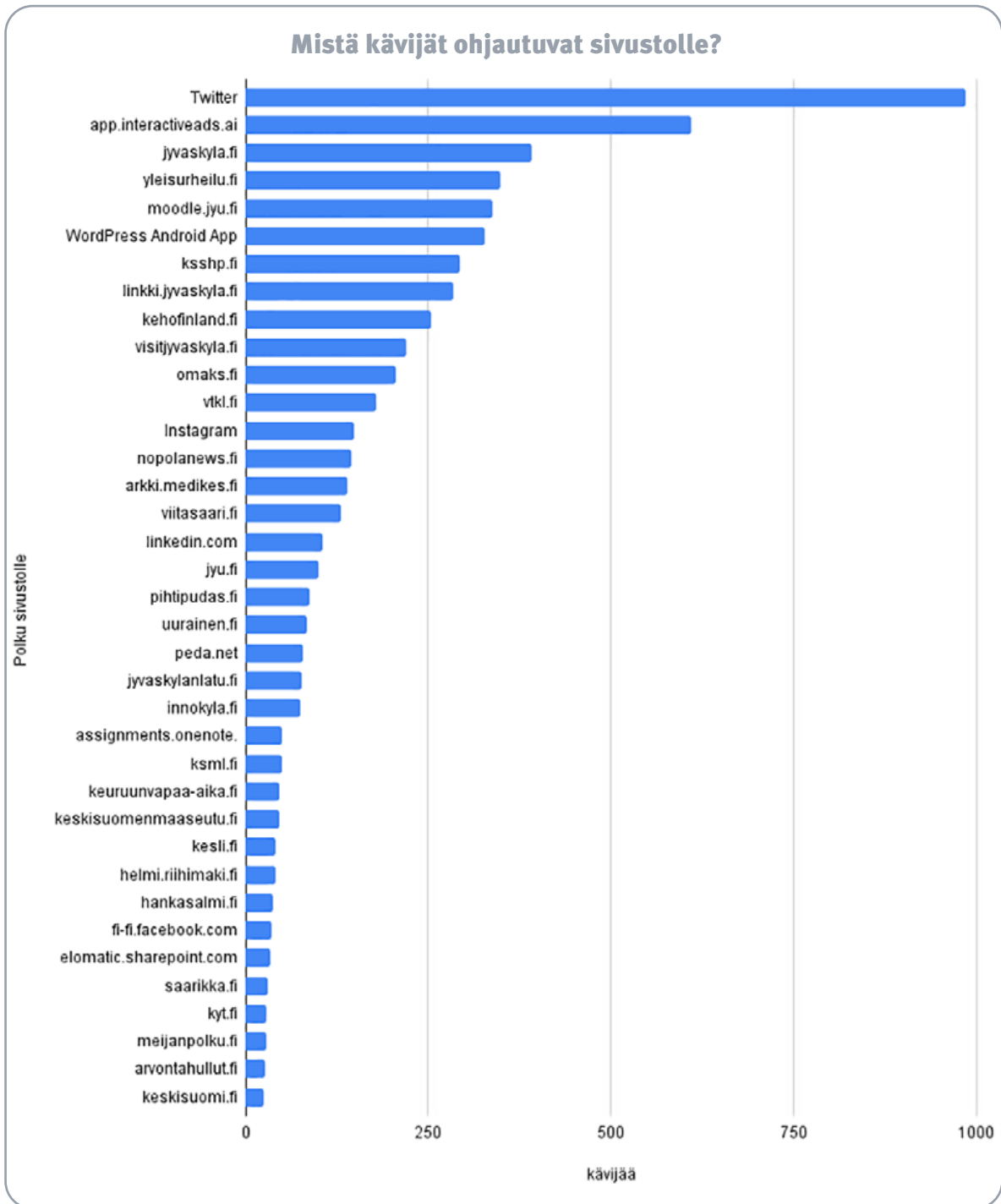
Mitä sivustolta sitten haetaan? Seuraavalla aukeamalla olevaan kuvaan on kerätty yli 250 katselukertaa keränneet yksittäiset sivustot pois lukien Meijän polun pääsivu, jolla on ollut yli 14 000 katselukertaa elokuun 2018 jälkeen. Yksittäinen, eniten katselukertoja kerännyt sivustokokonaisuus on Jyväskylän yliopiston Liikuntatieteellisen tiedekunnan tohtorikoulutettava Donna Niemistön keväällä 2021 Meijän polulle kokoama Lasten motoristen taitojen harjoittamisen sivusto, jolla alasivuineen on ollut yli 10 000 katselukertaa. Samoihin lukemiin on päässyt myös liikunnan ja hyvinvoinnin edistämisen Vuosikello. Yksittäisistä blogeista eniten katselukertoja on kerännyt Juho Jäppisen kirjoittama Maastopyörällä kaupungin ympäri, joka on luettu 3 150 kertaa. Myös Luontopysäkit-sivusto ja Keski-Suomen reitistöviikko ovat tuoneet sivustolle runsaasti kävijöitä.

Meijän polun internetsivusto ja somekanavat toimivat aktiivisesti yhtenä väylänä keskisuomalaiseen hyvinvointi-, terveys- ja liikuntatyöhön, mutta myös luontoympäristöihin ja upeisiin maisemiin erilaisten kampanjoidensa kautta. Mielikuva Keski-Suomesta ja keskisuomalaisuudesta voisikin kaivata enemmän luontoa ja liikkumista, sekä luontoliikkumisen esille nostamista. Mutta ennen kuin tiedämme, mitä tulisi muuttaa, tulee meidän tietää, millä hyvinvoinnin mallimaakunta Keski-Suomi näyttää tällä hetkellä.



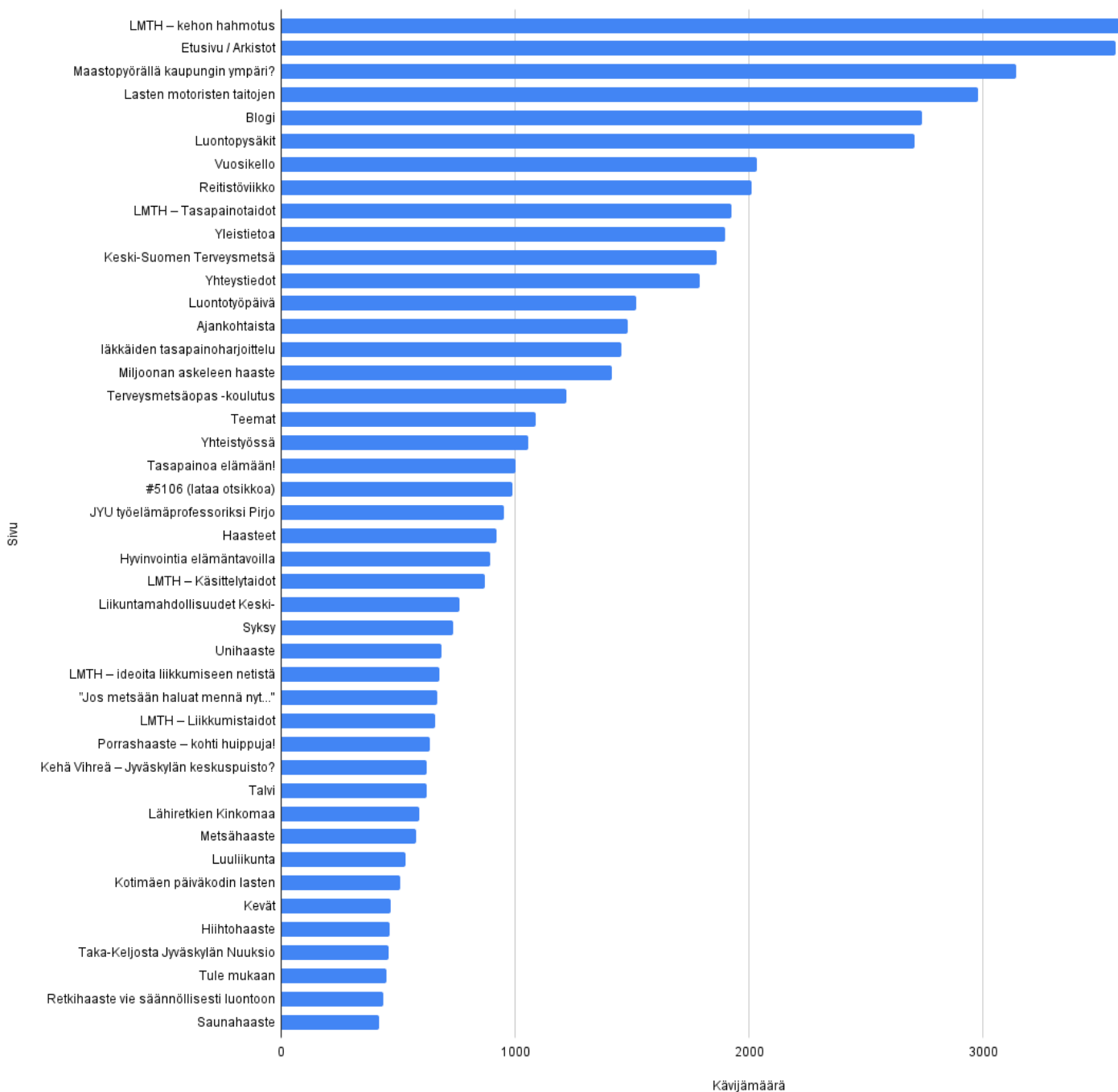
Lasten motoristen taitojen harjoittamisen sivusto, Hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen Vuosikello, Luontopysäkit ja Keski-Suomen reitistöviikko ovat kukin tuoneet Meijän polun sivustolle runsaan kävijämäärän.





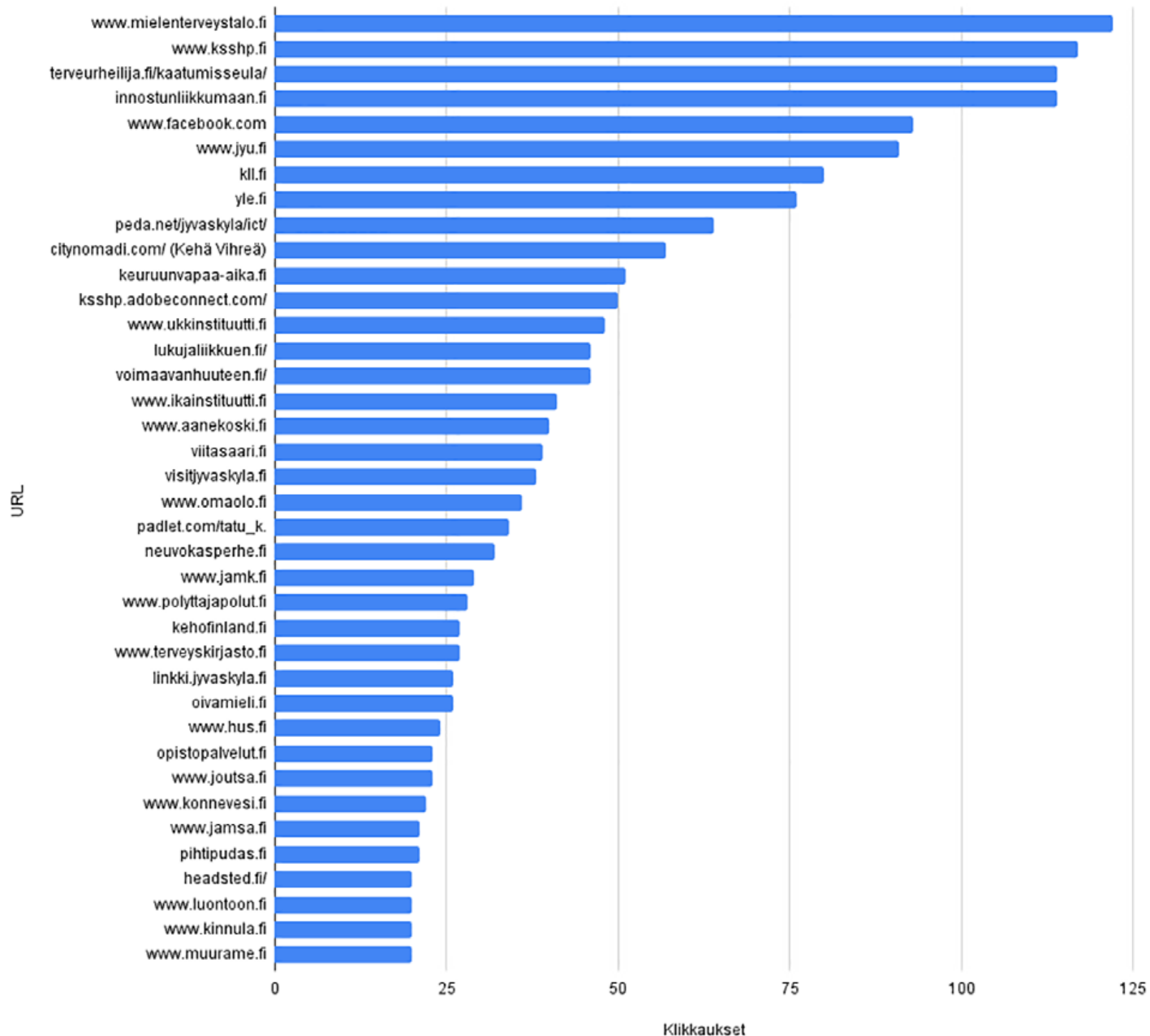
Mistä osoitteista vieraillaan Meijän polun sivustolla? Kahta suurinta lähdettä, eli hakukoneet (26 000 vierailua) ja Facebook (8 500 vierailua) ei ole merkitty kuvaan. Kuten osoitteista huomaa, käyttäjäkunta tulee sivustolle hyvin monenlaisista palveluista ja sivustoilta.

Kävijämäärät yksittäisillä Meijän polun sivuilla



Meijän polun sivuston monipuolinen tarjonta tuo kävijöitä erilaisten sisältöjen pariin. Kuviossa yli 250 käyntiä keränneet yksittäiset sivut. LMTH-lyhenne tarkoittaa Lasten motoristen taitojen harjoittelun sivustoa. Myös muita otsikoita on saatettu lyhentää graafia varten.

Ohjaukset muiden toimijoiden sivustoille



Meijän polun sivusto toimii myös ohjausvälineenä muiden palveluntarjoajien ja toimijoiden, kuten kuntien ja korkeakoulujen sivustoille. Kaaviossa sivustot, joille on hakeuduttu yli 20 kertaa Meijän polun sivuston linkkien kautta.

Millaiselta Keski-Suomi näyttää?

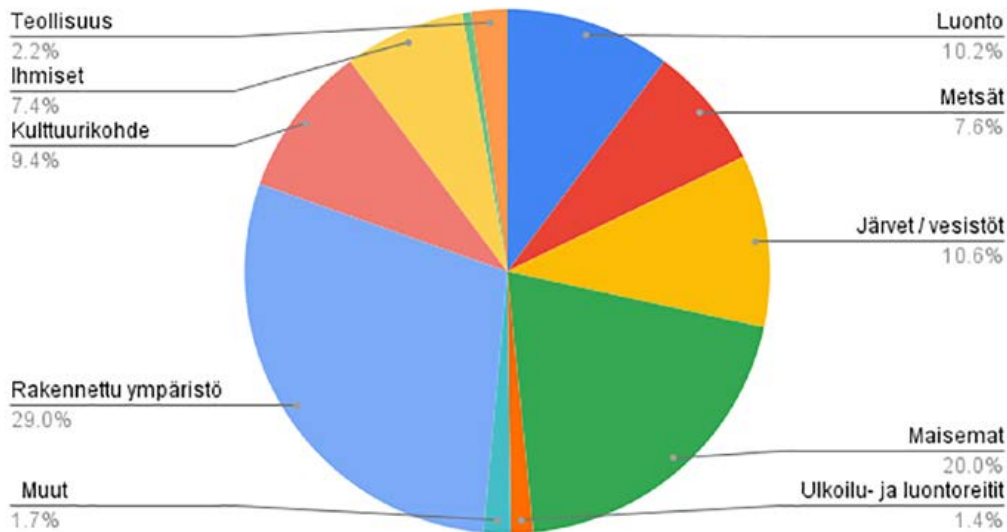
*“Se laaja ala, jonka lukemattomat järvet mahtavina reitteinä kokoavat vesivaran-
sa Päijänteeseen ja vuodattavat ne siitä valtavaa Kymin jokea Suomenlahteen,
suo sekä matkailijalle sisämaan maisemain koko kauneuden, että urheilijalle ka-
lavain koskien kaikki hauskuudet. Varsinkin tämän alan pohjoiset pitäjät, tuon-
nempana mainitut Saarijärvi ja Viitasaari ovat kuin luodut houkuttelemaan puo-
leensa matkailijatulvaa.”*

Tällaisin (mieli)kuvin kuvailtiin nykyisen Keski-Suomen aluetta matkailusta ja liikkumisesta kiinnostu-
neille vuonna 1890 ilmestyneessä Suomen Matkailuliiton Matkasuuntia Suomessa I–IV 1888–1890 -jul-
kaisussa. Alueen valtteja jo tuolloin olivat monimuotoinen luonto järvineen, koskineen ja maisemineen.
Matkailijatulvaa nämäkään eivät kuitenkaan tuoneet. Ainakaan siinä määrin, kuin nykyisin matkailija-
tulvat käsitetään esimerkiksi eurooppalaisissa historiallisissa kaupunkikohteissa. Ja hyvä niin. Kuiten-
kin nämä sanat avasivat lukijoille mielikuvan alueesta, jolla kauniit maisemat seurasivat toisiaan ja vä-
limatkoja taitettiin pääasiassa vesireittejä pitkin.

Nämä seudut olivat jo aiemminkin toki tuttuja yksittäisille eränkävijöille, sillä ensimmäiset ihmiset kes-
kisuomalaisen järvien, koskien ja erämaisen äärelle olivat saapuneet noin 8 000 vuotta aiemmin myös
vesireittejä seuraillen. Nämä aktiiviset luonnossa liikkujat eivät uusista pyyntimaistaan tosin juurikaan
meteliä pitäneet, sillä hyvät riistamaat ja kalavedet oli syytä pitää omana tietonaan. Pysyvämpää asu-
tusta alkoi ilmaantua vasta 800–900-luvuilla, kun eteläisen Keski-Suomen alueella alkoi yleistymään
karjanhoito ja maanviljely. Tässä vaiheessa lieene alkanut jo jonkinlainen oman seudun markkinointi,
koska kaupan ja markkinoiden käynnistyessä oman seudun tuotteiden arvoa nosti niiden koettu laatu
ja niille luotu maine. Pysyvät asutukset levisivät hiljalleen myös pohjoiseen, mutta väestön merkittävän
kasvun alkaminen ajoittuu teolliselle ajalle 1800-luvun vaihteen molemmiin puolin.

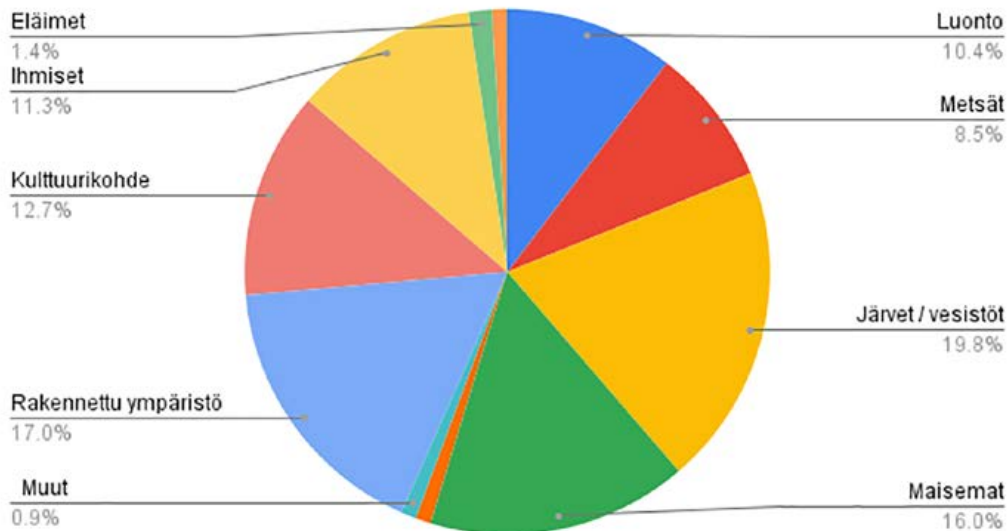
Sittemmin Keski-Suomi kuvan levittämistä jatkoi 1970-luvulta eteenpäin valokuvaaja Jussi Jäppi-
sen kuvaamat neljä Keski-Suomi -aiheista valokuvateosta, joissa esiteltiin Keski-Suomea ja keskisuo-
malaisuutta valokuvien ja lyhyin esittelytekstein. (Jäppinen, J. 1978, 1988, 1997, 2007.) Ajan ja Kes-
ki-Suomen kuvana nämä kuvateokset ovat vertaansa vailla. Alla on tarkasteltu näistä teoksista kahta,
jotta saamme vertailukohdan sille, miten Keski-Suomea on esitelty aiemmin. Vertailu moderniin
Instagrammin kuvasatoon on mielenkiintoinen, koska kuvateosten tavoitteena on ollut esitellä aikansa
Keski-Suomea kattavasti ja tästä positiivisen mielikuvan antaen.

Keski-Suomi 1978 -kuvateos, kuvien sisällöt



Vuonna 1978 vauhdilla kasvavaa ja kehittyvää maakuntaa esiteltiin rakennetun ympäristön esittelyn kautta.

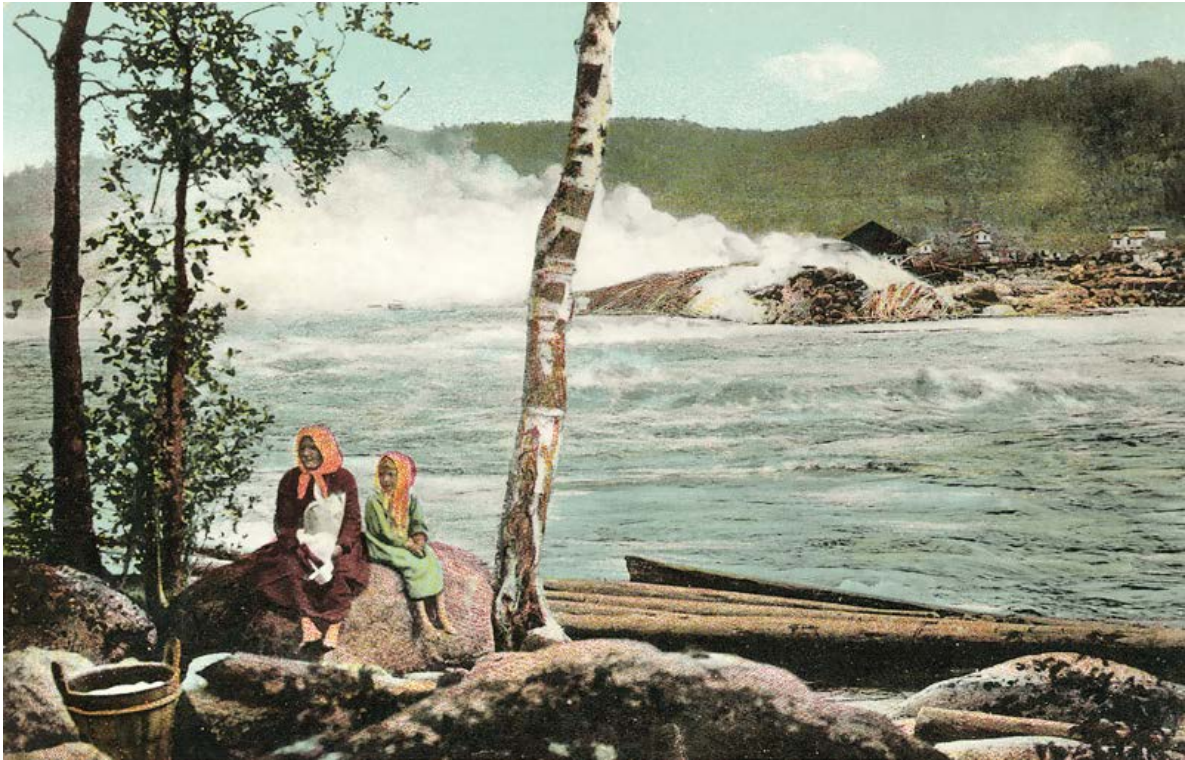
Keski-Suomi 1997 -kuvateos, kuvien sisällöt



Vuonna 1997 julkaistussa Keski-Suomi – Central Finland -kuvateoksessa kuvien sisältö jakautui yllä esitetyn mukaisesti. Selkeä ero 25 vuotta myöhempään #keskisuomi -kuva-antiin Instagramissa (kts. sivut 25–30) on järvien ja vesistöjen suurempi esiintyvyys kuvissa sekä kulttuurikohteiden merkittävä osuus kuvastossa.

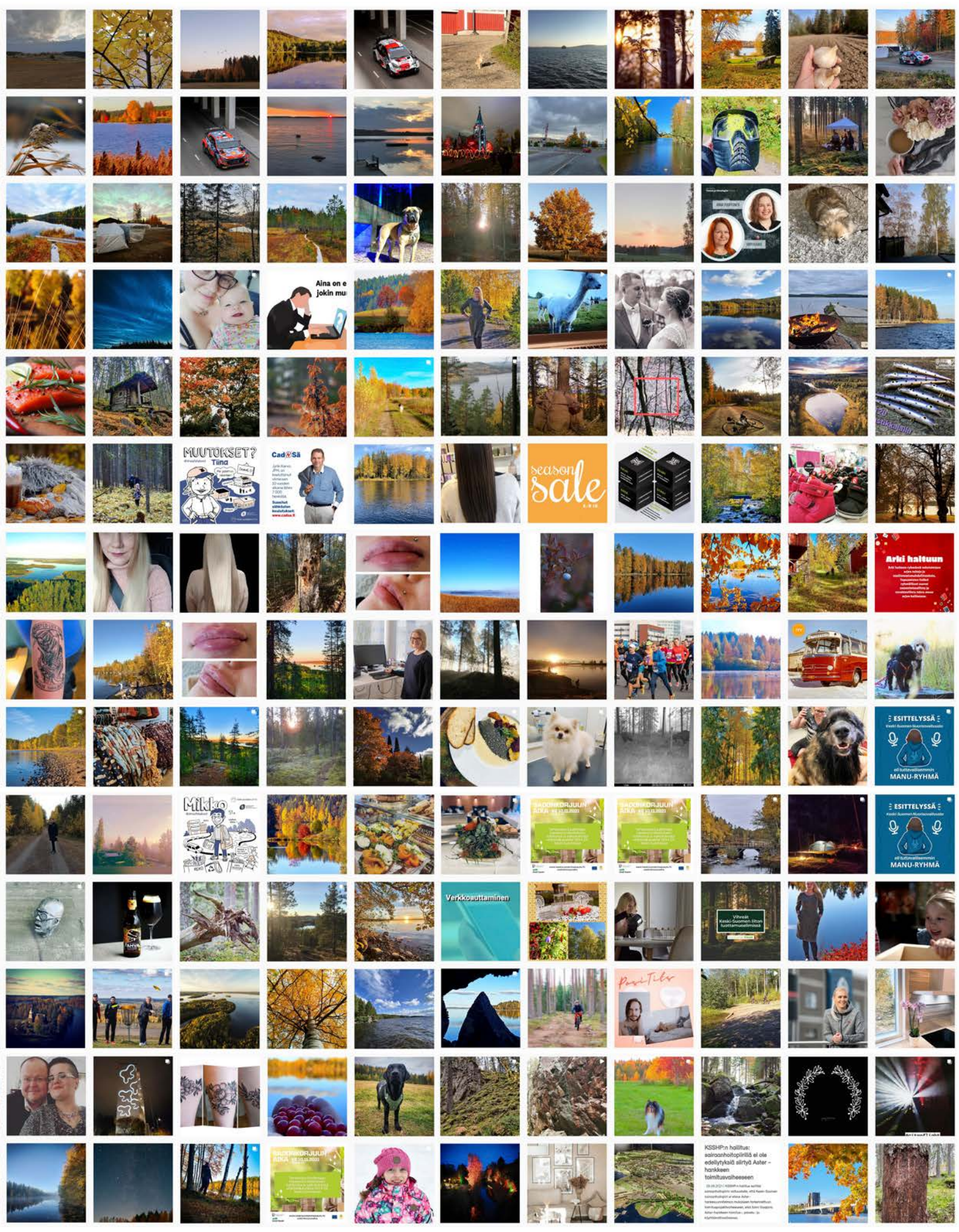
Kaksikymmentä vuotta myöhemmin rakennetun ympäristön määrä oli kuvasisällöissä puolittunut ja taas uudelleen puolittunut vuoden 2021 Instagrammin kuvasadossa. Kulttuurikohteita vuonna 1978 oli noin kymmenessä prosentissa kuvista. Vuosituhannen vaihteeseen kulttuuriympäristöjen merkitys kasvoi hiukan tästä lähes kadotakseen #keskisuomi -kuvatarjonnasta nykypäivään tultaessa.

Toki Keski-Suomessa valokuvattiin 1890- ja 1970-lukujen välissäkin. Kuvia välitettiin esimerkiksi sanomalehtien matkailukertomuksissa, sekä tietenkin sukulaisille ja tutuille lähetetyissä postikorteissa ja matkamuistoissa. Elokuvanäytösten ja sittemmin televisioiden yleistyessä nähtiin Keski-Suomesta myös lyhyitä esittelyfilmejä, kuten vuonna 1952 julkaistu Jyväskylä – Suomen Ateena, joka esitteli kaupunkia reilun seitsemän minuutin verran. Myös Päijänne innoitti useamman elokuvan tekemiseen samoihin aikoihin.



Väritetty postikortti Vaajakoskelta 1800–1900-luvun vaihteen tienoilta. Vesistö, metsät, ihmiset ja elinkeinot ovat vahvasti esillä. Kuva Seppo Pohjolan kokoelmasta.

Kirjat, postikortit, lehdet ja televisio toimivat alueen esittely- ja markkinointikanavana muualle Suomeen ja hiljalleen myös laajemmalle maailmalle pitkälle 2000-luvun puolelle. Internet-sivustot alkoivat hiljalleen levittää Keski-Suomi -kuvaa vuosituhannen vaihteessa, mutta niiden laatu, toiminta ja saavutettavuus alkoivat paranemaan vasta 2010-luvulla. Samoihin aikoihin alettiin myös siirtymään yhä enemmän sosiaalisten medioiden kuvavirtojen maailmaan.



#keskisuomi

Sosiaalisen median yleistymisen, monimuotoistuminen ja vauhdikas tekninen kehittyminen on 2010-luvun jälkipuoliskolta lähtien yhä enemmän levittänyt keskisuomalaista kuvaa muualle Suomeen ja laajemminkin maailmalle. Miltä tämä kuva näyttää verrattuna vuosisadan takaisin mielikuviin ja sittemmin kuvateoksiin?

Valitsimme Instagram-kuvapalvelun, koska se on tällä hetkellä laajimmin käytössä oleva sosiaalinen media, sekä kuvien jakamisalusta ja sen käyttäjämäärät ovat merkittäviä. Vuonna 2010 julkaistu palvelu on sittemmin kerännyt yli miljardi käyttäjää ja runsaat 50 miljardia palveluun ladattua kuvaa. Suomessa Instagramilla on kuukausitasolla kolme miljoonaa käyttäjää ja viikoittain palvelua käyttää noin 2,2 miljoonaa suomalaista. Palveluun ladataan tätä nykyä maailman laajuisesti reilu tuhat kuvaa sekunnissa. Tässä esillä olemisen ja esille pyrkimisen kilpailussa hästägeillä, eli tunnisteilla, on suuri merkitys. Yksittäiset pisarat eivät tahdo erottua merestä, jollei katselija sattumalta etsi juuri sen kaltaista kuvaa, ja tunnistetta, jonka toinen käyttäjä on palveluun ladannut. Tämän löytymisen ja näkymisen mahdollistavat nimenomaan tunnisteet.

Helmikuussa 2022 Instagram-palvelusta löytyy reilut 70 000 kuvaa #keskisuomi -tunnisteella. #central-finland -tunnisteella määrä putoaa noin puoleen. Siinä missä #keskisuomi -kuvasto on selkeästi arkisempaa kuvastoa keskisuomalaisesta elämästä, on kansainvälinen versio selkeästi maisema- ja matkailupainotteista. Kuvien laadussakin näkyy eroavaisuuksia kansainvälisen kuvituksen ollessa ammattimaisempaa kuvastoa ja kotimaisen sisältävän hyvin monenlaista ja -laatuista kuvaa. Tässä raportissa tarkastellaan suomenkielistä tunnistetta, koska koronan vuoksi kuluneet kaksi vuotta ovat olleet matkailuviestinnällisesti kotimaahan painottunutta ja myös alueen matkailijoista suurin osa on ollut suomalaisia. Kotimaan ja lähialueen kiinnostuksen ja matkailun edistäminen tukee myös kestävän matkailun tavoitteita.

Miltä Keski-Suomi näyttää?

#keskisuomi -tunnisteella julkaistiin Instagramissa vuonna 2021 keskimäärin reilut kolmesataa kuvaa viikossa. Vuositasolla Keski-Suomea ja keskisuomalaisuutta maailmalle esitteleviä kuvia siis siirtyy tällä hetkellä noin 16 000. Millaiselta Keski-Suomi näissä kuvissa näyttää?

Edellisen sivun kuva: Viikolla 39/2021, eli syyskuun ja lokakuun vaihteessa Instagramissa julkaistuja kuvia, joiden yksi tunniste oli #keskisuomi.

Kuvien luokittelu

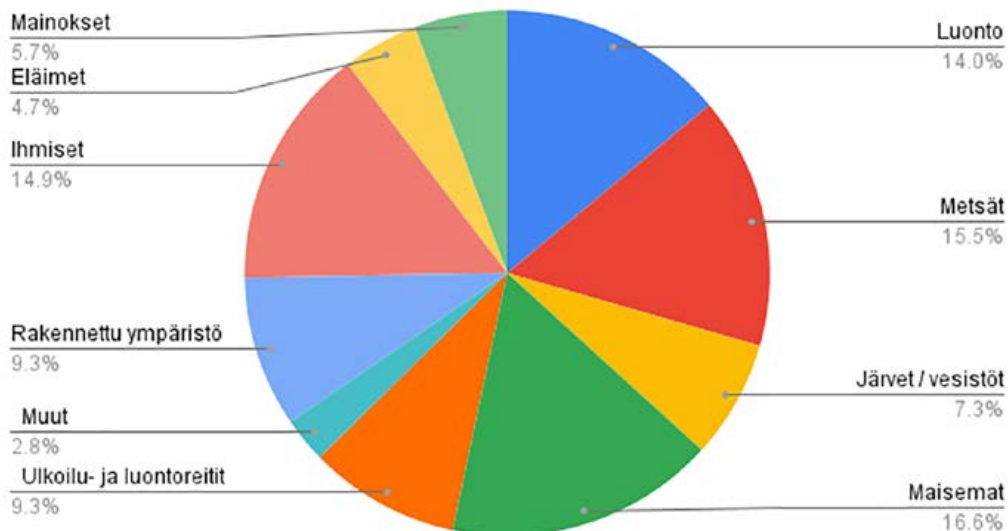
Kuvat luokiteltiin silmämääräisesti viiteen pääluokkaan ja näihin liittyviin seitsemään alaluokkaan. Jaottelu on tehty katsomalla kuvan selkeät pääasiat (1–3 asiaa per kuva). Tällöin esimerkiksi kuva, jossa on ihminen metsässä luokitteluisiksi ovat valikoituneet luonto, metsä ja ihminen.

- **Luonto**
 - metsät
 - järvet / vesistöt
 - maisemat
 - ulkoilu- ja luontoreitit
 - liikuntamahdollisuudet
- **Rakennettu ympäristö**
 - kulttuurikohteet
- **Ihmiset**
 - selfiet
- **Eläimet**
- **Mainokset**

Vuodenaikojen merkitys kuvavirtaan

Metsäkuvien määrä pysyi suhteellisen vakiona läpi vuoden. Järvi- ja vesistökuviin määrä vaihteli vuodenajasta riippuen talvikauden noin viidestä prosentissa kesäajan 18 prosenttiin. Järvien ja vesistöjen

Kuvien sisältöä, viikko 9/2021



Kuvavirtaa maaliskuun alussa 2021 viikolla 9. Metsien ja luontoreitistöjen osuus on kasvanut, olihan hiihtolomaviikko ja ihmiset hiihtelivät Keski-Suomen laduilla. Metsissä kauniilla kevähangilla hiihdellä sielu lepää, mutta kamera ei.



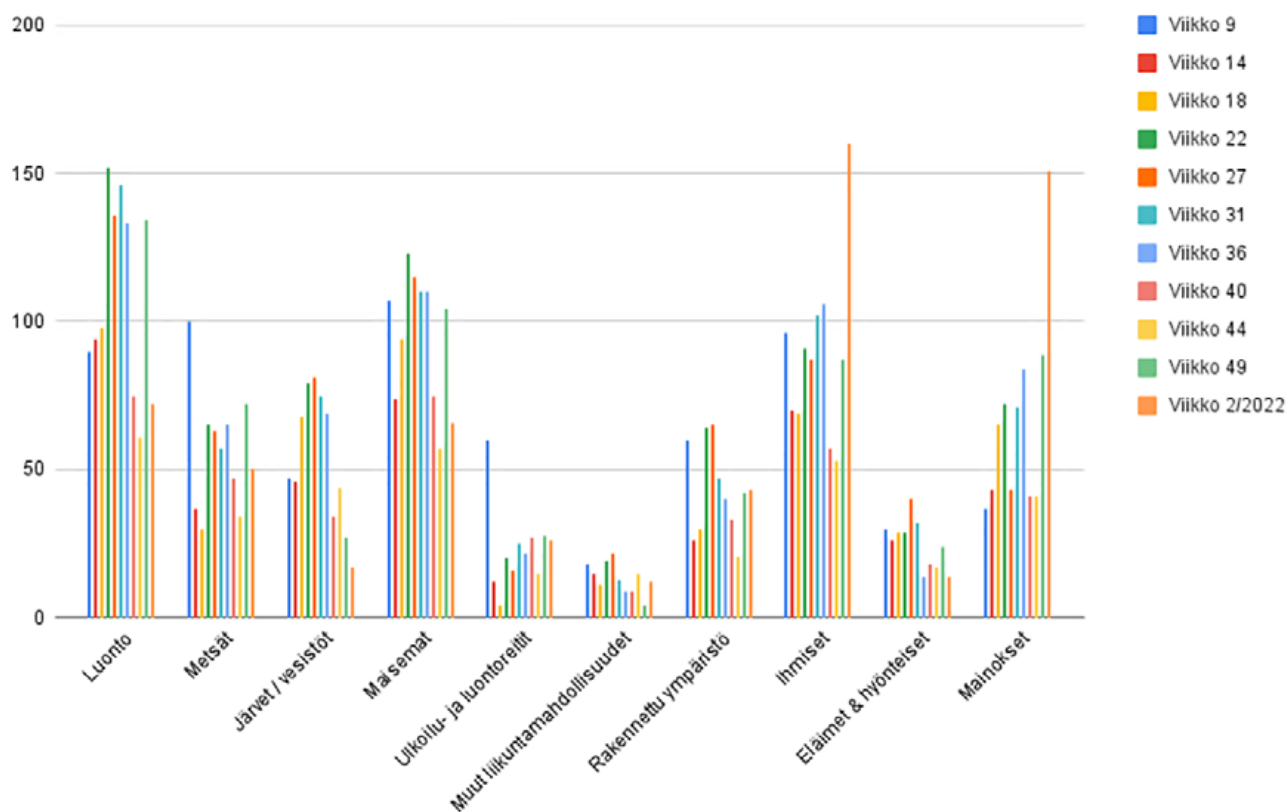
Yllä tyypillistä kesäajan kuvasatoa viikolta 31 (3–9.8). Luonto, maisemat ja ihmiset nousevat esille ke-säisessä, keskisuomalaisessa kuvavirrassa. Järvet, metsät ja erilainen mainonta seuraavat kuvien si-sällöissä heti perässä.

osuutta pienensi talvikaudella se, että suuri osa vesistöistä on jää- ja lumipeitteessä, ja näitä on haasta-vampi tunnistaa selkeästi kuvista. Sinänsä keskisuomalainen luonto on vielä runsaammin mukana ku-vissa kuvausympäristönä, sillä vain pieni osa kuvista on kuvattu sisätiloissa, jolloin ympäröivä luonto ei näy millään tavalla kuvassa mukana.

Luontokuvien Keski-Suomi

Noin puolet kaikkien vuoden 2021 kuvien sisällöistä liittyi jollain tapaa luontoon. Metsä, kuvan yhte-nä pääelementtinä, esiintyi viikkotasolla keskimäärin noin viidessäkymmenessä kuvassa. Maisemaku-via kaikista kuvista oli 15 prosenttia. Maisemakuvat sisälsivät sekä rakennetun ympäristön, että luonnon maisemia luonnonmaisemien edustaessa noin kahta kolmannesta näistä kuvista. Ulkoilu- ja luontoreit-teihin liittyviä kuvia oli 3–8 prosenttia kuvista ja erilaisia liikuntamahdollisuuksia (esim laskettelu, pyö-räily, kuntosali) esitteleviä kuvia hieman näitä vähemmän. Ulkoilu- ja luontoreitteihin määriteltiin vain kuvat, joissa reitistö, esimerkiksi kuntorata, latu tai polku, on kuvassa näkyvissä. Reitistöiltä otetut ku-vamäärät ovat kuitenkin käytännössä paljon suuremmat, koska iso osa luontokuvista metsineen ja jär-vineen otetaan reitistöillä liikuttaessa. Esimerkiksi lähes kaikki kansallispuistoissa ja muissa retkeily-kohteissa otetut kuvat otetaan alueen merkatuilla reitistöillä liikuttaessa.

Eri teemojen esiintyminen viikkojen 9/2021–2/2022 välillä

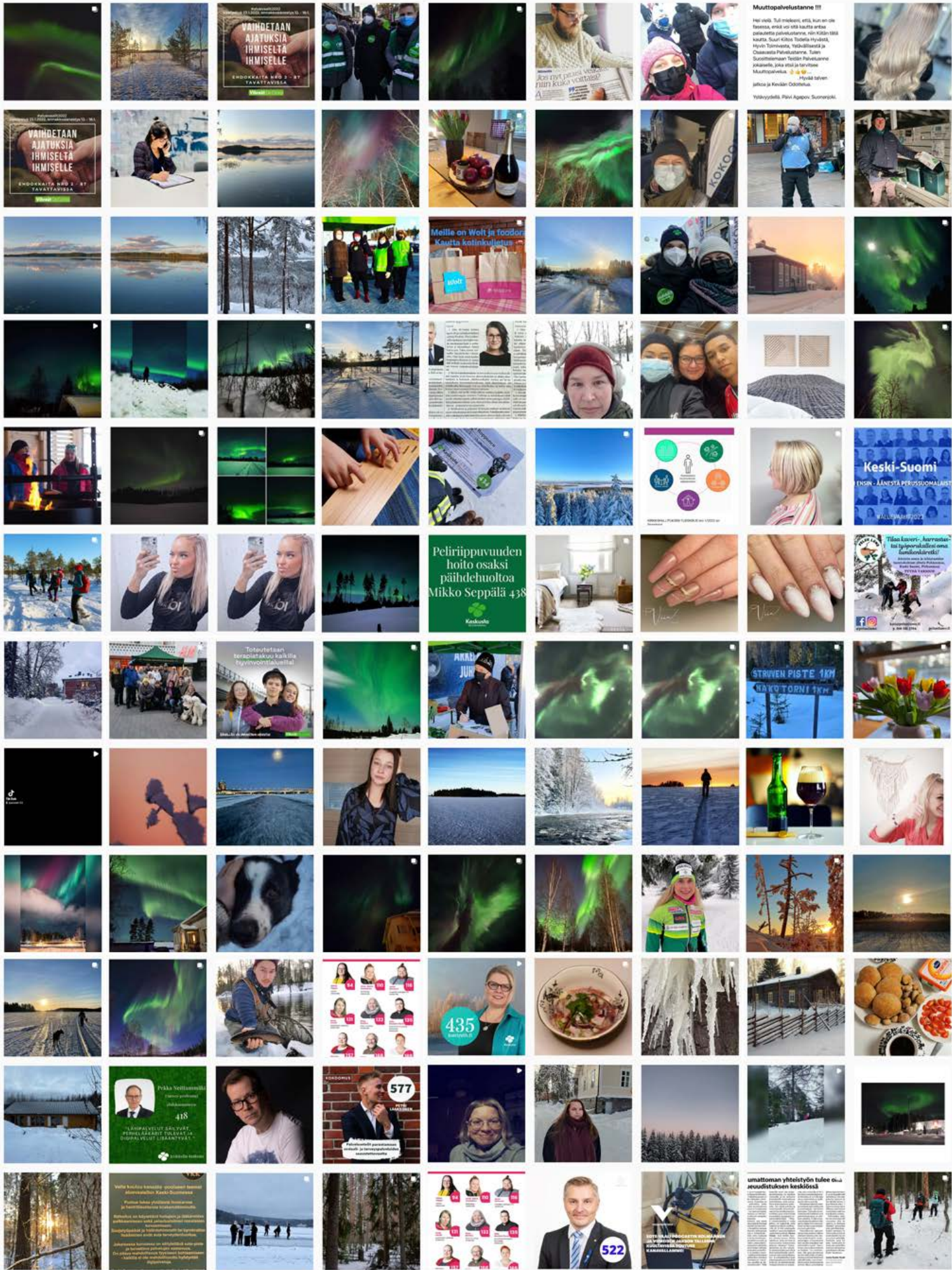


Mitä #keskisuomi -tunnisteella olevista kuvista näkyi 3/2021–2/2022? Kuvissa esiintyneitä määreitä tarkasteltuna neljän viikon välein. Kesäajalla korostuvat luontoon, järviin ja maisemiin liittyvä kuvasto. Selkeä kasvu ihmisten ja mainosten määrässä vuoden 2022 alussa liittyy aluevaalimainontaan.

Keski-Suomi näyttäytyy myös ihmisten ja eläinten, varsinkin lemmikkieläinten, alueena. Ihmisiä esiintyi 13–18 prosentissa kuvista. Neljännes näistä oli selfieitä, tai selfieitä vastaavia rintakuvia. Eläimiä oli keskimäärin noin 4–6 prosentissa kuvista. Eläimistä koirat olivat eniten esillä. Myös lintu- ja hyönteiskuvat laskettiin eläinkuviin. Näitä oli viikkotasolla yleisesti muutamia kuvia hyönteiskuvien painottuessa kevääseen ja kesäaikaan.

Rakennettua ympäristöä esitteleviä kuvia oli 5–9 prosenttia kuvista. Tunnistettavia kulttuurikohteita oli esillä viikkotasolla muutamissa kuvissa. Näitä olivat esimerkiksi Alvar Aallon rakennukset, museot, Petäjäveden vanha kirkko sekä alueen muut kirkot.

Kuva seuraavalla sivulla: Keski-Suomi (#keskisuomi) Instagramin läpi nähtynä tammikuun kolmannella viikolla vuonna 2022. Ensimmäisten hyvinvointialueen vaalimainosten lisäksi Keski-Suomessa nähtiin näyttäviä revontulia. Tämä luonnon näytös tallentui myös Instagramiin.



Selkeästi mainoksena toimivia kuvia oli 5–10 prosenttia kuvista. Tämä luku kasvoi lähestyttäessä vuodenvaihdetta ja vuoden 2022 aluevaaleja, jolloin mainoksia mukaan lukien vaalimainokset olivat lähes puolet kaikista kuvista. Mainoskuviksi laskettiin kaikki kuvat, joihin oli itse kuvaan lisätty tekstiä tai logoja. Näin mainoksia olivat yritysmainosten ohella myös esimerkiksi useiden järjestöjen tapahtumia ja toimintaa markkinoivat kuvat. Myös selkeät asetellut tuotekuvat laskettiin mainoskuviksi. Tämä rajanveto on kuitenkin hieman hankalaa, koska myös yksittäiset ihmiset saattavat tehdä ns. tuotesijoittelua muutoin arkisissa kuvissaan.

Ja mikä oli vuoden mittaisen seurannan kuvallinen kohokohta? #keskisuomi-tunnuksen alla eniten kuvattu asia tai kohde Keski-Suomessa? Se ei ollut yksittäinen maisema, kulttuurikohde tai yleisötapahtuma. Eniten kuvia yhdestä aiheesta saavutti tammikuun toisella viikolla vuonna 2022 taivaalle ilmestyneet näyttävät revontulet. Ne olivat yhden viikon aikana aiheena 58 kuvassa, jotka olivat merkattu #keskisuomi -tunnisteella. Tällaiseen näkyvyyteen eivät pystyneet Keski-Suomen Unesco-kohteet, Neste Rally Finland, eivätkä kansallispuistot. Pimeys toi elämyksen, joka levisi hiljaisesti Suomeen ja maailmalle vieden Keski-Suomen sanomaa eteenpäin. Ja tämän näytöksen tarjosi luonto.

Selkein muutos Keski-Suomi -kuvastossa verrattaessa edellisten vuosikymmenien kuvastoon on se, että aiemmin merkittävästi Keski-Suomi kuvaa luoneet teollisuusrakennukset ja teollinen toiminta yleisesti on jäänyt ihmisten joukkoistetusta kuvavirrasta pois. Keski-Suomi -aiheisessa kuvavirrassa ei vuonna 2021 tullut juurikaan vastaan edes näiden isojen toimijoiden mainontaa yksittäisten tuotekuvien lisäksi. Tämän kuvaston on korvannut markkinoinnin kohderyhmä huomioiden ymmärrettävästi alueella toimivat yrittäjät, joiden asiakkaatkin asuvat pääasiassa alueella. Tällaisia kuvavirrasta selkeästi nousseita toimijoita olivat muun muassa parturi-kampaamot, käsityöläiset sekä liikuntakeskukset ja eri sote-alan toimijat, kuten järjestöt ja julkinen puoli.

Mitä sitten puuttui #keskisuomi -kuvastosta? Yksi merkittävimmistä katvealueista kuvastossa oli saunojen ja saunomisen puute. Saunaan liittyviä kuvia tuli vastaan vuoden mittaan vain yksittäisinä kuvina. Saunamaakuntana tunnetun Keski-Suomen saunat voisivat näkyä vahvemmin myös Instagramissa ja nimenomaan alueellisten tunnisteiden kanssa, esimerkiksi #keskisuomensaunat tunnisteella ei ole yhtään kuvaa. #sauna on runsaasti käytetty tunniste (3 188 000 kuvaa), joten sillä saisi näkyvyyttä muutoinkin. Samoin aktiivisia liikkumismuotoja, kuten pyöräily, sauvakävely, polkujuoksu, luistelu, hiihto jne. soisi näkyvän huomattavasti enemmän. Pyöräilytunnisteista esimerkkinä maastopyöräilyn tunniste, #mtb, jolla löytyy Instagramissa tällä hetkellä lähes 28 miljoonaa kuvaa. Eli asialle omistautunut käyttäjäkunta on innokasta, ja he kiertävät maastopyöräilykohteita eri puolilla Suomea ja maailmaa. Polkujuoksijat (#polkujuoksu) on toinen innokas ja kasvava ryhmä (132 000 kuvaa), joka kiertää hyvien juoksupolkujen perässä aktiivisesti.

Myös vesireitistöjen fyysisesti aktiivinen käyttö saisi näkyä paremmin kuvavirrassa. Esimerkiksi melonta, SUP-lautailu, soutuveneily ja luonnon vesissä uintikin jäivät vuoden kuvastossa vähiin. Vesireitistöjä pitkin liikkuminen toisi myös vahvan linkin alueen historiaan, jolloin vesistöjä pitkin liikkuminen toimi pääasiallisena tapana kulkea alueella. Tällainen kuvallinen viestintä tukisi myös erinomaisesti hyvinvointia, luontomatkailun ja -liikkumisen alueimagoa.

Keski-Suomi kohden luonto- ja liikkumispainotteista visuaalista noosfääriä

Edellä luotiin katsaus siihen, miltä Keski-Suomi näyttää tällä hetkellä suosituimman kuvanjakelusovelluksen, Instagramin, läpi katseltuna. Seuraavaksi onkin hyvä pohtia, että millaisen kuvan Keski-Suomesta saa lähitulevaisuudessa. Tai millaisen kuvan toivoisimme siitä saavan?

Tulevaisuuden Keski-Suomi näyttää siltä, millaiselta me keskisuomalaiset sen haluamme näyttävän. On kuvallisten tarinoiden luonnin aika. Tarinoita luodessamme meidän tulee ottaa haltuun niin kutsuttu noosfääri, eli ihmiskunnan jaetun tietoisuuden tila, jonka visuaalisesta annista vastaa tällä hetkellä pääasiassa sosiaaliset mediat ja jossa edellä käsitellyllä kuvapalvelulla on merkittävä rooli.

Luodaksemme kuvan monimuotoisesta ja moninaisesta luonto- ja kulttuuriympäristöstä meidän tulee tietoisesti pyrkiä panostamaan tiettyjen asioiden esille nostamisessa. Tällaisia keskisuomalaisia positiivisia erottautumistekijöitä ovat puhdas luonto vesistöineen, metsineen, mäkiineen, laaksoineen, soineen ja antimineen kaikkina vuoden aikoina. Luonto tunnistetaan myös Suomen yhdeksi kansainvälisen matkailun tärkeimmistä vetovoimatekijöistä. (Business Finland, n.d.) Myös fyysisesti aktiivisilla keskisuomalaisilla, jotka liikkuvat paikallisessa lähiluonnossa, kansallispuistoissa ja reitistöillä, on suuri merkitys alueen imagon luomisessa. Reitistöillä on valtava merkitys tämän kuvan luomisessa, koska kuten mainittiin aiemmin, suuri osa keskisuomalaisesta luontokuvasta syntyy luontoreitistöillä eri puolilla Keski-Suomea. Käytännössä reitistöjä kehittämällä lisäämme ihmisten luonnossa liikkumista, luonnossa koettuja elämyksiä ja sitä kautta kuvastoa luontoympäristöstämme. Samalla ne toimivat yhä merkittävämmässä roolissa myös Keski-Suomessa vierailleiden kansainvälisten matkailijoiden taltioimassa ja jakamassa kuvastossa.

Tästä kuvastosta muodostuu luontomatkailun arkinen markkinointikuvasto ja vastuullisuusviestinnän väline. Vastuullisuudesta viestiminen on osa luontomatkailuyritysten, mutta myös muiden alueen toimijoiden, kuten kuntien, tarinaa. Matkailutrendejä käsittelevät tutkimukset kertovat, että vastuullisuus ja kestävä matkailu ovat nousemassa yhä tärkeämpään asemaan matkakohteita ja matkustustapoja valittaessa. Yrityksen toiminnan kannalta oleellisia vastuullisuusasioita kannattaa nostaa konkreettisesti esille. Vaikka kuluttajan hyvän aikeen ja varsinaisen vastuullisuusvalinnan välillä on usein vielä kuilu, yhä useammat yritykset tarjoavat jo vastuullisempia vaihtoehtoja. Kyse on myös kilpailuedusta, sillä moni kuluttaja haluaa matkaillessaan vastuullisesti tuotettuja elämyksiä ja palveluita ja usein viestii arvojensa mukaisista matkakokemuksistaan sosiaalisessa mediassa. (Visit Jyväskylä, 2021.)

Myös aktiiviset luonnossa liikkujat ja liikuttajat, kuten yhdistykset ja seurakunnat kannattaa aktivoida mukaan alueimagoa luomaan. Tunnisteen #liikuntapäähäkaupunkijyväskylä ovat liikuntaseurat ottaneet käyttöönsä ja kuvia onkin jaettu tunnisteella yli 5 000 kappaletta. Keski-Suomessakin on useampia liikunta- ja urheiluseuroja, joiden jäsenmäärä ylittää tuhannen jäsenen määrän. Esimerkkinä tällaisista ovat muun muassa Jyväskylän Latu ja Jyväskylän pyöräilyseura. Näiden jäsenet liikkuvat aktiivisesti Keski-Suomen reitistöillä ja luonnossa. He myös kuvaavat ja jakavat kuviaan runsaasti Instagramissa ja muissa sosiaalisen median alustoilla. Jos nämä tahot, ja muut vastaavat lähtisivät viemään aluetunnuksia julkaisuhiinsa kasvaksi #keskisuomi -aiheisten luontoon ja siellä liikkumiseen liittyvien kuvien määrä nopeasti moninkertaiseksi.

Merkityksellistä on myös laajan ja erilaisia vuodenaikoja ja sääoloja esillä pitävä kuvasto. Kesäisen auringonpaisteen ja massatapahtumien ihmismassojen lisäksi on tarpeen esitellä Keski-Suomea myös keväisin ja syksyisin kuvin. Talvikuukaudet ovat pysyneet toistaiseksi varsin talvisina. Jatkossa keskisessä Suomessa ilmaston lämpenemisen myötä sateet kuitenkin lisääntyvät varsinkin talvikuukausina ja lunta saattaa hetkittäin olla varsin runsaasti. Toisaalta talvet saattavat myös lyhentyä, samoin lumipeitteiset kuukaudet, jolloin talvinen hämy ja pimeys lisääntyvät. Lämpötilojen vaihtelusta johtuva järvien jääpeitteen kestävyys on viime vuosina tuonut ongelmia ja latujen sekä luisteluratojen ylläpito on ollut paikoitellen haasteellista.

Sateen ropinaa, pimeyttä ja hiljaisuutta ei pidä kokea myynnin haasteeksi, vaan ne ovat keskisuomalaisen monimuotoisen luonnon menestystekijöitä! Vuodenaikojen esittely on tärkeää siksikin, että matkailun ja reitistöjen käytön tulee muuttua vahvemmin ympärivuotiseksi ollakseen alan toimijoille kannattavaa ja lisäpalveluiden kehitystä mahdollistavaa. Ympärivuotiselle toiminnalle löytyy myös tilausta, sillä esimerkiksi kiinalaismatkailijoiden suosikkivuodenajat jakautuvat melko tasaisesti ympäri vuoden. (Business Finland n.d.)

Vuodenajat ja erilaiset säät tulee vain markkinoida ja tarinallistaa oikein. Monimuotoisen kuvaston esittely valmistaa myös alueelle saapuvia matkailijoita mahdollisuuksiin hyvinkin erilaisista säistä ja olosuhteista. Liian ruusuinen kuva alueesta saattaa aiheuttaa pettymyksiä, kun todellisuus ei olekaan aurinkoinen ja vastassa ei olekaan mainoskuvista tuttuja nuoria, hymyileviä ihmisiä. Monin tavoin filttäilyjen kuvien vastapainoksi onkin noussut aitous ja #nofilter-kulttuuri, jolla löytyy 286 miljoonaa julkaisua Instagramissa.

Yksittäisillä tunnisteilla löytää Keski-Suomestakin yksittäisiä kohteita. Esimerkiksi Petäjäveden vanha kirkko (#petajavedenvanhakirkko) on merkitty 1 900 julkaisuun. Tällaiset tunnetut kohteetkaan eivät ilman aluetunnistetta saa laajempaa näkyvyyttä, toisaalta kohteita pitäisi osata hakea näiden oikeilla nimillä. Tällöin hakijalle tuntemattomia kohteita ei tule näkyviin ja uusia yllättäviä alueellisia kohteita ei nouse esille. Tästä syystä alueellisen tunnisteiden käyttö palvelisi laajemmassa käytössä kaikkia alueen toimijoita. #visitjyväskyläregion on yksi tällainen matkailullisesti käytetty tunniste, mutta sekään ei kata koko Keski-Suomen aluetta.

Positiivinen paikallisuus

Näkyvyyttä noosfäärissä voidaan edistää lisäämällä ihmisten liikkumista luonnon ihmeiden äärellä. Arjesta poikkeavat ympäristöt, säiden vaihtelut ja luontoelämykset lisäävät myös ihmisten intoa tallettaa ja jakaa kokemuksiaan muille. Alueellisen näkyvyyden lisääminen vaatii siis sekä asukkaiden luonnossa liikkumisen lisäämistä, mutta myös erilaisten luonnossa liikkumisen mahdollisuuksien ja saavutettavuuden parantamista. Samalla Instagramin kaltaisissa palveluissa tarvitaan myös positiivisen paikallisuuden lisäämistä edellä mainittujen tunnisteiden avulla. Tätä paikallisnäkyvyyden lisäämistä puoltaisi myös se, että edes suuret paikallistapahtumat eivät näkyneet alueellisten tunnusten alla.

Tunnisteita käyttöön

Vaikka Instagram suosittelee 3–5 tunnisteiden käyttöä, on tutkimuksessa saatu näyttöä, että suurempi tunnistemäärä tuo lisää katselukertoja kuvalle. Millaisilla tunnisteilla sitten Keski-Suomea ja keskisuomalaista luontoa ja luonnossa liikkumista kannattaisi kotimaisilla markkinoilla esitellä? Alle on kerätty yli 100 000 julkaisua ylittäneet tunnisteet liittyen suomalaiseen luontoon ja matkailuun (1/2022).

Tunniste	julkaisua	Tunniste	julkaisua	Tunniste	julkaisua
#mtb	27 800 000	#pyöräily	155 000	#revontulet	68 900
#unesco	4 100 000	#kesäilta	155 000	#suomentalvi	68 400
#suomi	3 600 000	#retkeily	150 000	#luontopolku	67 900
#kesä	2 449 000	#hiihto	149 000	#keskisuomi	67 000
#biologia	2 000 000	#järvimaisema	134 500	#visitjyväskylä	53 500
#kevät	1 159 000	#matkailu	134 000	#kulttuuri	53 400
#luonto	1 773 000	#polkujuoksu	132 500	#kuusi	47 100
#syksy	1 448 500	#kevättäkohti	130 500	#melonta	44 400
#suomenluonto	1 400 000	#metsästys	127 000	#uinti	40 600
#talvi	949 000	#retkellä	127 000	#mänty	37 600
#koira	872 000	#perhokalastus	127 000	#lähiluonto	36 500
#luontokuva	663 000	#linnut	126 000	#myrsky	32 500
#metsä	605 000	#kuu	125 000	#pimeys	29 200
#taide	586 000	#luonnossa	112 000	#sienestys	25 600
#kesäloma	494 000	#kesätulee	112 000	#vesillä	19 800
#luontoonfi	498 000	#vesi	101 000	#hiihtämässä	17 200
#suomenkesä	409 000	Sekä alle 100 000 julkaisukertaa omaavat alueellisesti käyttökelpoiset tunnisteet:		#lähimetsä	17 100
#järvi	274 000			#laavulla	15 300
#ekologia	236 000	#kansallispuisto	72 000	#tulilla	13 200
#joki	211 000	(yksittäiset keskisuomalaiset kansallispuistot alle 10 000)		#sienessä	12 200
#hevonen	188 000	#päijänne	87 000	#marjastus	5 000
#alvaraalto	187 000	#koivu	85 000	#visitjyväskyläregion	2 800
#syksynvärit	178 500	#hiljaisuus	79 600	#marjassa	1 000
#kalastus	167 000				
#metsässä	164 000				

Tunnisteiden tulee vastata kuvan sisältöä. Huomion kalastelu aiheeseen liittymättömillä tunnisteilla on lyhytnäköistä ja vie kuvien jakajan uskottavuutta.



1. Nasar Hussaini: Hyväälinvuori



2. Petri Leinonen: Koskikaran kiernos Rutajoen varrella



3. Tapani Piilonen: Kehärinneksi



4. Heikki Kuurne: Pohjois-Suontee



6. Jouko Salonen: Pyhä-Häkin kansallispuisto



7. Jari Kekkonen: Leivonmäen kansallispuisto, Kirveslampi



9. Anna Käyhkö: Haukanniemi, Jyväskylä



8. Kari Pekkarinen: Hyväälinvuori

Äänestä paras reitistökuva

Valokuvakilpailu:
Mukana on noin 300
valokuvaa yli sadalta
kuvaajalta.

Ira Blomberg-Karttala

Keski-Suomen reitistöt on nyt ilahdettu valokuvien ja on parhaan kuvan äänestyskuusi. Äänestyskuusi keski-suomen reitistöt on 22.9.2021, ja voitaja julkaistaan lauantaina 25.9. samalla kertaa. Keski-Suomen reitistöt on KSM:n, Fineliin ja Yhteistyökeskuksen yhteinen projekti. Keski-Suomen reitistöt on KSM:n, Fineliin ja Yhteistyökeskuksen yhteinen projekti. Keski-Suomen reitistöt on KSM:n, Fineliin ja Yhteistyökeskuksen yhteinen projekti.

Äänestyskuusi on otos valittujen kymmenen kuvan joukosta. Kuvat on valittu noin 300 valokuvasta, joita kilpailun lähtijät yllättä valokuvailu. Häntäkin pohjoispuolella Mikko Auerillinen Luovan valokuvauksen keskus Luovasta kertoi, että lähtijät on kutsuttu mukaan osallistua kilpailun lähtijä. Äänestyskuusi on otos valittujen kymmenen kuvan joukosta. Kuvat on valittu noin 300 valokuvasta, joita kilpailun lähtijät yllättä valokuvailu. Häntäkin pohjoispuolella Mikko Auerillinen Luovan valokuvauksen keskus Luovasta kertoi, että lähtijät on kutsuttu mukaan osallistua kilpailun lähtijä.

Yllätyimme iloisesti tulosten saamisen suhteen, ja kiitos keski-suomen reitistöt on 22.9.2021, ja voitaja julkaistaan lauantaina 25.9. samalla kertaa. Keski-Suomen reitistöt on KSM:n, Fineliin ja Yhteistyökeskuksen yhteinen projekti. Keski-Suomen reitistöt on KSM:n, Fineliin ja Yhteistyökeskuksen yhteinen projekti.

Valokuvakilpailu on osa parhaan kuvan valokuvauksen keskus Luovasta kertoi, että lähtijät on kutsuttu mukaan osallistua kilpailun lähtijä. Äänestyskuusi on otos valittujen kymmenen kuvan joukosta. Kuvat on valittu noin 300 valokuvasta, joita kilpailun lähtijät yllättä valokuvailu. Häntäkin pohjoispuolella Mikko Auerillinen Luovan valokuvauksen keskus Luovasta kertoi, että lähtijät on kutsuttu mukaan osallistua kilpailun lähtijä.

KSM:n

Voit äänestää mielestäsi parasta kuvaa verkossa.



5. Tarja Selkämä: Keltokangas, Jyväskylä



10. Veera Kanala: Sumainen, Hiltorhaara

Keski-Suomen reitistöt -kuvakilpailun kymmenen raadin valitsemia kuvaa oli näyttävästi esillä Keskisuomalaisen paperilehdessä ja verkkolehdeissä 18.9.2021. Voittajaksi äänestettiin Anna Käyhkön kuva Jyväskylän Haukanniemestä. Keskisuomalainen.

Keski-Suomi ei noussut juuri esille Neste Rally Finlandin aikana, eikä Valon kaupunki -tapahtuman aikana. Molemmista tapahtumista #keskisuomi -tunnisteella löytyi vain muutamia yksittäisiä kuvia. Myös muutkaan alueella tapahtuvat isommat yleisötapahtumat eivät näkyneet, jos asiaa tarkasteli #keskisuomi-näkyvyyden kautta.

Positiivista paikallisuutta voisi edistää esimerkiksi Keski-Suomen reitistöviikolla (37/2021) Meijän polun, Keskisuomalaisen ja Luovan valokuvauksen keskuksen järjestämän Keski-Suomen reitistöt -valokuvakilpailun kaltaisilla tapahtumilla. Kilpailuun lähetettiin lähes kolmesataa valokuvaa, joista raadin valitsemat 10 parasta olivat näyttävästi esillä sekä Keskisuomalaisessa, että kilpailun järjestäjien sivustoilla ja sosiaalisissa medioissa. Kilpailu sai paitsi keskisuomalaiset liikkeelle luontoon, mutta myös katselemaan kilpailutöiden kautta omaa kotiseutuaan uusin silmin.

Lukijat äänestivät omaa suosikkiaan ja valitsivat kilpailun voittajaksi Anna Käyhkön ottaman kuvan Jyväskylän Haukanniemen lähireitistöltä. Positiivisessa paikallisuudessa, luonnossa liikkumisen, hyvinvoinnin ja terveyden edistämässä yksittäisillä sanansaattajilla ja uusien urien avaajilla on suuri merkitys.

Persoona peliin ja media(t) haltuun

Maailma on muuttunut paljon Pohjois-Karjala -projektin (1972–1997) ja terveysvalistajan, lääketieteen ja kirurgian tohtorin, Pekka Puskan (s. 1945) ajoista. Keskisuomalainen terveyden edistämisen ja hyvinvoinnin puolestapuhuja on kiistatta maalaislääkäri Tapani Kiminkinen (s. 1954). Lääketieteen lisensiaatti Kiminkinen on toiminut Saarijärvellä terveyskeskustähtäjä, kirjoittanut useita tietokirjoja, tehnyt radio-ohjelmia sekä useaan otteeseen esiintynyt omaa nimeään kantavissa televisio-ohjelmissä. Perinteinen reitti terveyden edistämisen parrasvaloihin on käynyt tutkinnon, ammatin ja kokemuksen kautta.

Hyvinvoinnin trendit ja digitalisoitunut yhteiskunta ovat mahdollistaneet myös muille hyvinvointialan asiantuntijoille tilaisuuden ryhtyä vaikuttajiksi ja hyvinvointipalveluiden tuottajiksi. Uusia asiantuntijoita ponnahtaa median kautta tietoisuuteemme lähes viikoittain. Tunnetuimpia ovat erilaiset personal trainerit, ravitsemusterapeutit ja hyvinvointivalmentajat. Sosiaalisen median kautta nämä vaikuttajat ovat mainiossa asemassa kehittää liiketoimintaa, sillä heillä on oma seuraajajoukko ja heidän luottamuksensa, eli potentiaalinen asiakaskunta valmiina. Pelkkään mainostilan myyntiin internetsivuilla ja kaupalliseen yhteistyöhön ei kannata tyytyä, sillä digituotemarkkinat ja mikromaksutalous kasvavat huimaa vauhtia. Yhä useampi sosiaalisen median hyvinvointivaikuttaja on alkanut myymään omia digitaalisia palvelutuotteitaan, kuten hyvinvointivalmennuksia. Näin on mahdollista rakentaa liiketoiminnallista digiliikkujaa, jossa aikaan saadaan tehokkaasti myyntiä ja samalla kasvatetaan luottamussuhdetta seuraajajoukkoon.

Maalaislääkäristä on tullut somelääkäriin. Instagram-kuvapalvelusta vuonna 2019 aloittanut Lääkäri Anni jakaa terveystietoa erityisesti nuorille. Lääketieteen lisensiaatti Anni Saukkola (s. 1993) sai vuonna 2021 tiedonjulkistamisen valtionpalkinnon ja hän on yksi oululaisen Tiedenaiset -tiedeyhteisön perustajista. Tiedenaiset tarjoavat osakeyhtiönsä kautta tutkittuun tietoon perustuen tuoretta näkökulmaa kokonaisvaltaiseen terveyteen, uusia taitoja nykyaikaiseen terveysviestintään, kohdennettua sisältöä mediaan, konsultti- ja koulutuspalveluita, sekä erilaisia puheenvuoroja. Tiedenaiset Instagram -tilillä on yli 50 000 seuraajaa ja 225 julkaisua. Keväällä 2021 heiltä ilmestyi ensimmäinen kirja. (Tiedenaiset, n.d.)

Hyvinvoinnin ja terveyden kannalta kyseenalaisia tavoitteita voidaan myös edistää internetympäristössä, monet muistavat hopeavesikohun ja rokotevastaiset kampanjat. Tammikuussa 2022 viestipalvelu Telegramiin luotiin uusi ryhmä, jonka tarkoituksena oli järjestää iso koronatoimien vastainen kampanja. Yli 10 000 seuraajan Convoy Telegram-ryhmän perusti nimimerkki Annika Finland, joka sosiaalisen median tilien perusteella on syvästi aatteellinen lääkäri. Telegram-palvelussa hän on aktiivinen koronatoumia vastustavissa terveydenhoitoalan ryhmissä, joissa vihjataan koronan olevan suunniteltu salaliitto. Mielenosoituksen lähestyessä Annika Finland kertoi oikean nimensä ja Yle pyysi ryhmän johtohahmolta haastattelua asiasta, mutta hän kieltäytyi antamasta haastattelua ilmaiseksi. Vaikuttajien ansaintalogiikka voi olla myös näin suora. (Yle, 2022.)

Sosiaalisen median käytössä on tapahtunut lisäystä kaikissa ikäryhmissä ja lähes kaikilla toimialoilla. Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinointikeinona perustuu markkinoinnin ja myynnin perusasioihin. On tunnettava asiakkaan tarpeet ja vastattava niihin, tai hankittava uusia asiakkaita ja herättää heidän kiinnostus ostaa tuotteita tai palveluita. Sosiaalisen median sisällöntuotantoon on kiinnitettävä huomiota tai se on täysin hukkaan heitettyä aikaa. Millainen sisältö kiinnostaa ja miten sisältö vaikuttaa sosiaa-

lisen median käyttäjiin? Tarjolla on monenlaista analytiikkaa, jonka avulla tiedämme, millainen sisältö oikeasti toimii ja millainen ei. Missä medioissa sitten pitää olla aktiivinen riippuu paljolti asiakkaistasi.

Tilastokeskuksen vuosittaisessa Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimuksessa tutkitaan eri ikäluokkien sosiaalisen median käyttöä. Suomessa sosiaalisen median kentällä isoin muutos koettiin, kun Instagramin kiri käyttäjämäärissä mitattuna ohi Facebookin. Suomessa kuukausittain aktiivisia Instagram-käyttäjiä on 3,0 miljoonaa, kun Facebookissa viihtyy 2,9 miljoonaa suomalaista. (SVT, 2021.) Sosiaalisen median palveluiden periaatteena on algoritmin räätälöimä näkymä jokaista käyttäjää varten. Toiminta perustuu paitsi käyttäjätileihin, joita seuraat, mutta myös tykkäämiisi julkaisuihin ja henkilöihin. Instagramissa vaikuttaisi olevan enemmän ilmiöpohjaista seuraamista, tunnettuja henkilöitä, yritysbrändejä ja yhteisöjä seurataan, vaikka heiltä ei aktiivisesti tulisi edes julkaistuja kuvaviestejä. Halutaan siis kuulua tiettyyn samanhenkiseen porukkaan, heimoon. Yhteenkuuluvuus ja suosittelevat todella tärkeitä markkinointikeinoja ja sosiaalinen media tarjoaa nämä elementit. (Paakkunainen, n.d.) Tunnettavuus ja luottamuksen tunne vähentävät myös myyntiin käytettävää aikaa ja lisäävät asiakkaiden myönteisiä odotuksia palveluista ja tuotteista.

Käyttäjätili	Kategoria	Seuraajamäärä	Julkaisujen määrä	Laskennallinen tulo / julkaisu \$
#cristiano (jalkapalloilija)	Health, sport & fitness	389 100 000	3 200	1 600 000
#kyliejenner (tositv-tähti, muotivaikuttaja)	Entertainment, Fashion, Beauty & Make-up	300 800 000	6 800	1 500 000
#National Geographic (yhteisö, televisiokanava)	Photography, Travel	202 000 000	26 200	42 400
#Nike (brändi)	Health, sport & fitness, Financial & Education	192 400 000	849	72 100
#Real Madrid (jalkapalloseura)	Health, sport & fitness	108 000 000	5 400	149 900
#UNICEF (järjestö)	Financial & Education, Health, sport & fitness	8 900 000	7 200	4 800
#Greenpeace (järjestö)	Travel, Lifestyle, Beauty & Make-up	3 900 000	4 478	1 800
#WWF International (järjestö)	Financial & Education, Travel, Photography	2 600 000	2 312	1 500

Muutamia nostoja Instagram-palvelun käyttäjätileistä. Arvioitu, laskennallinen tulo vaikuttajan yksittäisestä julkaisusta lasketaan heidän seuraajiensa ja sitoutumisasteiden perusteella. Lähde: Viralpitch.co



Pimeydestä ja hiljaisuudesta syntyy yksi keskisuomalaisen matkailun valteista. Kuva Janne Laitinen.

Keski-Suomi kohden kestävää noosfääriä

Liikkuessamme kohden kestävää tulevaisuutta ja luonnon monimuotoisuutta tukevaa toimintaa, tulee tarinankerronnassa huomioida vahvasti myös luomiemme tarinoiden hiilijalanjälki. Digitaaliset tarinat syntyvät sosiaalisen median pilvipalveluihin ja palvelimet käyttävät paljon sähköenergiaa, joten tulevaisuuden maailmassa myös tarinoiden hiilijalanjälki tulee huomioida. On arvioitu, että tietotekniikkaan liittyvä energiankulutus kasvaa 21 prosenttia vuoden 2010 tasosta ollen noin 8 000 terawattituntia (TWh) vuonna 2030. Tästä noin 55 prosenttia on laitteiden käyttäjien kuluttamaa sähköä. (Digital Information World, 2020.) Lukuja voi verrata Suomen vuosittaiseen sähkönkulutukseen, joka on reilut 80 TWh. Digitaalisilla tarinoillamme on siis valtava energia- ja hiilijalanjälki.

Meidän tuleekin siis panostaa jatkossa myös tarinoiden laatuun, ei pelkästään niiden määrään. Isomassa kuvassa meidän pitää panostaa aitoihin kokemuksiin ja elämyksiin.

Tällaisia tarjoaa esimerkiksi koko ajan lisääntyvä vapaaehtoismatkailu. Vapaaehtoismatkailussa aidot kokemukset ja uuden oppiminen ovat keskiössä. Tällöin matkailija itse haluaa toimia aktiivisesti ja edistää ympäristön tilaa, sekä yhteisön asioita. Ainutlaatuisessa ympäristössä haetaan usein myös syvenpää merkitystä ja pohditaan omaa elämää. Toisaalta rakennetaan jatkuvuutta omiin tuttuihin aiheisiin ja kiinnostuksiin, sekä hyödynnetään omia jo olemassa olevia taitoja. Matkailija haluaa samanaikaisesti antaa ja saada, auttaa paikallisyhteisöä, mutta myös toteuttaa itseään. (Röntynen, 2021.)

Kestäviä ja aitoja tarinoita tarjoavat myös keskisuomalaisen matkailun vetovoima-alueiksi tunnistetut hiljaiset alueet sekä valosaasteettomat pimeät alueet. Maakunnan valtit ovat siis tavanomaisemmat kun rohkenemme miettiä; yksi kuva on enemmän kuin tuhat sanaa, mutta hiljaisuus ja pimeys on koettava itse!



Raija-Leena Ojanen, Oikeudellinen neuvonantaja, WWF
Anne Tarvainen, Kansainvälisen ohjelman johtaja, WWF

Luontokato ratkaistaan myös maakunnissa – maakuntakaava yksi tärkeistä keinoista

*Suomen on toteutettava globaalit ympäristötavoitteet omalta osaltaan.
Tämä vaatii toimivaa ja riittävän laaja-alaista maankäytönsuunnittelua.*

Vuoden 2020 piti olla vuosi, jolloin asetetaan uudet kunnianhimoiset kansainväliset tavoitteet luonnon monimuotoisuuden suojelulle ja ilmastotoimille. Toisin kävi. Globaali pandemia, jonka juurisyyt ovat ympäristön tilan heikkenemisessä, siirsi näitä neuvotteluita. Ilmastokokous saatiin pidettyä marraskuussa 2021 Glasgow'ssa, ja luonnon monimuotoisuutta koskevat neuvottelut avattiin Kiinan Kunmingissa lokakuussa 2021. Neuvottelut jatkuvat maaliskuussa 2022 Genevessä.

Molempien kansainvälisten huippukokousten viesti on kuitenkin selvä: tarvitsemme kansainvälisesti sitovat tavoitteet ja riittävät resurssit sopimusten toimeenpanoon. Kansainvälisissä neuvottelupöydissä on myös tunnustettu ja tunnustettu, että ilmastokriisi ja luontokato linkittyvät yhteen. Kunmingin kokouksen loppusanoissa todettiin, että ongelmat on ratkaistava yhdessä – muuten emme pysty ratkaisemaan niistä kumpaakaan. Tilanne on akuutti. Maailman talousfoorumi WEF analysoi vuosittain globaalin talouden riskejä, ja viime vuosina merkittävimmät riskit liittyvät ympäristöön ja ilmastoon.

Vaikka lopullisia päätöksiä saadaan vielä odottaa, uuden luonnonmonimuotoisuuden suojelua ohjaavan kehyksen tavoitteet ovat jo alkaneet selventyä. EU:n biodiversiteettistrategian mukaisesti puhutaan 30 prosentin suojelupinta-alasta vuoteen 2030 mennessä. Sen lisäksi korostetaan tarvetta puuttua luontokadon syihin, eli tuotanto- ja kulutustapoihin. Tavoitteiden toteuttamiselle ja seurannalle on kehitettävä systeemi, joka ohjaa riittävät resurssit toimeenpanoon ja auttaa tavoitteiden seurannassa. Sopimuksessa on huomioitava ihmisoikeudet ja alkuperäiskansojen oikeudet, jotta esimerkiksi suojelutoimet eivät rajoita alkuperäiskansojen elinkeinoja tai kulttuuri- tai perinnearvoja.

Vaikka luontokato on mittava globaali ongelma, sitä ei ratkaista yksinomaan kansainvälisissä neuvottelupöydissä. Sopimusten toimeenpano ei myöskään voi jäädä ainoastaan ympäristöministeriöiden tai

ympäristöjärjestöjen vastuulle. Vain me suomalaiset voimme suojella suomalaista luontoa ja huolehtia siitä, etteivät kulutuksemme vaikutukset tee vahinkoa rajojemme ulkopuolella. Luontokatoa tulee kitkeä niin kansainvälisesti, kansallisesti kuin paikallisesti.

Maankäytön suunnittelulla kohti elinvoimaista luontoa

Tärkeä ja vaikuttava keino ekologisessa muutoksessa ja sen kirittämisessä paikallisesti on maankäytön suunnittelu. Maankäyttö on myös yksi ala, jolla valtavirtaistamisen tulisi näkyä yhä enemmän. Valtavirtaistamisella tarkoitetaan sitä, miten luonto ja ilmasto on otettava huomioon yhteiskunnan kaikilla sektoreilla. Se nousee tutkijoiden viesteissä yhä tärkeämmäksi keinoksi hillitä ilmasto- ja luontokriisiä. Ilmastokysymykset ovatkin jo herättäneet Suomessa paljon keskustelua ja eri toimialat ovat ymmärtäneet kriisin roolin omassa toiminnassaan. Samanlainen herätys on tarpeen myös luonnon monimuotoisuuden osalta.

Yksi esimerkki, jossa valtavirtaistamisen tulisi näkyä, on syksyllä 2021 lausunnolla ollut uusi kaavoitus- ja rakennuslaki. Marinin hallitusohjelman mukaan lain uudistuksen päätavoitteita ovat hiilineutraali yhteiskunta, luonnon monimuotoisuuden vahvistaminen sekä rakentamisen laadun parantaminen ja digitalisaation edistäminen. Jotta laki auttaisi Suomea edistämään kansainvälisiä tavoitteita ja suojelemaan luonnon monimuotoisuutta, uudistuksessa on ehdottomasti pidettävä kiinni maakuntakaavoituksen ohjausvaikutuksesta. Lakiuudistus tulisi myös viedä maaliin tällä hallituskaudella.

Myös maakuntakaavalla on keskeinen merkitys luonnon monimuotoisuuden turvaamiselle. Maakuntakaavalla suunnitellaan koko maakunnan alueiden käyttöä ja osoitetaan maakunnan tavoiteltu kehitys. Maakuntakaava välittää valtakunnalliset intressit ja varaukset kuntakaavoitukseen. Maakuntakaava on luonnon kannalta tärkein suunnitteluväline, sillä se voi vahvistaa viherrakenteen kytkeytyneisyyttä ja estää laaja-alaisten luontokokonaisuuksien pirstoutumista. Lisäksi maakuntakaavan avulla voidaan etsiä vähiten haitallisia sijoituspaikkoja luonnonvarojen hyödyntämiseen ja turvata luontoarvojen keskittymiä.

Luonnonsuojelun näkökulmasta on tärkeää, että laki turvaa jatkossakin maakunnallisen tason suunnittelulle riittävän sitovuuden suhteessa kuntakaavoihin. Tämä auttaa Suomea toteuttamaan kansainväliset suojeluvuolitteensa.

Suojeluvuolitteiden toteutuminen edistää myös ihmisten terveyttä ja hyvinvointia, pienet vihersirpaleet eivät riitä (Brax, 2020). [Lue lisää aiheesta WWF-lehdestä.](#)

Lähiluonto ja luonnon hyvinvointivaikutukset

Monimuotoinen ja virikkeellinen lähiympäristö tarjoaa mahdollisuuksia sosioekonomisesta asemasta riippumatta tasavertaiseen hyvinvointiin. Metsien, puistojen, vesistöjen ja muiden virkistysalueiden läheisyydessä oleskelu ja liikkuminen edistää hyvinvointia moninaisesti ja siksi näiden tulisi olla kaikkien vaivattomasti saavutettavissa. Keski-Suomessa luonto on asukkaita lähellä, sillä puolet meistä asuu alle 200 metrin päässä lähimetsästä. Luonto- ja virkistysalueiden kävijätutkimukset ja käyntimäärien seuranta antaa tietoa näiden alueiden yhteiskunnallisesta merkityksestä ja tarjoaa tukea päätöksentekoon. Lähiympäristö aktivoi ihmisiä viettämään aikaa ulkona, parantaa fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista hyvinvointia sekä madaltaa riskiä sairastua elintapapohjaisiin kansantauteihin.



Lähiluonnon laaja-alaiset vaikutukset ihmisen hyvinvointiin. Kuva Juho Jäppinen.

Fyysisen liikkumisen helpottaminen lähiympäristössä on merkittävää, sillä se edistää terveyttä ja hyvinvointia, mutta lisää myös mahdollisuuksia kestäviin liikkumismuotoihin. Kestävämät liikkumismuodot vähentävät tarvetta autoilulle sekä autoiluun suunnitellulle infrastruktuurille. Tämä lisää turvallisuutta, kohentaa ilmanlaatua sekä vähentää melua lisäten mahdollisuuksia ja halua liikkua ulkona ja näin myös vaikuttaa positiivisesti terveyteen. (Keski-Suomen hyvinvointiohjelma, 2021) Kuinka voimme parantaa Keski-Suomen strategisen tavoitteen mukaan 20–64 -vuotiaiden keski-suomalaisen elämänlaatua? Ihmisten hyvinvoinnin rakennuspalikoita pohdittaessa muodostuu kokonaisuus, joka kattaa ihmisten fyysiset ja taloudelliset perustarpeet, fyysisen toimintakyvyn, koetun henkisen hyvinvoinnin, sosiaaliset suhteet ja yhteisön, hyvinvoinnin jakautumisen eri ihmisryhmien ja sukupolvien välillä sekä huomioi ihmiset osana laajempaa elonkehää. Nykyään puhutaankin jopa planetaarisesta hyvinvoinnista.

Useat hyvinvointiyhteiskunnan haasteet liittyvät elinympäristöön ja yhteiskunnan rakenteisiin. Tällaisia viheliäisiä ja monisyisiä ongelmia ovat esimerkiksi kansansairauksistamme ylipaino ja mielenterveyden ongelmat. (Kytä, 2017, Sahamies 2020 mukaan.) Yhdyskuntasuunnittelulla voidaan vaikuttaa elinympäristön viihtyisyyteen, lähiluonnon monimuotoisuuteen ja mahdollistaa myös ihmisten arki liikkuminen.

Luonnossa liikkuminen ja luontoliikunnan merkitys ovat myös matkailullisesti kasvamassa. Suomalaiset Jokamiehen oikeudet ovat maailmassa ainutlaatuiset ja myös tärkeä lähtökohta luonnon monipuoliselle kokemiselle sekä luontosuhteen kehittymiselle. (Jyväskylän kaupungin luontoliikuntaohjelma, 2020.)

Luontosuhde

Jokaisen ihmisen henkilökohtainen suhde luontoon syntyy ja kehittyy kokemustemme myötä. Perusta luontosuhteelle rakentuu jo varhain lapsuudessa sillä, millaisessa ympäristössä olemme kasvaneet, ja mitä olemme kokeneet ja nähneet, on vaikutusta siihen, miten suhtaudumme luontoon myöhemmin elämässä. Tämän päivän lasten luontosuhde on varsin erilainen kuin aiemmilla sukupolvilla ja luontosuhteen kehittymisen kannalta on tärkeää oman lähiluonnon kokeminen monin eri tavoin. (Mäkinen 2019.) Merkittäviä elämäkokemuksia tarkastelleet tutkijat ovat todenneet, että luontoharrastukset vaikuttavat usein positiivisesti ihmisen ympäristösuhteen kehittymiseen. (Cantell ym., 2020.) Etenkin lasten kanssa toimiessa on hyvä saada heidät tiedostamaan oma kiertämätön riippuvuutensa muusta luonnosta ja löytämään sekä ruumiillinen että henkinen yhteytensä siihen (Suomela & Tani, 2008).

Monien suomalaisten juuret ovat maaseudulla. Kotiseutuopetusta pidettiin aiemmin tärkeänä keinona juurruttaa lapset omaan ympäristöönsä ja ennen kaikkea arvostamaan luontoa. Suomalaisten läheistä suhdetta metsään ja luontoon on usein pidetty itsestäänselvytenä, mutta suurin osa suomalaisista asuu nykyisin kaupunkimaisissa ympäristöissä, joissa luonto esiintyy monin paikoin erilaisessa muodossa. Yhä useamman luontokokemukset keskittyvät hoidettuun kaupunkiluontoon koskemattoman luonnon sijasta. Tämä herättää kysymyksen siitä, millaiset ympäristöt koemme itsellemme läheisiksi? Onko Keski-Suomessa kaikki mi kallista on?



Lähimetsästä löytää ympäri vuoden seurattavaa ja ihmeteltävää. Kanervat tuovat väriä syksyiseen metsään. Kuva Juho Jäppinen.

Luontosuhdettaan voi kehittää ja parantaa läpi elämän. Ensimmäinen askel luontosuhteen rakentamiseen on aloittaa säännölliset kävelyt johonkin kodin lähellä olevaan lähimetsään, ulkoilu- ja virkistyspaikkaan. Usein ajatellaan, että luontosuhteen vaaliminen on jotain isoa, ja vaatii todellista ”metsäytymistä”, mutta yhteyden voi kokea myös omalla pihalla tai esimerkiksi lähirannalla. Luontosuhteen ylläpitäminen on tärkeää, että voimme nauttia luonnon hyvinvointivaikutuksista. Monet tutkimukset osoittavat, että luontoympäristö vähentää stressihormonien määrää ja laskee verenpainetta. Myös sydämen syke laskee ja jännittyneisyys vähenee.

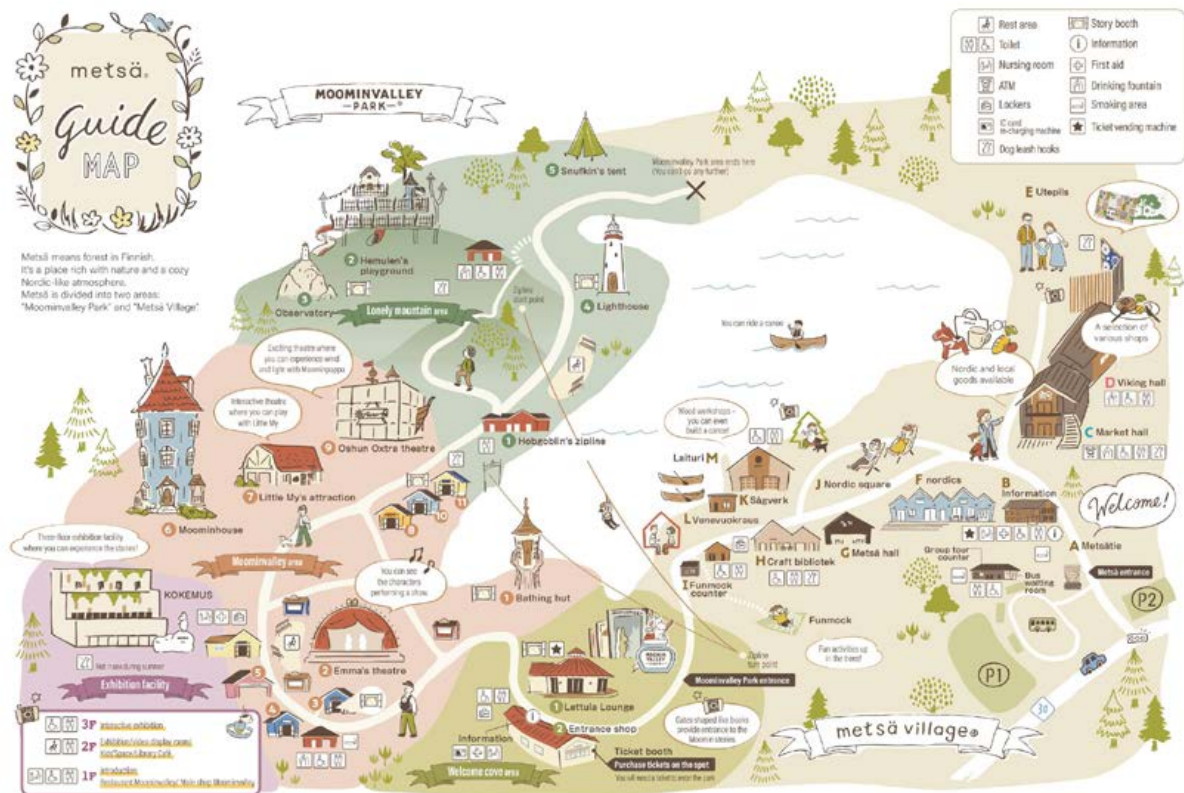
Luonnon hyvinvointivaikutuksia maailmalla

Palkittu tietokirjailija Florence Williams on tutkinut luonnon ja ympäristön terveydellisiä vaikutuksia ympäri maailmaa, ja hänen tutkimustensa mukaan ihmiset eivät enää ymmärrä, kuinka palauttavaa luonnonympäristöissä vierailu meille on. Harva tietää, että luontoympäristöt tekevät meistä terveempiä, luovempia ja empaattisempia. (Williams, 2017.) Luonnolliset ympäristöt ovat ainoita paikkoja, joissa voimme käyttää kaikkia viittä aistia ja olla fyysisessä mielessä kokonaisvaltaisesti elossa. Virikkeellinen luontoympäristö, ihmisen aistielimet ja aivot kommunikoivat keskenään, mutta kuiluun, joka erottaa nykymaailman lajimme kehitysajoista, kiinnitetään jatkuvasti vähemmän huomiota. Koko ihmislajin evoluution ajan olemme olleet 99,9 % tiivistä osana luontoa, joten fysiologiamme on sopeutunut siihen. Luonnossa

voimme rentoutua ja tuntea olomme mukavaksi ilman loogista ajattelua. Silti elämme yhteiskunnassa, jossa kaupungistuminen ja keinoitekoisuus ovat ominaista, vaikka fysiologiset toimintomme ovat edelleen sopeutuneet luontoon. Tämä ristiriita voi nostaa stressitasomme erittäin korkealle ja tahdosta riippumaton sympaattinen hermostomme stimuloituu liikaa. (Lee ym., 2012.)

Vuonna 2009 hollantilainen tutkijaryhmä havaitsi, että kilometrin etäisyydellä viheralueista asuvat ihmiset ovat huomattavasti terveempiä henkisesti ja fyysisesti, ja heillä on muun muassa vähemmän diabetesta, kroonisia kipuja ja jopa migreeniä. Myös Englannissa Exeterin yliopiston lääketieteellisen tiedekunnan tutkijat havaitsivat samanlaisia tuloksia 10 000 kaupunkilaisen otannasta. Vuonna 2015 kansainvälinen tiimi kokosi yli 31 000 Toronton asukkaan terveystarkastukset jokaiselta kaupunginosalta. Ne alueet, joilla kasvaa enemmän puita, osoittivat huomattavia hyvinvointia edistäviä tuloksia. (Williams, 2016.) Ottossonin (2007) tutkimuksen perusteella luonnolla on myös epäsuoria terveysvaikutuksia, sillä se edesauttaa sosiaalista yhteydenpitoa ja kannustaa kuntoiluun ja yleensäkin liikuntaan. Tutkimusten mukaan on erityisen hyödyllistä käydä tietynlaisissa luontoympäristöissä: metsissä ja veden äärellä (Williams, 2017).

Useissa maissa on vuosituhansia vanhoja perinteitä liittyen vuodenaikoihin ja luonnossa esiintyviin tapahtumiin. Japanissa on ruskaretkeltä (koyo, momiji-gari) jo yli tuhat vuotta ja luonnon hyvinvointivaikutuksia on tutkittu metsälääketieteen nykyaikaisin menetelmin yli kolmenkymmenen vuoden ajan. Metsäkylvyillä, eli terapeuttisilla kävelyretkillä luonnossa on monenlaisia positiivisia terveysvaikutuksia, ja



Tokion suurkaupunkialueella sijaitseva Metsä-teemapuisto on avattu 2018.

Kuva <https://insaitama.com/metsa-village-hanno/>

metsäterapiapoluilla käy vuosittain satojatuhansia ihmisiä. Japanissa ihmiset saapuvat kaupungista ”kylpemään vihreydessä” (Shinrin-yoku, Forest Bathing, Waldenbaden). Kävelyretket alentavat verenpainetta, tehostavat aineenvaihduntaa, lievittävät masennusta ja parantavat immuunijärjestelmän toimintaa, sekä alentavat verensokeria, parantavat keskittymiskykyä ja muistia, nostavat kipukynnystä sekä auttavat painonhallinnassa. (Williams 2012; 2017.) Japanissa on myös suomalainen metsässä oleskelu kaupallistettu ja Tokion läheisessä Hannon kaupungissa on Metsä -teemapuisto laavuineen ja polkuineen.

Aasian maista Etelä-Korea panostaa tällä hetkellä paljon metsien hyödyntämiseen terveyden edistämässä, ja maan nykyisen kansallisen metsäohjelman tavoitteena on ”luoda vihreä hyvinvointivaltio, jossa koko kansakunta pääsee osalliseksi hyvästä terveydestä.” Jangseong on yksi Etelä-Korean kolmesta virallisesta parantavasta metsästä, mutta lähivuosina niitä on tarkoitus perustaa yli 30 lisää, jolloin kaikkien suurien kaupunkien lähellä olisi ainakin yksi parantava metsä. (Williams, 2017.) Etelä-Korean metsähallituksen sertifioimat oppilaitokset ovat kouluttaneet tarkoitukseen jo 165 metsän terveysvaikutuksiin perehtynyttä ohjaajaa. Myös Yhdysvalloissa ohjattuja metsäretkiä myyvien luonto- ja metsäterapeuttien koulutus aloitettiin vuonna 2015. Japanissa ja Etelä-Koreassa käytössä oleva terveysmetsä-konsepti avaa erilaisen näkökulman metsien käyttömahdollisuuksiin, joita pohditaan myös esimerkiksi Ruotsissa ja Tanskassa. Myös Suomessa on kerätty tietoa terveyttä edistävästä metsäympäristöistä erilaisten kokeiluhankkeiden ja terveysmetsäpolkujen kautta, ja kokemukset ovat olleet positiivisia. Luonnonvarakeskuksen tutkimusprofessori Liisa Tyrväisen mukaan terveysmetsäkonseptia kannattaisi hyödyntää asuin- ja työympäristöissä, oppimis- ja hoivaympäristöissä, ja myös matkailu- ja hyvinvointipalvelujen tarjonnassa. (Tyrväinen ym., 2017.)

Maailmanlaajuisesti luonnon merkitys ihmisille tiedostetaan aiempaa paremmin. Tarvitsemme lähiluontoa, sillä puiden ja vesialueiden katseleminen tuottaa kognitiivisia ja psyykkisiä hyötyjä. Lähiluonnon lisäksi meidän tulisi hakeutua paikkoihin, joissa kaupungin hälinä ja ihmisten toiminnasta syntyvät äänet hiljenevät, ja luonnonäänet voimistuvat. Monien tutkimusten mukaan luontokokemukset ja luonnon kanssa kosketuksissa oleminen tukevat ihmisen terveyttä monipuolisesti. Luonnon kauneudesta nauttiminen voi tuoda ihmisen elämään merkityksellisyyden kokemuksia. Japanilaisen tutkijan Qing Lin mukaan ihmisten tulisi kerran kuukaudessa tehdä matka luonnontilaisiin metsiin tai muihin levollisiin ja kaukaisempiin luontokohteisiin, joissa kannattaa käydä yhtenä viikonloppuna kuukaudessa vahvistamassa immuunijärjestelmää. (Williams, 2017.) Suomessa olemme onnekaassa asemassa sen suhteen, että jo aivan läheltä voimme löytää paikkoja, joihin kaupungin melu ja valosaaste eivät yllä.

Luonnon hyvinvointivaikutusten suomalaista tutkimusta

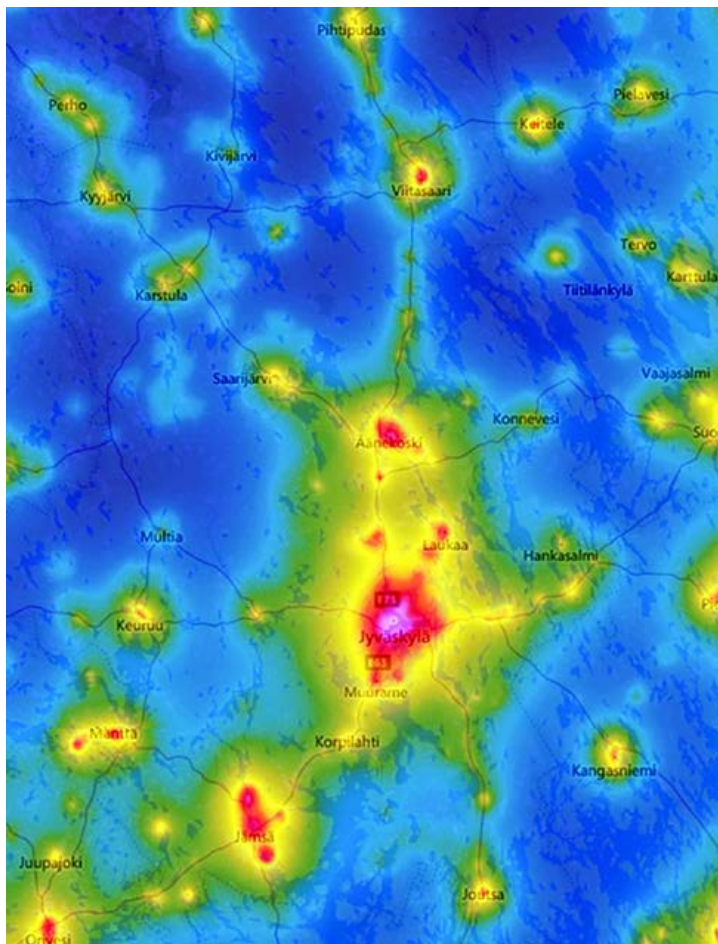
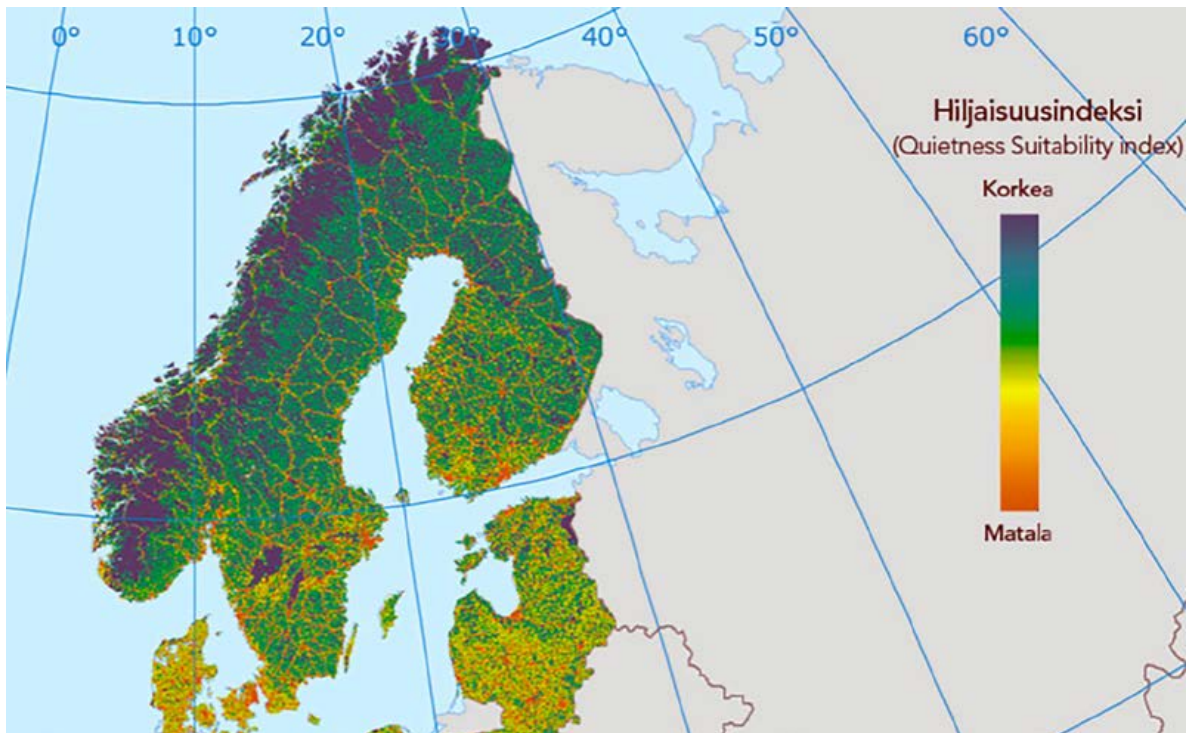
Suomi pärjää hyvin maailmanlaajuisissa onnellisuusmittauksissa, joka osittain johtuu myös siitä, että kaikilla on pääsy onnellisuuden lähteille, kuten järville, metsiin ja rannikolle. Luonnonvarakeskuksen tutkimusprofessori Liisa Tyrväinen on tehnyt laajasti luontoon perustuvaa virkistys- ja matkailututkimusta sekä luontoon perustuvaa terveys- ja hyvinvointitutkimusta Suomessa, ja muualla maailmassa. Tutki-

musten perusteella tiedetään, että luontoympäristöt houkuttelevat liikkumaan, palauttavat stressistä ja toimivat monin tavoin kansalaisten terveyden ylläpitäjinä. Suomessa luontoympäristöjen vaikutusta on tutkittu kokeellisesti mittaamalla psyykkistä ja fysiologista stressistä palautumista kaupunkiluontoalueilla, joissa luonnon vaikutusta on verrattu kontrollialueena toimivan rakennetun ympäristön vaikutuksiin. Helsingissä tehdyssä kenttäkokeessa havaittiin, että jo lyhytkin vierailu kaupunkimetsässä palauttaa stressistä, ja hyvinvointia edistävät tulokset vahvistuvat, mitä pidempään luontoympäristössä ollaan. Myös erilaisten metsien vaikutusta hyvinvointiin on tutkittu, ja kokeilun tuloksista havaittiin, että vanha, luonnontilainen metsä lisäsi eniten palautumista, elinvoimaa sekä positiivisia tunteita. Terveystyöjien saamiseksi metsäympäristöjen laadulla on siis väliä. Riittävän laaja metsäkokonaisuus mahdollistaa metsäntunnon, luontoelämykset sekä hiljaisuuden ja rauhallisuuden kokemisen. (Simkin ym., 2019.) Tällaiset metsät ovat myös tärkeitä elinympäristöjä lukuisille eliölajeille, lajien monimuotoisuus ja eliöiden lajityypillinen käyttäytyminen mahdollistavat ihmisille aidot luontoelämykset.

Kaupungistumisesta huolimatta suomalaisten suosituin vapaa-ajan liikuntaympäristö on luonto. Tutkimusten mukaan luonnossa oleskelun ja liikkumisen hyvinvointivaikutukset ovat sitä vahvempia, mitä useammin ja enemmän luonnossa oleskellaan. Siksi luonto myös kaupungeissa sekä luonnonmukaiset lähivirkistysalueet ovat tärkeitä, jotta helposti saavutettava luontoympäristö olisi mahdollista myös kaupunkilaisille sekä erityisesti myös niille asukkaille, joille liikkuminen kauempana sijaitseville luontokohteille ei ole mahdollista. Arkiliikunnan ja arjen luontokokemusten edistämiseksi tarvitaan helposti saavutettavia luontoliikuntakohteita kaupunkiluonnossa, taajamissa ja kodin lähellä. (Jyväskylän luontoliikuntaohjelma, 2020) Suomessakin viherympäristöjen läheisyydessä asuvat käyttävät enemmän luontoalueita ja myös liikkuvat sen vuoksi enemmän. Luonnonvarakeskuksen (Luke) sekä Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) yhteisessä NatureMove-hankkeessa kartoitettiin helsinkiläisten luontoliikuntaa ja liikkumiseen vaikuttavia tekijöitä. Hankkeen mukaan 36 prosenttia yli tuhannesta vastaajasta kertoi liikkuvansa vapaa-ajallaan luontoympäristössä. Arvokkaiksi koettiin alueen hyvä saavutettavuus, reititöt ja liikuntamahdollisuudet sekä kauniit maisemat, mahdollisuudet luontokokemuksiin ja hiljaisuuteen.

Tämän vuoksi on tärkeää, että liikkumista edistävät ympäristöt tunnistetaan, ja kansalaisten hyvinvointia edistäviä arkiympäristöjä vaalitaan ja kehitetään osana kaupunkisuunnittelua. Suomalaisten tutkimusten mukaan viherympäristöjen läheisyys lisää viherkertojen määrää, joka puolestaan on yhteydessä parempaan koettuun terveyteen. Luontoalueilla on myös merkittävä rooli muun muassa asuinviihtyvyyteen, ilmanlaatuun sekä melun vaimentamiseen. (Neuvonen ym., 2019.) Tutkimusten valossa näyttääkin siltä, että ekologisen kestävyuden sekä terveyden ja hyvinvoinnin edistämällä yhdyskuntarakenteen keinoin näyttää olevan paljon yhdistäviä tekijöitä (Abernethy, 2014, Sahamies 2021 mukaan).

Suurin osa modernin maailman ihmisistä altistuu päivittäin melulle, joka aiheuttaa psyykkisiä ja fyysisiä terveyshaittoja. Lähes miljoona suomalaista asuu alueilla, joissa keskiäänitaso päivisin ylittää melualueen määritelmänä pidetyn 55 desibeliä. Hiljaisilla luontoalueilla ei siis tarkoiteta täysin äänetöntä tilaa, vaan alueita, joilla ihmisten aiheuttamat äänet puuttuvat. Maakuntakaavassa näillä ”luonnon rauha-alueilla” luonnonäänet ovat hallitsevia ja ihmisten aiheuttamat äänet satunnaisia ja vähäisiä. Kyseisillä alueilla keskiäänitason ei tulisi ylittää 30–35 desibeliä. Vaikka luonnonäänet voivat rikkoa täydellistä hiljaisuutta, katsotaan niiden lisäävän hyvinvointia. Erityisen pidettyjä ovat veden äänet ja linnunlaulu. (Leppänen & Pajunen, 2017.)



Hiljaisuusindeksi. Hiljaiset alueet lisääntyvät etelästä pohjoista kohden mentäessä. Keski-Suomessa löytyy jo suurempiakin hiljaisiksi luokiteltuja alueita. Hiljaisiksi alueiksi määritellään alueet, joissa äänimaisema koostuu luonnon äänistä ja ihmisten aiheuttamat äänet ovat satunnaisia, lyhyitä ja hyvin vaihtelevia. Lisätietoja Keski-Suomen hiljaisista alueista löytyy maakuntakaavasta.

Keski-Suomen keinovalokeskittymät asettuvat isompien asuinkeskittymien ympärille. Kauempana näistä pääsee nauttimaan oikeasta pimeydestä. Kuvalähde: Light pollution map.



Kauempana asutuskeskuksista pääsee kokemaan vielä aitoa pimeyttä. Ihmisten ja muiden eläimien luontainen vuorokausirytmistö vaatisi myös pimeyttä ja siksi pimeys toimisi myös luontomatkailun valttina Keski-Suomessa. Kuva Janne Laitinen.

Hiljaisuuden lisäksi, valoisien ja pimeiden vaihtelu on fysiologinen välttämättömyys ihmisille. Pimeään tullessa valmistaudumme lepoon. Luonnollisen pimeän yön kokeminen on nykyisenkaltaisen, laajamittaisen ulkovalaistuksen vuoksi harvinaista. Valosaasteella tarkoitetaan liiallista, häiritsevää ja haitallista keinovaloa, joka häiritsee eliöitä ja on lopulta myös uhka luonnon monimuotoisuudelle. Valosaaste kuuluu nopeimmin lisääntyviin ympäristökuormituksen muotoihin, ja sen määrä vain lisääntyy. Vuonna 2016 julkaistun maailmanlaajuisen kartoituksen mukaan Euroopan alueista 88 prosenttia kärsi valosaasteesta. Erittäin tehokkaasti valaistujen taajamien vuoksi suomalaiset näyttäisivät altistuvan valosaasteelle keskimääräistä enemmän kuin EU-kansalaiset, mutta meiltä Keski-Suomessa löytyy myös keskiarvoa enemmän lähes tai täysin luonnonpimeitä alueita. Pimeys ja hiljaisuus houkuttelevat useita, ja esimerkiksi Lappiin matkaaville ne ovat tärkeimmät vetovoimatekijät. (Leppänen & Pajunen, 2017.)

Nykyisin ihmiset etsivät erilaisia palveluita ja matkailun kautta rauhaa ja hiljaisuutta vastapainona kiireiselle elämälle, ja tällaiset palvelut voivat olla yksi keino tasapainoisen elämän tavoittelussa sekä stressin ehkäisemisessä. Näihin tarpeisiin luontoympäristöt tarjoavat erinomaiset puitteet. Retriitit ja hiljaisuusmatkailu on yksi nouseva matkailumuoto, jossa luontoympäristöllä on usein suuri merkitys. Tällöin ytimessä ovat mahdollisuudet rauhoittumiseen, hiljentymiseen sekä arjen melusta ja kiireestä irrottautumiseen. Hiljaisuuden lisäksi myös visuaalinen maisema on tärkeä tekijä positiivisen kokemuksen saavuttamiseksi. Usein erilaisiin luontokohteisiin matkustetaan edistämään kokonaisvaltaista hyvinvointia



Yleisesti ihminen nauttii maisemista, josta näkee kauas, mutta jossa voi samalla tuntea olevansa suojassa. Keski-Suomen lukemattomat järvet tarjoavat tällaisia paikkoja runsain mitoin. Kuva Juho Jäppinen, Rutalahti.

ja luontomatkailukohteilla onkin ensiluokkainen mahdollisuus tarjota palveluita sellaisille kohderyhmille, joilla on esimerkiksi tarvetta palautua stressistä. (Konu ym., 2017.) Mitä useammin luonnossa käy, sitä enemmän siitä saa terveyshyötyjä.

Kiireinen elämä altistaa stressille, ja taukojen sekä palautumisen rooli vahvistuvat jokapäiväisessä elämässämme. Luontoympäristö palauttaa tutkitusti tarkkaavaisuutta ja keskittymiskykyä muita ympäristöjä tehokkaammin, ja luonto on myös yhteydessä luovuuteen ja uusien ideoiden saamiseen. Tyrväisen ym. mukaan metsäluonto toimii nykytiedon valossa parhaiten sairauksien ennaltaehkäisyssä sekä työkyvyn palauttamisessa ja kuntoutuksessa. Terveyttä ja hyvinvointia edistävien luontoalueiden tulisi siis olla lähellä ihmisten arkea ja helposti saavutettavissa. Tyrväinen korostaa suomalaisen metsän ainutlaatuisuutta, jonka potentiaalia hyödyntämällä voidaan tukea ja parantaa kansalaisten terveyttä sekä saada myös lisää matkailutuloja Suomeen. (Tyrväinen ym., 2017.)

Katsaus matkailun ytimeen

Ihmiset ovat liikkuneet aina. Syitä ovat olleet vuosituhansien varrella ravinnonhankinta, kaupankäynti, tutkimusmatkat, pyhiinvaellukset, sotaretket, yläluokan visiteeraukset ja terveysmatkat kylpylöihin. Grand tour -matkailu 1600-luvun alusta 1800-luvun alkuun oli ennen muuta oppimismatkailua, jolloin opettaja yläluokkaisine ”oppilaineen” kulkivat pitkillä opintomatoilla eurooppalaisiin kulttuurikeskuksiin (Kostiainen, 2008). Motiivina oli oppiminen ja kouluttautuminen, mutta myös vapaa-ajasta nauttiminen. Tällainen matkailu on antanut toimintamalleja esimerkiksi nykyaikaisille kierto- ja risteilymatkoille. Tutkimusmatkoille oli tyypillistä esimerkiksi luonnon tutkimus, mutta matkoilla oli usein mahdollisuus myös vapaa-ajan toimintaan ja seurusteluun niin omassa ryhmässä, kuin paikallisväestönkin kanssa. Suomen alue oli yksi Euroopan viimeisiä kartoittamattomia seutuja, jonne saapui ruotsalaisten (Carl von Linné) lisäksi esimerkiksi ranskalaisia, italialaisia ja brittiläisiä maantieteilijöitä, luonnon- ja kulttuurintutkijoita 1600–1700-luvulla (Kostiainen, 2008).

Suomenniemellä Ruotsin vallan vakiintuessa keskiajan lopulla, alkoi tieverkoston ja majatalojärjestelmän kehittäminen. Vuonna 1649 luotiin perusta kestikievarijärjestelmälle ja alkoi matkailun muotojen vakiintuminen (Kostiainen, 2008). Kotimaan matkailun kehittämistä varten perustettiin Suomen matkailijayhdistys (SMY) vuonna 1887 ja rautatieliikennettä edistämään Valtion rautatiet vuonna 1897. Pietari-Viipuri-rautatien varrella sijaitsevan Terijoen pitkät hiekkarannat ja kaunis luonto olivat houkutelleet lomailijoita Pietarista jo 1870-luvulta alkaen. Kylään rakennettiin hulppeita huviloita ja hienoja puutarhoja. Suomen itsenäistyttyä rajat suljettiin ja Terijoki hiljeni, kunnes markkinointi käännettiin suomalaisille, ja kylästä tuli Suomen suosituin lomanviettopaikka. Terijoen merikylpylässä esiintyi myös aikakauden taiteilijoita. (Matkailun varhaiset vuodet, n.d.) Monilla suomalaisilla kylpylöillä on omat historiansa ja erityispiirteet, joissa yhdistyvät loman vietto, seurustelu, matkailu ja terveydenhoito (Kostiainen, 2008).

Imatrankoski ja Punkaharju ovat suomalaisen matkailun ikoneja. Punkaharju nousi kansallismaiseman asemaan J. L. Runebergin runouden myötä. Soraharjanne on taiteen, luonnontieteen, metsäntutkimuksen, sodan ja matkailun maisema. Punkaharju on kiinnostanut myös kaskimaana, kruununpuistona, kulkureittinä, rajaseutuna ja luonnonsuojelualueena. Vuonna 1845 keisari Nikolai I määräsi harjulle rakennettavaksi metsänvartijan talon matkailijahuoneineen. Talosta kasvoi myöhemmin kansainvälisestikin arvostettu Suomen vanhin valtionhotelli (Hotelli Punkaharju, n.d.) Ulkomailta saapuvia matkailijoita palvelemaan perustettiin Suomen Matkailutoimisto vuonna 1909. 1920-luku oli kotimaan matkailun kulta-aikaa ja Suomessa työsopimuslakiin kirjattiin vuonna 1922 seitsemän päivän minimiloma. Suosittuja matkakohteita olivat Karjalan Terijoki sekä terveyskylpylät, joita oli muun muassa Hangossa.

Helsinki oli valittu olympialaisten järjestäjäksi vuonna 1940, mutta olympialaiset jäivät toteutumatta sodan vuoksi. Suomi kuitenkin ehti valmistautua tulevaan tehokkaasti ja ympäri maata rakennettiin uusia hotelleja sekä perustettiin uusia lentokenttiä Turkuun ja Helsinkiin. Petsamoon johtava Jäämerentie valmistui vuonna 1931 ja Lapinmatkailusta tuli suosittua. Modernia Suomi-kuvaa rakennettiin matkailukuvien ja mainosvalokuvien kautta. (Suomen matkailun historia – 1930-luku, n.d.)

1950-luku oli kansainvälistymisen vuosikymmen, jolloin myös kylvettiin siemenet koko kansan matkailulle. Ensimmäisen aallon matkailijoita olivat keski-ikäiset toimihenkilöt ja pitkistä lomista nauttivat opettajat. 1950-luvun etelänmatkat olivat pitkiä, kestoltaan useita viikkoja. Matkaa tehtiin monella eri liikennevälineellä: laivalla, junalla, linja-autolla ja lentokoneella. Kalevi Keihänen perusti vuonna 1954 ensimmäisen matkatoimistonsa ja kuljetti tuolloin kaksi bussillista kisaturisteja yleisurheilun EM-kilpailuihin Sveitsin Berniin. 1960-luku oli seuramatkailun kasvun kulta-aikaa, elintaso nousi ja palkallinen vuosiloma kasvoi jopa 24 päivään. Kuvakieli oli vahvaa ja matkakohteina olivat Välimeren helmi (Mallorca), Ruusujen saari (Rodos) ja Hyvän tahdon saari (Kanariansaaret). Kalevi Keihäsen Keihäsmatkat, joka perustettiin vuonna 1965, rikkoi toimintamallillaan monta lasikattoa. 1970-luvulla lomamatkojen suosio näkyi myös populaarikulttuurissa, erityisesti iskelmissä, mutta öljykriisit varjostivat myös matkailualaa. (Suomen matkailun historia – 1960-luku, n.d.)

1980-luvulla kilpailu kiristyi ja markkinointiin sekä tuotekehitykseen panostettiin. Esimerkkinä vaikka saksalaisille yritysryhmille räätälöidyt kannustematkat Lappiin, joista tuli kuitenkin tietynlaisia pakettituotteita (Kostiainen, 2008). Lapin safari- ja elämystuotteet ovat nykyään matkailupalveluiden ytimessä. Aikakauden huipputuotteet olivat myös erilaiset harrastematkat urheilukilpailuihin ja kulttuuritapahtumiin sekä aktiivilomat. Koululaisille suunnattiin leirikouluja, ja maailman ihmeitä esiteltiin kiertomatkoilla sekä hiihtomatkoilla oppaan johdolla lasketellen. Aktiivilomilla yhdistettiin lajikohtaista opetusta, lasketteluun lisäksi etenkin golfissa ja tenniksessä.

1990-luku oli vuorostaan poliittisten myllerrysten aikaa eri puolilla maailmaa. Lama innoitti eduskuntaa säättämään lain matkustaja- eli matkaverosta, sekä tilauslento- ja matkaverosta. Kaukomatkat kasvattivat suosiota entisestään ja suurempi käänne matkailussa oli tuloillaan; Matkojen myynti verkossa alkoi yleistyä vuosikymmenen lopulla. (Suomen matkailun historia – 1990-luku, n.d.)

1900-luvun viimeiset vuosikymmenet merkitsivät myös muutossa kotimaanmatkailun matkustustavoissa. Tuohon saakka oli edellisen puolen vuosisadan ajan tavoittanut kaupungit kylät ja taajamat linja-autojen kyydillä sekä ratojen varrella myös junilla. Yksityisautojen ja -autoilun voimakas kasvu 1960-luvulta eteenpäin sekä muuttoliike kaupunkeihin veivät pohjan pois näiltä palveluilta, ja liikennöinti moniin paikkoihin kuihtui loppuakseen kokonaan pikalinjojen ja uusien bussiyhtiöiden myötä 2010-luvulla (Tilastokeskus, Vuosisata suomalaista autoilua). Liikenteen päästöjen vähennystavoitteet asettavat liikkumisen taasen suuren murroksen eteen, kun yksityisautoilu tulee väjäämättä vähenemään tulevina vuosikymmeninä ja uusia liikkumisenmuotoja kehitellään.

Pitkät perinteet ja ”vanha raha” ovat mahdollistaneet yleishyödyllisen matkailutoiminnan järjestöjen Suomessa. Vuonna 1887 perustettu Suomen Matkailuliiton järjestöjäseniä olivat ulkoilu-, leirintä- ja lasketteluyhdistykset ympäri Suomea. Matkailuliitto kehitti toimintavuosinaan erityisesti Lapin matkailua, ja kohteita Lapissa ovat olleet Hotelli Pohjanhovi Rovaniemellä sekä Hetan, Kilpisjärven, Utsjoen, Ivalon ja Pallastunturin matkailuhotellit, sekä Kilpisjärven retkeilykeskus. Suomen Matkailuliiton työtä jatkamaan perustettiin konkurssin jälkeen Suomen Matkailijayhdistys (SMY). (Suomen Matkailuliitto, n.d.)

Muuttunut toimintaympäristö ja asiakastarve

Hyvinvointi ja luonto muodostavat perustan hyvälle elämälle, ja liiketoiminnalle. Hakukone tämän myös vahvistaa, sillä kyseiset hakusanat tuottavat yli kuusi miljoonaa suomenkielistä hakutulosta. Teemat kiinnostavat siis suomalaisia. Haastattelimme Meijän Keski-Suomi -projektissa 27 keski-suomalaista toimijaa, joista 18 oli hyvinvointipalveluita tuottavia yrityksiä ja loput kuntia sekä yhdistyksiä. Hyvinvointipalvelut on tunnistettava paljon laajemmin kuin perinteiset kylpylät tai sote-kentän tuntemat Green Care -palvelut. Valtaosa luonnossa liikkujista ja hyvinvoinnistaan huolehtivista ovat tavallisia suomalaisia tai kansainvälisiä matkajia, joilla on jokin motiivi ulkoilla ja liikkua luonnossa. Motivaatio matkustaa johonkin tiettyyn kohteeseen syntyy silloin, kun tarpeet ja kohteen tarjonta sopivat yhteen (Holloway & Humphreys, 2016).

Hyvinvointipalvelut ja luontomatkailu tukevat alueiden kehittämistä erityisesti kasvukeskusten ulkopuolella ja siten vahvistavat tasapainoista aluerakennetta. Merkitys korostuu maaseutualueilla sijaitsevilla matkailukeskittymissä, joiden matkailijoille suunnatut palvelut lisäävät myös kuntalaisten hyvinvointi- ja virkistyspalveluita. Yhtälö toimii myös toisin päin, eli kunnan laadukkaat ulkoilu- ja virkistyspalvelut houkuttelevat matkajia ja tukevat matkailuelinkeinoa. Suomessa on yli 40 000 liikuntapaikkaa ja virkistyskohdetta, joista yli 60 prosenttia on kuntien rakentamia ja ylläpitämiä (Kunta-Virveli, 2021). Ulkoilun ja virkistyskysynnän kasvulla on vaikutuksia maankäyttö- ja aluepolitiikkaan, ja ulkoilu- ja viheralueiden kestäväan mitoittamiseen suunnitteluun. Matkailulle on ominaista paikkasidonnaisuus, eikä paikallisesti tehtyä kehittämistyötä voida siirtää muille paikkakunnille tai muihin maihin. Erinomaisia kilpailuvaltteja ovat puhdas luonto, rauha, ilma ja tila, turvallisuus, laadukkaat palvelut sekä maailman onnellisimmat ihmiset. (TEM, 2021.)

Tutkimustieto luonnon hyvinvointivaikutuksista, hyvinvointiteknologia ja -data mahdollistavat hyvinvointivaikutusten havainnollistamisen ja todentamisen matkailijalle. Tätä yhtälöä ei vielä täysin pystytty hyödyntämään, eletään osin omissa kuplissa, savusaunan hämärissä tai antureihin kytkettynä juoksumatolla. Hyvinvointiosaamista ja -tietämystä on mahdollista hyödyntää aktiivisemmin matkailupalveluiden kehittämisessä ja markkinoinnissa. Yhdistämällä monipuolisesti palveluita voidaan tuottaa yksilöllisiä asiakaskokemuksia ja luoda uudentlaisia palvelukonsepteja. (Kuuluvainen & Sarén, 2016.)

Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Suomen matkailustrategian (2019–2028) tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailua kehitetään vastuullisena palveluliiketoiminnan alana, joka luo hyvinvointia ja työllisyyttä ympärivuotisesti koko Suomessa. Matkailualan kestävä kasvun ja uudistumisen mahdollistavat strategiassa tunnistetut neljä painopistettä. Näitä ovat kestävä kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen. Läpileikkaavana teemana strategiassa on yhteistyö, joka on välttämätöntä matkailun kestävä kasvun ja uudistumisen saavuttamisessa. (Marski, 2021.)

Pandemian vaikutukset matkailutoimialalle ovat monella tapaa mittavia ja pitkäkestoisia. Yritykset ovat joutuneet sopeuttamaan toimintaansa nopeasti. Muuttuvia kuluja on sopeutettu toimintavolyymiin ja kiinteitä kuluja on minimoitu. Matkailuyritykset ovat tukeutuneet kotimaiseen matkailukysyntään ja osa on onnistunut ylläpitämään ja jopa lisäämään matkailutuloa uudistamalla liiketoimintaa hyvinvointipalveluihin. Yritysten taloudellisen tilanteen kohentuminen voi viedä pitkään ja liiketoimintamalleja on uudistettava, sillä pandemia on vaikuttanut myös matkailijoiden kulutuskysyntään ja ostokäyttäytymiseen. Palveluntuottajat ovat kehittäneet erilaisin korona-avustuksin digitaalisia palveluita ja ryhmämuotoisia palveluita on skaalattu pienryhmille ja yksilöille. Hyvinvointipalveluihin ja matkailuun on useilla aluilla investoitu ja on myös lanseerattu uusia tuotteita sekä palveluita. (TEM, 2021.)

Ulkoilmassa toteutettavien hyvinvointi- ja matkailupalveluiden suosion kasvu on tuonut haasteita ulkoilualueiden reitistöille. Erilaisten liikkumismuotojen yhteensovittaminen samoille reiteille, eli reittien monikäyttö, edellyttää reittien ylläpitäjiltä entistä laajempaa näkemystä eri liikkumismuotojen erityispiirteistä sekä toimia, joilla kaikkien reiteillä liikkuvien turvallisuus ja viihtyisyys voidaan varmistaa. Lisääntyneet kävijämäärät kuluttavat polkuja ja rakenteita, ja vaativat lisäresursseja alueiden ja reittien huoltoon ja kunnossapitoon. Alueista ja kohteista vastaavien tahojen tulee myös kyetä nopeasti reagoimaan asiakasprofiileissa ja -määrissä sekä olosuhteissa tapahtuviin muutoksiin, kuten ruuhkahuippuihin tai sään ääri-ilmiöihin.

Ihmisten kiinnostukset ja motiivit (asiakastarve)

Luonnonvarakeskuksen ja Tilastokeskuksen Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi (LVVI), tuottaa väestötason tutkimustietoa virkistyskäytön ja luontomatkailun merkityksestä, sekä kuvaa muutoksia ja kehitystrendejä. Luonnossa liikkumisen tavat ovat monipuolistuneet ja ulkoilun merkitys osana suomalaisten arkea on säilyttänyt erittäin korkean tasonsa, sillä 96 prosenttia suomalaisista ulkoilee



Keski-Suomalaiset kansallispuistot ovat vahvasti lumettoman ajan retkeilyalueita, mutta potentiaalia olisi myös talvievierailujen lisääntymiseen. Kuva Juho Jäppinen, Etelä-Konneveden kansallispuisto.

luontoympäristössä vuoden aikana. Lähiluonto on ollut merkittävä hyvinvoinnin resurssi myös pandemian aikana ja lähivirkistyskertojen määrissä on kasvua etenkin kaupunkien viheralueilla. Virkistyskäyttötutkimuksen vastaajista yli 60 prosenttia piti tärkeänä fyysisen kunnon ylläpitämistä, palautumista ja rentoutumista, luontokokemuksia sekä luonnon rauhaa ja hiljaisuutta. (Neuvonen, 2021.)

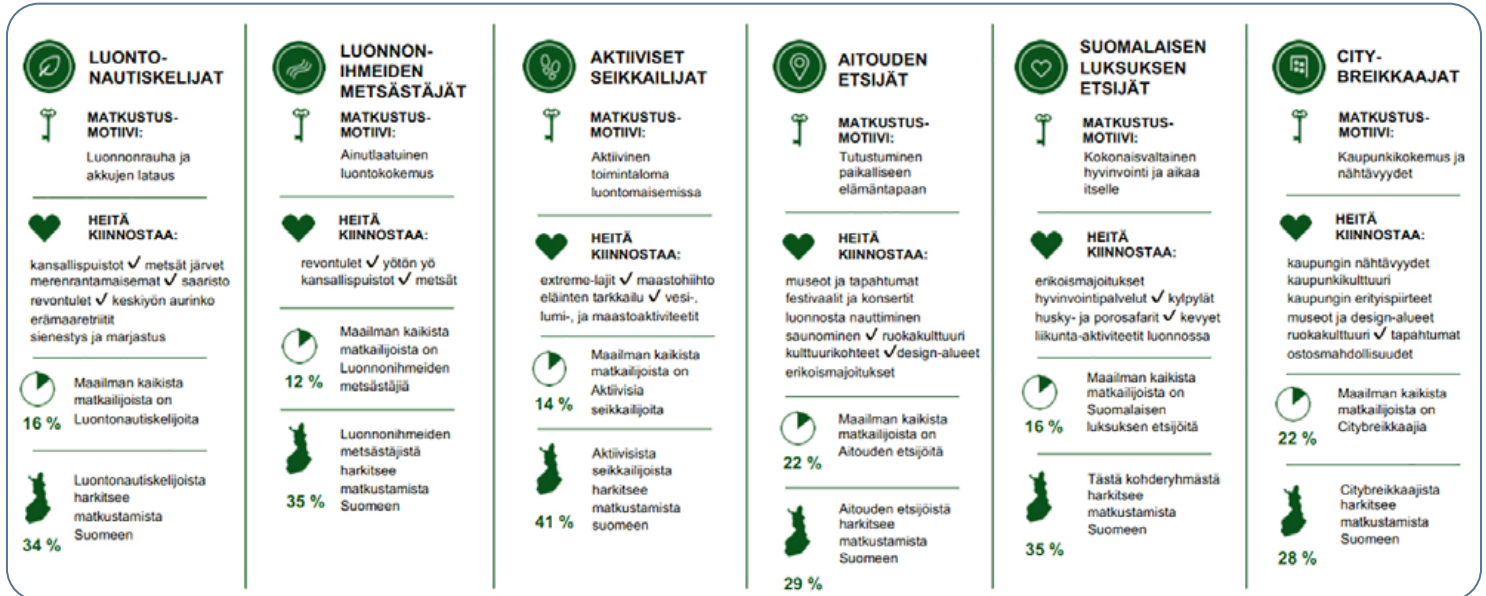
Kansallispuistojen virkistyskäyttöä kahdenkymmen vuoden ajalta selventävässä tutkimuksessa havaittiin valtava kiinnostuksen lisääntyminen luonnossa liikkumiseen. Taustalla vaikuttavat kysynnän trendit, kuten kaupungistuminen ja lisääntynyt tietoisuus luonnon hyvinvointivaikutuksista, sekä kansallispuistojen brändin vahvistuminen ja kansallispuistojen kiinnostavuuden kasvu matkakohteena. Luonnon kokeminen, maisemat ja rentoutuminen mainitaan tärkeimmiksi syiksi vierailla kansallispuistoissa. Näiden lisäksi nostettiin halu olla poissa melusta ja saasteista, henkinen hyvinvointi sekä yhdessäolo oman seurueen kanssa. Vähiten tärkeää kansallispuistokävijöille on tutustuminen uusiin ihmisiin ja jännityksen kokeminen. (Konu ym., 2021.)

Samaisen tutkimusten mukaan myös kansallispuistokävijöiden profiili on muuttunut viimeisen 20 vuoden aikana. Demografisissa muutoksissa näkyy erityisesti naisten sekä iäkkäämpien kävijöiden osuuden kasvu. Päiväkävijöiden sekä yksin puistoissa vierailevien osuus on myös kasvanut samalla kun viipymän kesto on lyhentynyt.

Matkailutoimialalla tällaisten kävijäryhmien ja käyntiaikojen tunnistaminen on tärkeää, koska potentiaalisista asiakkaista voidaan muodostaa ryhmiä, joilla on samanlaisia motiiveja, tarpeita ja kiinnostuksen kohteita. Asiakassegmenttien tuntemuksen ja ymmärryksen lisääntyessä voidaan kehittää palvelutar-

jontaa paremmin tarpeita vastaavaksi. Myös matkailumarkkinointi edellyttää matkailijoiden segmentointia, jotta viestintää voidaan kohdistaa tehokkaasti valituille kohderyhmille.

Visit Finland on määritellyt kohderyhmätutkimuksen perusteella luonnossa liikkumisen ja luontomatkailun kannalta mielenkiintoisimmat ryhmät kattokäsittelen ”modernit humanistit” alle. Nämä kuusi merkittävää asiakassegmenttiä ovat luonnon ihmeiden metsästäjät, aktiiviset seikkailijat, luontonautiskelijat, aitouden etsijät, suomalainen luksus ja citybreikkaajat.



Suomeen suuntautuvan matkailun asiakassegmentit. Kuva Visit Finland, n.d.

Luonto on keskeinen kokemuksia rikastuttava tekijä ja aito elämystehdas. Luontonautiskelijat keskittyvät luontoon ja haluavat ladata akkujaan luonnon rauhassa ja kauniissa maisemissa. He suosivat kansallispuistoja ja aitoja luontokokemuksia metsissä, järvillä ja saaristossa. Luonnon ihmeiden metsästäjät haluavat ainutlaatuisia luontokokemuksia ja erityisesti revontulien kokeminen, yön yö ja kaamos ovat tavoiteltavia elämyksiä. Aktiiviset seikkailijat ovat innokkaita luonnossa toteutettavien aktiviteettien harrastajia ja esimerkiksi eläinten tarkkailuun voi yhdistää vuoden aikaan sopivia vesi-, lumi- ja maastoaktiviteettejä. Aitouden etsijät haluavat sulautua paikallisten joukkoon ja välttää ”turistirysiä”. Tätä näkemystä tukee myös kansallispuistokävijätutkimusten havainto, että toiset ihmiset koettiin häiritsevän luonnon kokemista.

Myös mökit ympäristöineen mahdollistavat edellä lueteltuja luontokokemuksia. Mökkilomailu onkin ollut koronakesinä todella suosittua, mutta myös etätyötä on mökeillä tehty, ja yöpymiset sekä omilla että vuokratuilla mökeillä ovat lisääntyneet lähes puolitoistakertaisiksi verrattuna vuoteen 2019 (Marski, 2021). Mökkeily on moderneille humanisteille sitä suomalaista luksusta.

Toimintaympäristö

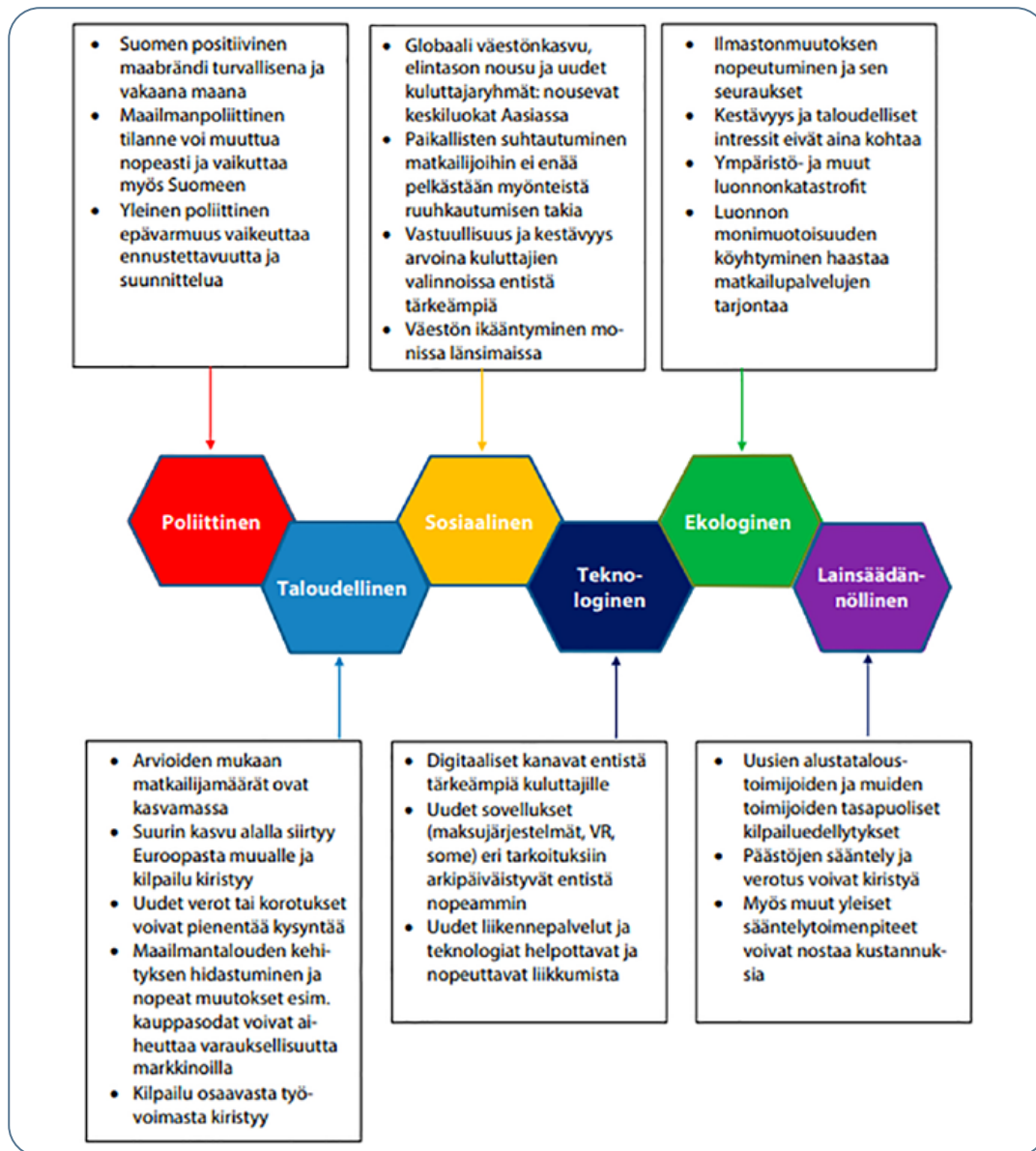
Yhdyskuntasuunnittelussa luodaan edellytyksiä hyvälle elinympäristölle sekä edistetään ekologisesti, taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävä kehitystä. Maakuntakaava on yleispiirteinen suunnitelma alueiden käytöstä maakunnan alueilla, jossa esitetään alueiden käytön ja yhdyskuntarakenteen periaatteet sekä osoitetaan maakunnan kehittämisen kannalta tärkeitä alueita. Käytännössä maakuntakaavassa linjataan missä elinkeinotoimintaa harjoitetaan ja missä suojellaan luontoarvoja. (Keski-Suomen luonnon ja kulttuurin virkistys- ja matkailukäytön selvitys, 2020.) Tampereen yliopiston johtamisen ja talouden tiedekunnassa tehdyssä tutkimuksessa on tarkasteltu maankäytöstä vastaavien johtavien viranhaltijoiden kokemuksia roolistaan asukkaiden hyvinvoinnin edistämisessä, ja millaisiin hyvinvointikäsityksiin ja hyvinvointitietoon he nojaavat työssään. Tulokset osoittavat, että käytössä oleva hyvinvointitieto ei vastannut laajentuneisiin hyvinvointikäsityksiin. Myös hyvinvoinnin edistämiseksi perustettujen hyvinvointityöryhmien toiminnassa sekä kuntien lakisääteisissä hyvinvointikertomuksissa ja -suunnitelmissa tunnistettiin selviä puutteita. Aiemmat tutkimukset ovat korostaneet, että kuntien lakisääteinen hyvinvoinnin edistämistehtävä edellyttää toimialarajat ylittävää monialaista yhteistyötä. (Sahamies, 2020.)

Eri toimialojen välinen yhteistyö koettiin melko jännitteiseksi, mutta siitä huolimatta monialainen yhteistyö hyvinvointiin liittyvissä kysymyksissä on merkityksellistä. Tutkimuksessa haastatellut viranhaltijat kokivat pystyvänsä vaikuttamaan hyvinvointiin etenkin edistämällä liikkumaan kannustavaa yhdyskuntarakennetta, turvaamalla viherverkostoja sekä ehkäisemällä eriarvoisuutta kohdentamalla investointeja alueille, joihin on kerääntynyt huono-osaisuutta. (Sahamies, 2020.)

Hyvinvoinnin aluerakenne muodostuu Keski-Suomen maakunnan toimijoista, mutta Keski-Suomi on osa globaalia toimintaympäristöä. Toimintaympäristöllä tarkoitetaan toimintaan olennaisesti vaikuttavia poliittisia, yhteiskunnallisia, lainsäädännöllisiä, taloudellisia, kulttuurisia, sosiaalisia ja luontoympäristöön liittyviä tekijöitä. Nämä tekijät on otettava kattavasti huomioon, kun hyvinvointia parantavia toimia suunnitellaan. Uuden hyvinvointialueen ja kuntien keskinäinen työnjako selkeytyy lähivuosina. On kuitenkin syytä muistaa, että kunnissa tehdään yhä tulevaisuudessakin toimia ja uudistuksia, jotka ovat lähellä arkea, lisäävät elinvoimaa ja vaalivat ympäristöä sekä hyvinvointia.

Kunnilla on tärkeä rooli alueellisen yhteistyön rakentamisessa ja voidaankin puhua kestävä kehityksen tavoitteita mukaillen ekologisesta jälleenrakennuksesta. Oikein toimin toteutettuna ekologisen kestävyysparantaminen jälleenrakentamalla tuottaa hyvinvointihyötyjä ja ennaltaehkäisee terveyshaittoja. Meidän Keski-Suomi -projektissa syvennyimme tulevaisuuteen puolistrukturoidun haastattelun kautta ja keskustelimme keski-suomalaisen toimijoiden kanssa siitä, millaisia uusia avauksia heillä on hyvinvointipalveluihin ja millainen merkitys luontoympäristöllä on palveluiden mahdollistajana. Toimintaympäristön tarkastelu matkailun viitekehyksestä tarjoaa myös laajempaa näkökulmaa hyvinvointitalouteen (kuva s. 57).

Globaalit megatrendit, kuten kaupungistuminen ja lisääntynyt kiinnostus ympäristöasioista mahdollistavat luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisen luontomatkailun keinoin, kuten Luonnonvarakeskuksen tutkimusprofessori Liisa Tyrväinen on usein todennut (Konu ym., 2021). Miksi laajasta näytöstä ja selkeästä kiinnostuksesta huolimatta tutkimusnäyttöön perustuvien hyvinvointipalveluiden myyminen on haastavaa? Millaista tarjontaa Keski-Suomesta löytyy ja mikä on näiden palveluiden ansaintamalli?

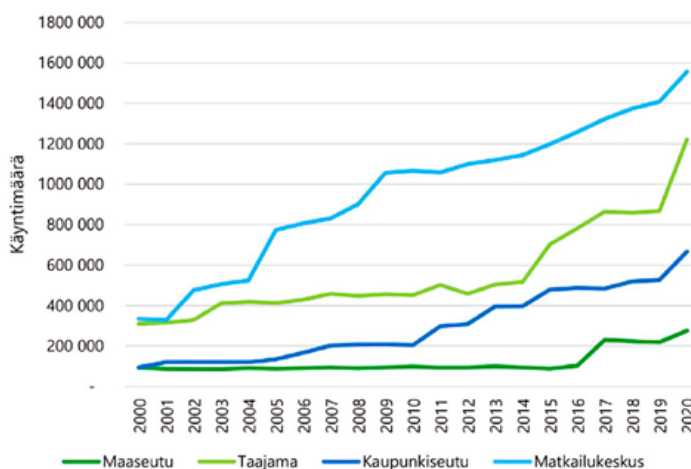
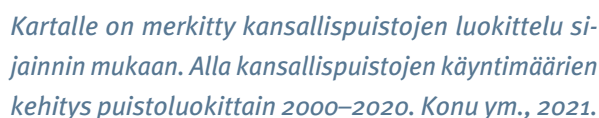


Matkailun toimintaympäristön analyysi. TEM, 2021.

Luontomatkailu

Laadukkaat ja helposti saavutettavat virkistysmahdollisuudet sekä luontomatkailukohteet tukevat tutkusti kansalaisten elämän laatua, terveyttä ja hyvinvointia (Konu ym., 2021). Kestävä matkailu edistää paikallisyhteisön hyvinvointia monipuolisesti – taloudellisesta, ekologisesta, sosiaalisesta, kulttuurisesta ja poliittisesta näkökulmasta. Keski-Suomen matkailustrategiassa visioidaan, että Keski-Suomi olisi ”esimerkillisen vastuullinen ja kansainvälisesti menestyvä Järvi-Suomen luonto-, elämys- ja kulttuurimat-

Viime vuosien aikana on ollut selkeästi havaittavissa omatoimisuuden kasvua etenkin luontomatkailussa. Elvyttävässä ja uudistavassa matkailussa tavoitteena on edistää niin ihmisen kuin ympäristön hyvinvointia ja saada merkityksellisiä elämyksiä. Kiinnostus näkyy osaltaan halukkuutena osallistua suojelualaisten hoitoon, ja esimerkiksi halukkuus osallistua Metsähallituksen lammaspaimenviikolle on kasvanut vuosi vuodelta. Koronapandemia on vauhdittanut tätä kehitystä merkittävästi, kun ihmiset haluavat liikua ja harrastaa ulkoilmassa turvallisesti ja turvavälit säilyttäen. Ilmiö on näkynyt merkittävänä kasvuna myös Metsähallituksen kansallispuistojen ja muiden ulkoilualueiden kävijämäärissä.



Luontokohteista tunnetuimpia ja vetovoimaisimpia ovat kansallispuistot, jotka on luokiteltu neljään luokkaan: maaseutupuistot, taajamapuistot, kaupunkiseutupuistot ja matkailukeskuspuistot. Kävijämäärillä tarkasteltuna matkailukeskuspuistot ovat olleet suosituimpia koko 20 vuoden tarkastelujakson ajan (kuva 4). Niiden käyntimäärien vahvempi nousu alkoi jo viitisentoista vuotta sitten, kun taas muissa puistoluo- kissa vahva suosion nousu on tuoreempi ilmiö. (Konu ym., 2021.)

Metsähallituksella on merkittävä rooli luonto- ja erämatkailun arvoketjussa. Suomen matkailustrategia vastuuttaa Metsähallitusta edistämään luontomatkailua. Tämä on realisoitunut vuositasolla 8,5 miljoonnan ihmisen vierailuna Metsähallituksen hallinnoimissa luontokohteissa. Keski-Suomen kansallispuistoissa ja retkeilykohteissa vieraili vuonna 2021 yli 133 000 kävijää. Metsähallituksen ylläpitämä palveluvarustus, matkailuyrityksille tarjottavat alueet, kehittämissuunnitelmat ja kaavoitus matkailualueilla, luontokeskukset sekä metsästys- ja kalastusluvut ovat esimerkkejä toiminnasta, jotka palvelevat myös luonto- ja erämatkailua. Olemassa olevaa infraa hyödynnetään myös aiempaa tehokkaammin, esimerkiksi metsäautoteitä ja talousmetsien reittejä tarjotaan matkailuyrittäjien hyödynnettäviksi.

Haastatteluissa selvisi, että keski-suomalaiset yrittäjät kokevat lähialueen luontokohteiden ja reitistöjen olevan entistä tärkeämpi osa markkinointia ja yritysmielikuvan rakentamisesta. Pandemian osittain aiheuttama lisääntynyt kiinnostus luontoa ja reitistöjä kohtaan näkyy myös yritysten toiminnassa. Yritykset kehittävät palveluja, joissa asiakkaat voivat käyttää myös luontokohteiden palveluja yritysten omien palveluiden lisäksi. Yritykset ovat entistä kiinnostuneempia yhteistyöverkostoista ja luontopalveluita tuotetaan uusien alihankkijoiden ja kumppaneiden kanssa. Nekin yritykset, joilla ei vielä ollut tarkoitus- ta investoida, aikoivat jatkossa nostaa luonto- ja hyvinvointimatkailun mahdollisuuksia esiin vähintään

Salamajärven kansallispuisto

Asiakaslupaus:

Vaella metsäpeuran jäljillä Peuran polulla ja ka-
lasta taimenta kansallispuiston puhtaissa vesissä.
Aisti metsäpeuran valtakunnan rauha ja tarkkaile
kevääseen heräävän suon huumaa luontotornis-
ta. Kivikkoiset kankaat, laajat suot ja monipuoli-
set reitit tarjoavat unohtumattomia eräkokemuk-
sia. Koirasalmi kämppäkartanoineen on portti
koko perheen luontoelämyksiin.



Pinta-ala: 6 500 hehtaaria

Käyntimäärä vuonna 2020: 25 900 käyntiä

Kävijät: kansainväliset matkailijat 4 %, kotimaiset matkailijat 85 %,
paikalliset asukkaat 11 %

Palvelut: luontotupa, 2 autiotupaa, 4 vuokratupaa, 11 taukopaikkaa, 2 vuokrattavaa sau-
naa, asuntovaunualue, 9 retkeilyreittiä, Peuranpolun vaellusreitti, virkistyskalastuskoh-
de.

Matkailun yhteistyöyritysten määrä: 24

Toimintaympäristö: Suomenselän vedenjakaja-alueella sijaitsevaa Salamajärven kan-
sallispuistoa luonnehditaan eteläisen Suomen laajimmaksi erämaa-alueeksi. Syrjäinen
sijainti ja erämainen luonne tekevät tästä kansallispuistosta erityisen virkistyskohteen.
Salamajärveltä on matkaa Kokkolaan noin 120 km ja Jyväskylään 150 km. Kansallis-
puisto on yhteydessä Salamajärven luonnonpuistoon.

*Salamajärven kansallis-
puiston palvelukortti. Konu
ym., 2021.*



Erilaiset luontoreitistöt ja -kohteet tunnistettiin laajasti alueen kehittämiskohteeksi ja vahvuudeksi. Reitistöt toimivat sekä paikallisten hyvinvoinnin lähteenä, että myös matkailijoille kehitettyjen palveluiden alustana. Kuva Juho Jäppinen.

omassa markkinoinnissaan. Yrittäjät olivat valmiita markkinoimaan alueen reitistöjä ja erilaisia luontokohteita, sekä niiden palveluita. He myös toivoivat julkisilta toimijoilta, että alueen reitistöjen opasteet, parkkialueet, viitoitukset ja taukopaikat olisivat hyvässä kunnossa.

Jokamiehenoikeuden mahdollistavat suomalaisille laajat oikeudet nauttia luonnosta ja luontoon on oma-toimisesti lähtenyt liikkumaan uusia kulkijoita. Lisääntynyt liikkuminen ja uudet liikkumistavat tuovat haasteita erityisesti reittien ja retkeilyalueiden turvallisuudelle, koska liikkujissa on aiempaa enemmän kokemattomia ensikertalaisia. Uusien käyttäjien turvallisuus edellyttää panostusta internetistä löytyvään ennakkoinformaatioon sekä kohteissa entistä selkeämpää lähiopastusta ja viitoitusta. Lisääntynyt ulkoilu ja trendilajit ovat lisänneet myös vuokrauspalveluiden käyttöä. Turvallinen vuokraustoiminta edellyttää, että asiakkaiden perehdytys ja opastus sekä ohjaus reiteille tehdään ammattimaisesti (Marski, 2021). Pyöräily ja erityisesti maastopyöräily on vahvassa kasvussa, ja useissa matkailukeskuksissa on käynnissä mittavia pyöräilyn kehitysprojekteja, lisäksi myös talvikävely, lumikenkäily ja liukulumikenkäily ovat kasvattaneet suosiotaan. Jyväskylän Latu avasi helmikuussa 2022 kaikkien vapaassa käytössä olevan merkityn lumikenkäreitin, näin myös ensikertalaiset voivat turvallisemmin liikkua talvisessa metsäluonnossa (Lundell, 2022).

Vastuullisuus

Puhtaassa luonnossa toimiminen antaa yrityksille ainutlaatuisen toimintaympäristön ja kilpailuvallin, mutta tuo mukanaan myös velvollisuuden luonnon suojeluun ja säilyttämiseen. Ulkoilun ja retkeilyn lisääntyessä on ilmennyt jo suosituimmilla luontokohteilla ”liikamatkailua”. Kulkijoita voi olla yksinkertaisesti liikaa; parkkipaikat ovat täynnä ja tienvarret tukossa, roskikset ja puuceet pursuavat yli äyräiden ja esiintyy erilaista häiriökäyttäytymistä. Kun kielteiset vaikutukset kasaantuvat ja kohteen kantokyky ylittyy, alkavat paikalliset asukkaat sekä myös retkeilijät reagoida ja siirtyvät pois. Kun luonto reagoi ihmismassoihin, eli esimerkiksi maaperän eroosio voimistuu tai biologinen monimuotoisuus vähenee, on myös luonnon kantokyky koetuksella.

Luontomatkailun kasvun tulisikin tapahtua hallitusti: on syytä tehdä laskelmia alueen kantokyvystä ja kuunnella erityisesti paikallisia asukkaita. Korjaavia toimenpiteitä voidaan tehdä mm. kohderyhmävalinnoilla, sesonkihuippuja tasaamalla sekä matkailijavirtojen ohjaamisella. Nämä toimenpiteet vaativat yhteistä tahtotilaa ja laajaa yhteistyötä sekä alueellisella, että kansallisella tasolla. Vaikka matkailulla on paljon myönteisiä tulo- ja työllisyysvaikutuksia, voi kasvu asettaa kestävyysvaatimuksia matkailualueiden ympäristöissä yhä kovemmalle koetukselle. Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelma tarjoaa matkailuyrityksille ja aluetoimijoille kestävä matkailun kehittämisen työkalupakin, ja ohjelman suorittaneille myönnetään myös STF-merkki. (Marski, 2021.)

Vastuullisesti toimiva yritys, joka osaa kertoa toiminnastaan ja arvoistaan asiakkaille selkeästi ja konkreettisesti tavalla, on tulevaisuuden menestynyt. Matkailijoiden arvopohjainen päätöksenteko lisääntyy tutkimusten mukaan kovaa vauhtia. Tutkimukset osoittavat myös, että vastuullisesti toimivien yritysten asiakastytyytyväisyys ja koettu laatutaso ovat korkeampia.

Asiakkaiden ohella myös jakelukanavat ja yhteistyökumppanit asettavat palveluiden tuottajille vaatimuksia ja edellyttävät näyttöä vastuullisista toimintatavoista. Jotkut kansainväliset matkanjärjestäjät vaativat jo nyt yhteistyökumppaneiltaan vastuullisen toiminnan suunnitelmia tai sertifiointeja yhteistyösopimuksien liitteiksi. Matkailijoille tärkeimpiä kestävyysvaatimuksia matkailupalveluissa ovat mm. vesi- ja energiatehokkuus sekä jätehuolto (kierrätys), paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallinen työllistäminen ja kulttuuriperinnön vaaliminen. Myös jatkuvapuiteinen metsänkasvatus on tärkeää, koska maisemien merkitys tunnustetaan osana matkailijan kokemuksia. Yritykset saavat myös merkittäviä kustannussäästöjä energian- ja vedenkulutuksen sekä jätemäärän vähentämisen kautta. Energiatehokkuus on myös yksi tärkeimmistä keinoista torjua ilmastonmuutosta. Matkailukeskuksissa onkin tehty ekologisen kestävyysnimenä jo muutamien vuosien ajan esimerkiksi uudenlaisia energiaratkaisuja. (Marski, 2021.)



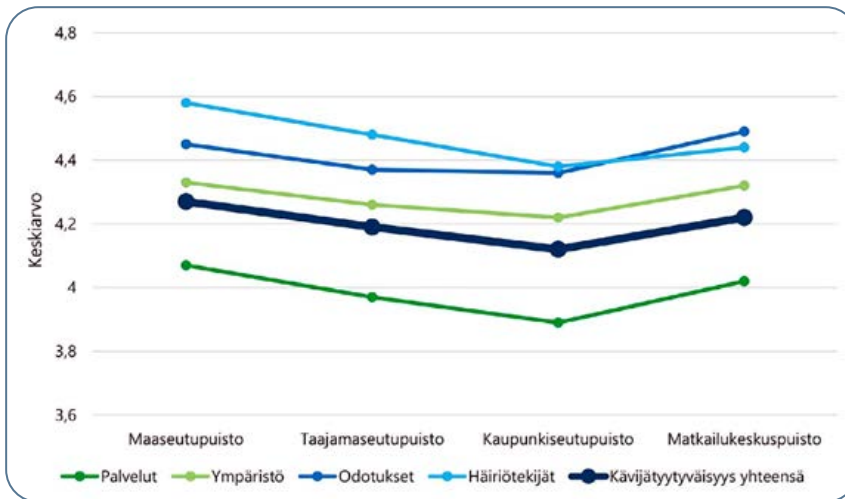
Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen elinkeinotoimintana

Hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseksi ei ole olemassa yksiselitteistä ratkaisua. Tarvitsemme uutta ymmärrystä, uusia käytännöllisiä menetelmiä ja tehokkaita, käytännönläheisiä toimintamalleja sekä yksilö- että yhteisötasolla. Toiminnan on oltava monella tasolla samansuuntaista ja palveluiden tuottamisessa tarvitaan monialaista yhteistyötä. Yhteistyöhön pohjautuvat toimintamallit eri toimijoiden välillä synnyttävät sellaista arvoa, joka edistää kaikkien osapuolten päämääriä. Parhaat mahdollisuudet ovat niillä toimijoilla, jotka ryhtyvät hyödyntämään vahvuuksiaan varhain ja panostavat innovointiin. Myöhemmät kehittämissaannot sisältävät riskin jäädä edelläkävijöiden varjoon tai ajautua kovaan kilpailutilanteeseen. (Keski-Suomen hyvinvointitalous, 2018.) Hyvinvointipalveluita on ketterintä kehittää vapaa-aika ja matkailupalveluiden kautta. Luonnon tutkittuja terveyshyötyjä kytetään eripuolilla Suomea sosiaali- ja terveyspalveluihin esimerkiksi perustamalla terveysmetsiä, mutta myös hyödynnetään osana kansallista matkailumarkkinointia nostaen suomalaisia hyvinvointimatkailutuotteita kansainvälisten asiakkaiden tietoisuuteen. (Konu ym, 2021.)

Hyvinvointipalvelut ja lähimatkailu

Hyvinvointia ja piristystä arkeen haetaan perhepiirissä ja ystävien kanssa. Matkailututkimuksissa usein korostetaan, että matkakohdevalinnassa vaikuttaa halu tutustua sellaiseen ympäristöön, joka poikkeaa omasta elinympäristöstä. Erilaisten elämyspalveluiden ja luontoelämysten kysyntä on perustunut ennen pandemiaa yritysasiakasryhmien tarpeisiin, mutta viime aikoina kysyntä on lisääntynyt myös yksittäisten asiakkaiden puolelta. Eräs haastateltava totesi, että kun mietimme asiaa keskisuomalähtöisesti pitää muistaa, että ihmisten motivaatiot vierailu luonnossa ovat hyvin erilaisia ja henkilökohtaisia. Meiltä Keski-Suomesta puuttuvat laajat erämaa-alueet, joten puhuttaessa keskisuomalaisista luontokohteista pu-

Edellisen sivun kuva: Tyhy-päivän venyttelyosuudessa Jyväskylän Mattilanniemessä. Kuva Juho Jäppinen.



Kansallispuistot keräävät yleisesti hyviä arvosanoja. Kävijät toivovat positiivista kehitystä erityisesti palveluihin. Konu ym. 2021.

hutaan pääasiassa ns. lähimatkailusta. Tällöin korostuu matkailijoiden motiivi päästä hieman irti omasta kotiarjestaan ja etsiä kohteita, joissa he voivat rentoutua ja käyttää aikaa heille tärkeiksi koettujen asioiden parissa. Myös keski-suomalaisille luonnossa liikkujille ovat tärkeitä toimivat matkailupalvelut ja lähipalvelut; luontokohteiden saavutettavuus, parkkipaikat, opasteet, reitistöt, taukopaikat ja toiletit. Ulkomaalaisten kohdalla haastatteluissa korostui näiden edellä mainittujen laadukkaiden peruspalveluiden lisäksi elämyspalvelut, kuten opaspalvelut, vuokrauspalvelut, ruoka- ja juomapalvelut.

Yrittäjien haastatteluissa tuli selvästi esille, että erilaiset luonnossa liikkumiseen tarkoitettujen välineiden vuokraaminen on lisääntynyt ja matkailuyritykset panostavat näiden palveluiden parantamiseen uusilla investoinneilla. Investoinnit koskevat niin ulkoiluvälineitä kuin sähköistä varaamista. Näiden lisäksi osa yrityksistä näkee erilaisten ohjaus- ja opaspalvelut mahdollistavan uutta tai kasvavaa liiketoimintaa. Ohjaus- ja opaspalvelut lisäävät tarvetta uusille rekrytoinneille ja henkilöstön osaamisen kehittämiseksi.

Yhteistyön ja kumppanuuksien kautta elämyspalveluiden tuottamisessa on haasteena riskin jako. Kuinka yrittäjän riskillä toteutettavat maksulliset viikko-ohjelmatyypiset elämyspalvelut saataisiin kattavasti Keski-Suomeen? Kysyntä tunnistetaan ja tällaisia elämyspalveluita Keski-Suomesta löytyy, mutta selkeä varaus- ja myyntialusta ja laajempi yhteismarkkinointi puuttuu. Ilman varmuutta sitoutuneesta elämyspalveluista tuottavasta yrittäjästä taas ei voi markkinoida takuulähtöisiä elämyspalveluita. Yrittäjät toivoisivat Keski-Suomen ja jopa aluerajojen ylittävää yhteistyötä, että varsinkaan tällaiset yrittäjän riskillä toteutettavat maksulliset viikko-ohjelma-tyyliset palvelut eivät osuisi samoille päville ja yrittäjät voisivat markkinoida toisiaan ristiin. Ongelmaksi ei koettu yhteistyötä tai toisten markkinoimista, vaan toiminnan koordinoimista. Haastatellut yrittäjät lähettivät koordinoitaita julkisille toimijoille, kuten erilaisille Visit-organisaatioille.

Alustat

Kuntasektorilla erilaiset karttapohjat ja alustaratkaisut herättivät kiinnostusta, mutta erilaisia vaihtoehtoja on paljon ja toimijoilla ei ole riittävästi tietoa missä pitäisi olla mukana. Erityisesti ajantasaisille, internetistä löytyville latu- ja ulkoilureitistikartoille on suuri tarve. Digitalisoituminen ja erilaisten verkkopalveluiden kasvava tarve haastaa myös Metsähallituksen palveluita – ihmiset haluavat tutustua kohteisiin ennakkoon ja tehdä varauksia sekä saada maastossakin tietoa kohteista (Nurro, 2021). Uudenmaan ja Varsinais-Suomen alueella ovat virkistysalueyhdistykset olleet aktiivisia ja hyödyntäneet myös Leader-rahoituksia tällaisten karttasovellusten toteutuksessa. Myös Helsinki on kehittänyt EU-varoin luontokohteiden saavutettavuutta: <https://citynature.eu/fi/helsinki/>.

Keskisuomalaisen yritysten haastatteluissa nousivat esiin erilaiset myynti- ja markkinointialustat sekä mahdollisuutena että uhkana. Uhkana ja vaikeutena yrityksille on se, että koetaan tarpeelliseksi olla mukana useilla alustoilla. Näiden jatkuva seuraaminen ja päivittäminen vie aikaa omasta, aktiivisesta myyntityöstä. Samalla nähtiin sekä oma aktiivinen myyntityö, että erilaiset markkinointi- ja myyntialustat isoina mahdollisuuksina. Jos yritykset löytävät oikeat kanavat markkinoida omia tuotteitaan ja ovat itse sopivan aktiivisia, niin uusien asiakkaiden hankkiminen varmasti helpottuu. Vaikeutena onkin tällä hetkellä löytää ja valita oikeat kanavat ja markkinapaikat, kun erilaisia alustoja tarjotaan niin paljon. Tästä syystä yritykset ovat valmiita maksamaan vain varmasta kaupasta, eli käytännössä komissioita toteutuvasta kaupasta. Muuten uusien alustojen kautta ei helposti lähetä markkinoimaan. Yksi ratkaisu edellä mainittuihin ongelmiin on Visit Finlandin suomalaisille matkailualan yrityksille rakentama Data-Hub -tietokanta, johon yritykset voivat tallentaa tiedot yrityksestään sekä tarjoamista tuotteista ja palveluista. Rajapinnan kautta tietoja voidaan hyödyntää monin tavoin ja eri kanaviin.

Harrasteryhmien ulkoilu- ja kilpailutapahtumat

Matkailuyrittäjät kokevat tapahtumat erittäin tärkeiksi myös liiketoiminnan näkökulmasta. Yrittäjien mielestä tapahtumien yhteydessä uudet kävijät ja taustajoukot voivat tutustua myös alueen muihin lähikohteisiin ja matkailupalveluihin. Näin matkailijat myös viettävät paikkakunnalla pidemmän ajan. Yrittäjät ovat valmiita järjestämään tapahtumia tukevia palveluita ja ohjelmaa myös omissa yrityksissään. Tällaisia palveluita ovat luonnollisesti majoitus- ja ravitsemuspalvelut, mutta myös muuntalaisia tukipalveluita voidaan järjestää. Suuria massatapahtumia ei pääasiassa haluta luontoon, mikäli tapahtumia ei pystytä toteuttamaan sitten, että tapahtumat eivät kuluta luontoa ja luontoarvot voidaan kunnolla turvata. Vuonna 2013 Jämsä-Jukolassa oli mukana yli 16 000 kilpailijaa ja järjestäjien ympäristö- ja luontovaliokunta piti huolen myös luontoarvojen vaalimisesta. Isojen tapahtumien vastuulliset järjestäjät ottavat huomioon kestävän kehityksen näkökulmat.

Monella haastatetulla oli toive, että lisääntynyt tietoisuus ja kiinnostus alueen reitistöistä lisäisi luontomatkailua myös tapahtumien ulkopuolella. On muistettava, että tapahtumat järjestetään usein yhdistysten talkootyönä ja samalla rakenteita kunnostetaan ja reittejä kestäväitetään myös kuntalaisten ja matkaaajien käyttöön.

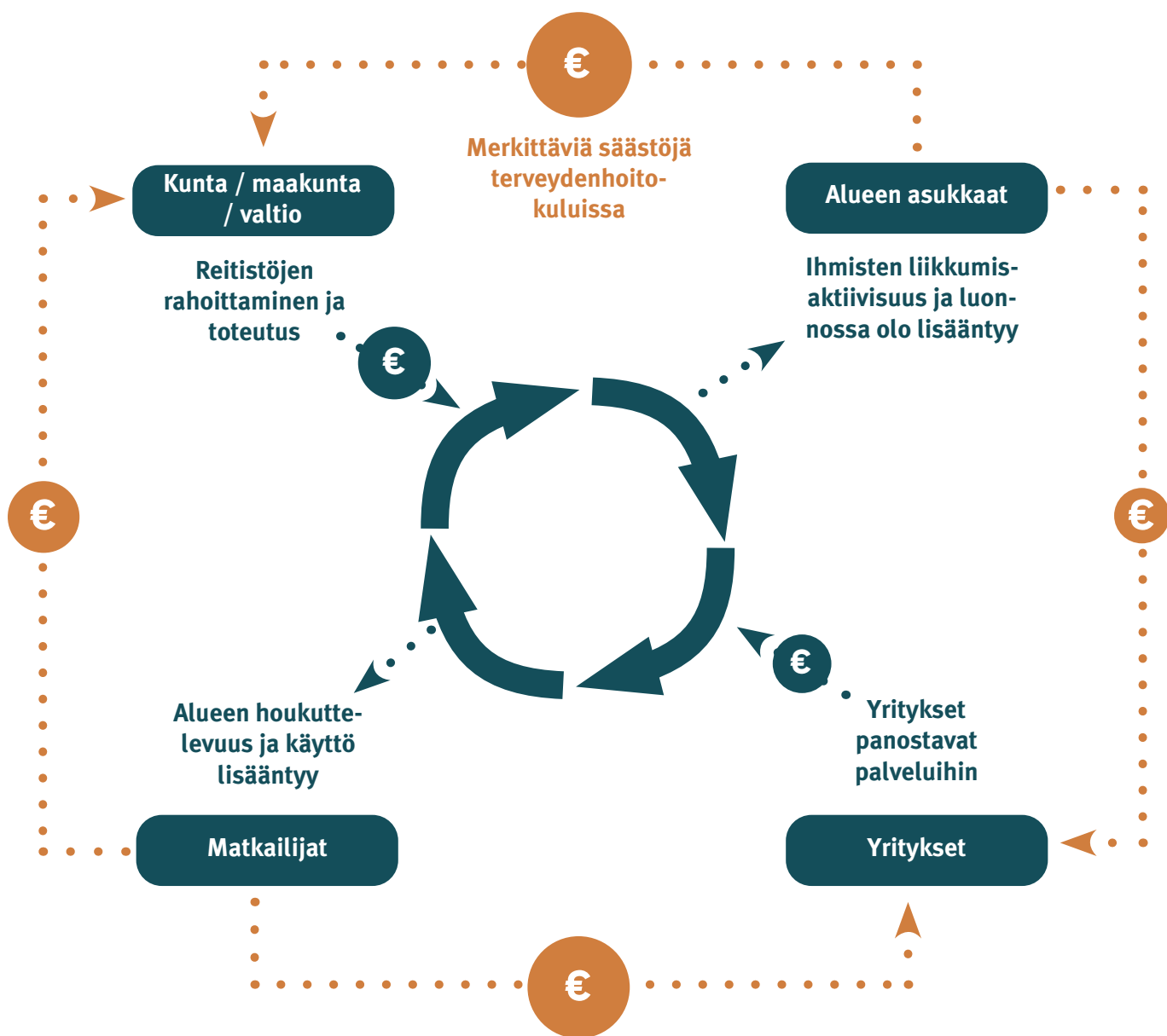
Luontokohteet ja reitistöt

Yksittäisten luontokohteiden lisäksi ulkoilun ja elämysten olosuhteita ovat rakennetut liikuntapaikat, ulkoilu- ja retkeilyalueet, kevyen liikenteen väylät, uimarannat ja puistot. Yrittäjät näkevät luontokohteiden ja reitistöjen houkuttelevan erityisesti yksittäisiä matkailijoita sekä pienempiä ryhmiä. Ryhmille halutaan tarjota luonnossa toteutettavia monipuolisia palveluita. Sekä yritykset että julkinen sektori olivat pääosin tyytyväisiä julkisiin liikuntapaikkoihin, varsinkin ulkoliikuntapaikkoihin. Ulkoliikuntapaikat monipuolistavat ihmisten vaihtoehtoja liikkumiseen ja ulkoiluun. Yhteistyö julkisten toimijoiden ja yritysten kanssa toimiikin pääasiassa hyvin ja kunnat omalta osaltaan pyrkivät luomaan myös yritysten asiakkaille mahdollisuuksia käyttää julkisia reitistöjä, kuten maastohiihtolatuja.

Osassa kunnissa ei vielä kuitenkaan täysin ymmärretä, kuinka tärkeä alueen vetovoimatekijä ulkoilureitit ovat. Haastatteluissa tuli esiin kuntia, joissa keskusteluyhteys eri toimijoiden välillä on erittäin heikko ja matkailuyritysten toiveet esimerkiksi latujen hoidosta aiheuttaa kahnauksia. Latuja ei haluta tehdä edes maksua vastaan. Toisaalta haastatteluissa ilmeni, että monessa kunnassa tehdään yhteistyötä reitistöjen kunnossapidossa erilaisten järjestöjen, useimmiten liikuntaseurojen, kanssa. Tällöin yhteistyö kunnan, seurojen ja yritysten välillä sujuu saumattomasti ja kaikki näkevät toisensa kumppaneina. Parhaimmillaan kunta näkee yritysyhteistyön laajemmin kunnan vetovoimatekijänä; laadukkaat matkailupalvelut houkuttelevat paikkakunnalle asiakkaita, syntyy uusia työpaikkoja ja aluetalouteen jää rahaa monin tavoin.

Toisaalta luontomatkailun infran ja erityisesti lähiluontokohteita yhdistävien, pitkien, yli kuntarajojen reittien kehittäminen on yhä haastavaa lukuisten maanomistajien, kuntien yhteistyön ja maakuntien tahtotilan johdosta. (Keski-Suomen luonnon ja kulttuurin virkistys- ja matkailukäytön selvitys, 2020.) Keski-Suomessa olisi kuitenkin erinomainen mahdollisuus pidemmälle runkoreitille Jämsä-Himos – Jyväskylä-Laajis – Laukaa-Peurunka -välille. Tämän runkoreitistön toteutus nivoisi kyseiset matkailukeskukset ja olemassa olevat palvelut vetovoimaiseksi kokonaisuudeksi. Tällä hetkellä Jämsä-Himos -alueella tehdään reitistösuunnitelmaa, Jyväskylän kiertävä maastopyöräily- ja vaellusreitti Maastis on jo suunniteltu ja Laukaassa Metsoreitistöä on alettu myös kehittämään.

Usean ministeriön yhteistyössä valmisteleva Luonnon virkistyskäytön strategia 2030 tavoitteena on viestiä luonnon virkistyskäytön hyödyistä laajasti eri sidosryhmille, huomioiden myös kansanterveyden ja kansantaloudellinen merkityksen. Näin ollen lähivuosina on luvassa myös poliittista ohjausta reitistöjen kehittämiseksi.



Luontoreitistöjen 'hyvän kierre'. Luontokohteiden ja reitistöjen suunnitteluun, toteutukseen ja ylläpitoon käytetty rahoitus tulee moninkertaisesti takaisin. Alueen asukkaat lisäävät liikkumista ja luonnossa oloa ja tällä tavalla edistävät hyvinvointiaan ja terveyttään. Lisääntynyt fyysinen aktiivisuus ja luonnosta saatavat hyvinvointihyödyt vähentävät parantuneen terveyden kautta sosiaali- ja terveydenhoitokuluja. Samalla laadukkaat reitistöt ja lisääntynyt luontoliikunnan kiinnostus luo pohjaa paikallisille yrityksille erilaisten tuotteiden ja palveluiden kehittelyyn ja myyntiin. Matkailijat hyötyvät sekä laadukkaista luontoreitistöistä, että parantuneista palveluista. He sekä lisäävät alueen kiinnostavuutta omassa lähiympäristössään, että myös tuovat rahaa paikallistalouteen. Kuva Juho Jäppinen.

Case Leivonmäki

Leivonmäen kansallispuiston kävijätutkimus kuvastaa Keski-Suomen luontomatkailun tilannetta. Kansallispuistomme ovat paikallisten suosimia päiväretkeilykohteita, ja Leivonmäellä paikallisten kävijöiden osuus on 52 prosenttia, käytännössä Jyväskylän seudulta. Leivonmäki luokitellaankin kansallispuistokategoriassa taajamapuistoksi. Leivonmäen kansallispuisto näyttääkin säilyttäneen roolinsa kotimaisten ja etenkin lähiseudun asukkaiden virkistyskohteena, jonne lähdetään varta vasten hakemaan luontokokeimuksia. Useimmiten tämä tarkoittaa päiväkäyntiä kansallispuistossa ja retkeilyä pienessä 2–5 hengen seurueessa, useimmiten oman perheen kesken. Noin viidesosalla on lisäksi mukanaan koira.

Leivonmäen kansallispuistossa kävijöiden tärkein syy vierailuun on luonnon kokeminen ja yli puolet vastanneista piti maisemia, rentoutumista, henkistä hyvinvointia, melusta ja saasteista poissa olemista sekä yhdessäoloa oman seurueen kanssa erittäin tärkeänä motiivina vierailulle. Kuntoilun merkitys on vähäisintä taajamapuistoissa, ja sen merkitys on suurin matkailukeskuspuistoissa. Maisemien sekä uusiin ihmisiin tutustumisen merkitys on pienin kaupunkiseutupuistoissa, kun taas niiden merkitys korostuu matkailukeskuspuistoissa.

Leivonmäen kansallispuiston kävijätyytyväisyys on huippulukemissa niin alueellisesti kuin valtakunnallisesti tarkasteltuna. Tutkimuksen perusteella on erityisen ilahduttavaa maastopyöräilyyn liittyen tehty havainto, jonka mukaan Leivonmäen kansallispuiston maastopyöräreitien pyöräilijät ja puiston patikoijat näyttävät tulevan keskenään hyvin toimeen, eikä reittien monikäytön näkökulmasta esiinny häiriötekijöitä.

Leivonmäen kansallispuiston kokonaistulovaikutukset olivat vuodessa 945 925 euroa ja kokonaistyöllisyysvaikutukset kahdeksan henkilötyövuotta. Kansallispuistossa koettuja terveys- ja hyvinvointivaikutuksia arvioidaan myös rahassa. Koettujen terveys- ja hyvinvointivaikutusten rahalliseksi arvoksi tuli keskimäärin 114 euroa per kävijä. (Konu ym., 2021.)



Leivonmäen kansallispuistossa maastopyöräilijät ja jalan liikkuvat ovat mahtuneet hyvin samoille reistöille kävijäkyselyjen perusteella. Kuva Juho Jäppinen, Leivonmäki.

Vetovoimainen Keski-Suomi

Kotimaanmatkailun kehitys on kääntynyt positiiviseksi. Matkailijamäärät ovat kasvaneet majoitusliikkeissä 22 prosenttia ja joillakin matkailualueilla jopa yli 90 prosenttia vuoden takaisesta. Suomen matkailualan liitto SMAL, Suomen Matkailuorganisaatioiden yhdistys SUOMA ry sekä Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Research Oy vertailevat vuosittain 127 matkailualueella mm. matkailijamäärien ja heidän viipymänsä sekä ympärivuotisuuden ja aluetaloudellisen merkityksen näkökulmista. Vertailussa menestyville alueille on yhteistä matkailijamäärän voimakas kasvu, matkailualan ympärivuotisuus ja majoitusmyynti korkea suhteessa alueen väkilukuun. Voittaja-alueella myös matkailijoiden viipymä on kasvanut vuoden aikana merkittävästi. Jämsän Himos sijoittui toiseksi vuoden 2021 matkailualueiden vertailussa, Koli oli ykkönen. (Himos-Jämsä, 2022.)

Aktiiviretkelijöiden internetsivuston, Retkipaikan, yleisöäänestyksessä Vuoden 2021 retkipaikaksi valittiin Puolangan Hepoköngäs ja kakkosijan sai Hankasalmen Häähninmäki. (Retkipaikka, 2022.) Parikymmenmetrisen tornin huipulle rakennettu näköalatupa ja hieno autiotupa ovat laajalti tunnettuja. Häähninmäki on matalan kynnyksen retkeilyreitistö ja se onkin loistava retkipaikka esimerkiksi lapsiperheille. Häähninmäen alueella on 35 kilometriä ylläpidettyjä reittejä, alueen toiminnasta vastaa Hankasalmen Latu ja Polku -yhdistys.



Lähiluonnon ja lähimatkailun mahdollisuudet on otettava vahvemmin käyttöön Keski-Suomessa. Vesistöt ovat osa keskisuomalaista mielenmaisemaa ja niillä liikkumista tulisi edelleen kehittää. Kuva Juho Jäppinen, Tuomiojärvi, Jyväskylä.

Haastatteluissamme korostui, että Keski-Suomea tulee myydä sen omilla vahvuuksilla, eikä lähteä lii-
kaa kilpailemaan muiden kanssa sellaisella, mitä Keski-Suomessa ei ole. Kun mietitään miten ja millä
tavoilla Keski-Suomi kilpailee matkailijoista, niin isoon rooliin matkailustrategiassa sekä haastatteluissa
nousi monipuolisuus. Keski-Suomessa kannattaa panostaa edelleen luontoon, hyvinvointiin, kulttuuriin
ja tapahtumiin. Useassa haastattelussa nousikin esille, että kaikkein vahvimilla olemme, kun osaamme
myydä ja markkinoida Keski-Suomea asiakkaille, jotka voivat yhdistää useita näitä alueen vahvuuksia.

Keski-Suomen matkailustrategian tavoitteena on ”Markkinoidaan ja myydään kotimaisille sekä kansain-
välisille asiakkaille aitoja paikallisia vahvuuksia, joista alueen matkailuyritykset ovat kehittäneet kilpailu-
kykyisiä, taloudellisesti kestäviä ja kannattavia tuotteita”. Haastatteluiden perusteella keskisuomalaiset
toimijat ovat lähteneet jo kohti strategian tavoitteita. Monet haastateltavat korostivat, että koronan aika-
na lähimatkailu on noussut yhä suositummaksi ja siihen tulee panostaa jatkossakin. Eräs haastateltava
totesi, että ulkomailta Suomeen saavuttaessa tuntuu yhtä pieneltä vaivalta jatkaa matkustamista Lap-
piin saakka, kuin pysähtyä Keski-Suomeen. Kotimainen, Etelä-Suomessa asuva luonnosta, kulttuurista
ja tapahtumista kiinnostunut matkailija taas kokee, että Keski-Suomi on paljon helpommin saavutetta-
vissa kuin Lappi. Eräs haastateltava totesi, että meillä ei ole Lapin luontoa, mutta meillä on upea ja mo-
nipuolinen keskisuomalainen luonto ja se on vain muutaman tunnin päästä Etelä-Suomen suurista kau-
pungeista. Haastateltava korosti saavutettavuutta sekä edullisempaa hintaa matkustaa Keski-Suomeen
Lappiin verrattaessa, ja varsinkin lyhyempää matkustusaikaa.

Visit Finlandin painopiste kotimaassa on alueellisen ja teemallisen yhteistyön rakentaminen ja toimivien
yritysverkostojen muodostaminen. Matkailun alueorganisaatioille jaettiin neljä miljoonaa euroa edistä-
mään Suomen matkailustrategian toimeenpanoa. Näiden hankkeiden sisällöissä painottuvat erityisesti
digitaalisten valmiuksien ja ratkaisujen kehittäminen, matkailun ympärivuotisuuden lisääminen sekä uu-
sien matkailutuotteiden rakentaminen ja kohderyhmien tavoittaminen. (Marski, 2021.) Lisäksi pandemian
johdosta hallitus suuntasi 0,5 miljoonaa euroa kotimaan matkailun elpymisen edistämiseen 100 syytä
matkailla Suomessa -kampanjalla, jossa koottiin matkailun helmet yhdessä Suomen paikallisten matkai-
luorganisaatioiden yhdistyksen (Suoma ry) kanssa. Keski-Suomesta mukaan pääsi yhdeksän kohdetta.

100 syytä matkailla Suomessa keskisuomalaiset kohteet

- Vapaudu kiireistä Varjolassa (Varjolan Tila)
- Ota iglu-unet Hankasalmella (Lomakeskus Revontuli)
- Jyväskylän keskustan kaunein pihapiiri (Toivolan vanha piha)
- Urbaania yökyläilyä Jyväskylässä (Time Hostel)
- Jyväskylän leppoisin burgerikontti (Morton)
- Joutsan kulttuurikolmio yllättää
- Aaltoa ja aaltoja Jyväskylässä (Alvar Aalto museo)
- Eräilyn ja löhöilyn Peurunka (Peurunka)
- Liikuttavan kaunis Keurusselkä (Hotelli Keurusselkä)

Keski-Suomen matkailustrategiassa tavoitteena on tehdä Keski-Suomesta yhteistyöllä, luottamuksella ja joustavalla toiminnalla matkailijoille asiakasystävällinen, laadukas, vetovoimainen ja kansainvälisesti tunnettu matkailualue. Haastatteluiden perusteella suurimmat haasteet ja mahdollisuudet löytyvät yhteistyöstä ja työnjaosta kaupallisten ja julkisten toimijoiden välillä. Eräs haastatettava totesi, että molemminpuolista tahtotilaa löytyy, mutta puuttuu selkeät toimintatavat ja resurssit, jotta kaikkia osapuolia hyödyttävästä yhteistyöstä saadaan sujuvampaa ja selkeämpää. Niin julkisella puolella kuin yrittäjien puolelta korostettiin, että tarvitaan selkeyttä yhteistyöhön ja selkeämpää asioiden koordinoimista. Haastatteluissa tuli esille tarpeita koordinoimisen lisäksi toimiviin myyntikanaviin, sekä selkeitä toimintatapoja palveluiden tarjoamiseen verkostojen kesken.

Haastateltavat toivoivat myös selkeyttä hankkeiden tavoitteisiin ja jatkuvuutta hankkeissa toimiviksi koettuihin toimintatapoihin. Jatkumo (elinkaariajattelu) nähtiin tärkeäksi, jotta onnistuneet toimintatavat saataisiin jatkuvaan käytäntöön. Haastatteluissa nousi esille myös, että usein yksittäisen toimijan, joko julkisen tai yksityisen, ei yksin kannata satsata jatkumoon, koska hyöty ei yksittäiselle toimijalle ole tarpeeksi suuri. Useat haastateltavat sanoivat, että he voisivat olla osaltaan mukana tukemassa jatkumoa, kunhan joku muu koordinoisi. Eräs haastatettava sanoi, että ennen hanketta pitäisi aina sopia kuka tai mitkä ovat tahot, jotka vievät hankkeista saatuja onnistumisia eteenpäin.

VAHVUUDET

- Luonto, puhtaus ja väljyys vahvoja vetovoimatekijöitä
- Suomen imago (moderni, turvallinen, siisti) hyvä
- Suomen saavutettavuus Aasian kasvavilta markkinoilta kilpailijamaita parempi
- Palvelut ovat kilpailun myötä kansainvälistyneet ja ovat laadukkaita
- Ala työllistää erityisesti nuoria ja tarjoaa työtä myös harvaan asutuilla seuduilla

HEIKKOUEDET

- Kynnys matkustamiseen kasvanut pandemian myötä
- Matkailuyrityksillä on niukat resurssit kehittämistyöhön ja investointeihin
- Toiminta edelleen sesonkiluonteista
- Yritysrakenne mikroyrityksvaltaista, isompia veturiyrityksiä koko maan tasolla vähän
- Digitaalisuutta hyödynnetty vain vähän koko palveluketjun osalta
- Palvelutarjonnan monipuolisuus, paketointi ja ketjuttaminen vaihtelevat eri alueiden välillä huomattavasti

MAHDOLLISUUDET

- Digitaalisuuden hyödyntäminen
- Laadun ja turvallisuuden vahvistaminen
- Tarjonnan uudistuminen tuotekehityksen, tarinallistamisen ja palvelumuotoilun keinoin
- Kestävyyden huomioiminen matkailussa
- Toimialarajat, maan rajat ylittävä ja sisäinen yhteistyö
- Ympäristö- ja terveyden parantaminen eri teemojen (esim. terveys, koulutus) avulla

UHAT

- Saavutettavuuden heikkeneminen
- Globaalit muutokset ja epävarmuus: taloudellinen taantuma, kasvava työttömyys, poliittinen epävarmuus
- Negatiivinen asenne matkailua ja matkailijoita kohtaan lisääntyy
- Kestävyyttä ei huomioida kokonaisuutena, keskitytään esim. ainoastaan ympäristölliseen kestävyys
- Kilpailu kansainvälisten matkailijoiden huomiosta kiristyy entisestään
- Toimialan houkuttelevuus työpaikkana uhkaa vähentyä

Kehittämistyö

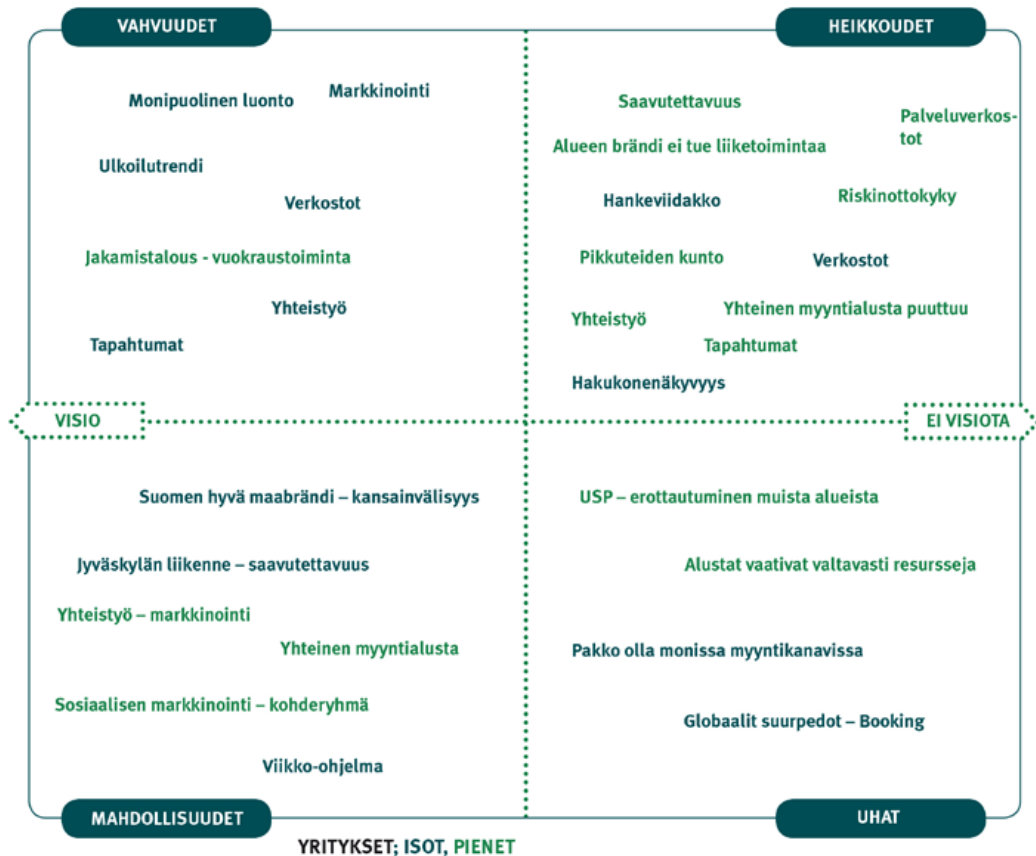
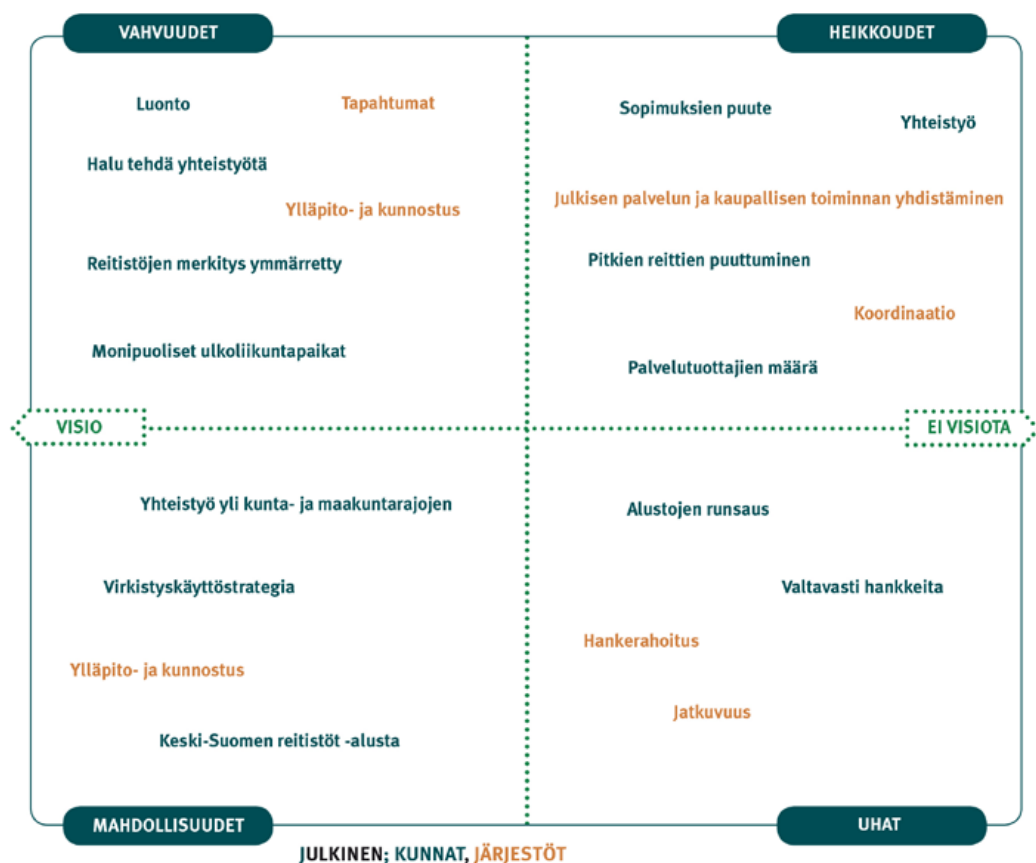
Suomen tavoitteena on edelleen olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Päämäärän saavuttaminen on mahdollista, jos vastaamme digitaaliseen muutokseen, edistämme ja hyödynnämme innovaatioita, kehittämme saavutettavuutta, panostamme kestäväen ja vastuullisen matkailun kehittämiseen sekä vahvistamme alan toimintaympäristön kilpailukykyä. Tämä edellyttää matkailualan toimijoiden pitkäjänteistä ja vahvaa yhteistyötä.

Keski-Suomessa on etenkin luontomatkailua kehitetty ensisijaisesti erilaisten projektien kautta, jolloin kokonaisvaltainen ja pitkän tähtäimen kehittäminen ei toteudu. Haastatteluissa ilmeni yhtenä merkittävimpänä heikkoutena erilaisten hankkeiden iso määrä ja toimijoiden tunne siitä, että touhutaan sen vuoksi, että on saatu hankeraha. Pitäisi olla aito tavoite, jolla esimerkiksi luotaisiin uutta liiketoimintaa tai muuta konkreettista, millä olisi jatkoa myös hankkeen jälkeen. Varsinkin matkailuyritykset toivoivat selkeyttä hankkeisiin ja niiden yhdistämistä toisiinsa isoimmiksi ja vaikuttavimmiksi kokonaisuuksiksi.

Yritykset kertoivat olevansa mielellään mukana hankkeissa, mutta kokivat samalla, että välillä samoja asioita käydään lävitse eri hankkeissa ilman selkeitä tavoitteita. Toisena haasteena hankkeissa oli varsinkin isommille yrityksille se, että hankkeen vetovastuu sysätään helposti heille, vaikka hanke saattaa hyödyttää heitä vain pieneltä osalta. Kiteyttäen sanoen yritykset toivovat parempaa koordinaatiota hankkeisiin ja selkeämpää työnjakoa sekä tavoitteita, jotka jäisivät elämään, kun hanke on ohitse.

Maakunnasta puuttuu selkeä roolitus erityisesti luontoon ja kulttuuriin pohjautuvan virkistyskäytön ja matkailun kehittämiseksi, joissa oleellista on pääosin julkisin varoin ylläpidettävien reitistöjen ja huollettavien maastorakenteiden turvallisuus ja laadukkuus. Merkittävin toimija tällä saralla on Metsähallituksen luontopalvelut ja haastatteluiden mukaan yhteistyöhön ollaan pääosin tyytyväisiä. Maakunnan alueella toimii aktiivisesti tällä hetkellä yksi virkistysalueyhdistys, Päijänteen virkistysalueyhdistys, joka toimii myös Päijät-Hämeen maakunnassa ja sen tarkoituksena on ensisijaisesti kehittää Päijänteen vesiretkelyä. Lisäksi Luonnonperintösäätiö ja Päijänteen luonnonperintösäätiö (PLUPS) ovat hankkineet maa- ja vesialueita Keski-Suomesta suojelutarkoituksiin.

Panostukset matkailutoimijoiden yhteistyöhön ja luonnon terveysvaikutusten edistämiseen näkyvät myönteisenä alueellisena kehityksenä. Tämä kannattaa huomioida jatkossakin, kun suunnataan rahoitusta suojelualueiden hoitoon, toteaa luontopalvelujohtaja Henrik Jansson Metsähallituksesta. (Nurro, 2021.) Kävijätutkimusten ja -laskentojen perusteella voidaan suunta-antavasti arvioida Suomen kansallispuistoissa vuonna 2021 vierailneiden henkilöiden kokemiksi terveysvaikutuksiksi noin 402 miljoonaa euroa (Kansallispuistojen terveyshyötyjä, n.d.). Keski-Suomessa kehityksen ja kasvun seurannassa keskeisenä mittarina on matkailukysynnän eli matkailijoiden rahankäytön kehitys (TEM, 2021). Keski-Suomi – Majoitustilastot ja Matkailutilastot – visitory ja THL:n Finsote-tutkimuksessa on hankittava Keski-Suomeen oma kysymyspatteristo, jossa esitetään kysymys Keski-Suomen strategian tavoitteen mukaisesti 20–60-vuotiaiden koetusta elämänlaadusta.



Tämän raportin haastattelujen pohjalta tehty keskisuomalainen SWOT-aanalyysi.

Haastatteluiden tulosten SWOT-analyysi

Yksityisten sekä julkisten toimijoiden haastatteluiden (otos 27) pohjalta tehdyssä SWOT-analyysissä löytyi kaikkia haastateltavia yhdistävänä tekijänä ja paikallisena vahvuutena Keski-Suomen monipuolinen ja kaunis luonto, sekä sopivan lähellä olevat reitistöt. Hankasalmen Häähninmäki on aktiivisten paikallisten ja kovan työn kautta noussut kansallisesti tunnetuksi retkipaikaksi. Harvassa kunnassa oli haastatteluiden mukaan käynnissä laajempaa reitistö- tai luontomatkailuprosessia. Jyväskylässä maastopyöräily- ja retkeilyreitti, Maastis, on suunniteltu projektirahoituksella, mutta tämä yli 60 kilometrin reitti on tällä hetkellä rakennettu vain pieniltä osin. Jämsässä kaupunki on käynnistänyt projektirahoituksella Himos-Jämsä -ulkoilureitistön suunnitteluprosessin. Reitistön tavoitteena on tarjota kuntalaisille ja matkailijoille selkeä, turvallinen ja laadukas mahdollisuus ulkoiluun. Reitistö tarjoaa monipuolisia reittivaihtoehtoja arkiliikuntaan, lähiretkelyyn, pidempien vaellusten sekä maastopyöräretkien tekemiseen matkailu- ja asutusalueiden läheisiin metsiin. Paikallisia projekteja on käynnisteillä myös mm. Petäjävedellä ja Viitasaarella.

Metsähallituksen hallinnoimien alueiden merkitys Suomen matkailulle on suuri. Esimerkiksi vuonna 2019 maan 40 kansallispuistossa ja viidellä retkeilyalueella vierailneiden matkailijoiden kokonaistulovaikutus oli arviolta 233 miljoonaa euroa ja kokonaistyöllisyysvaikutus yli 1 700 henkilötyövuotta. Kotimaan matkailijoiden rahankäytön painopiste oli majoituspalveluissa ja lähiseudun asukkailla ohjelmapalveluissa. Näiden jälkeen tuli kahvila- ja ravintolapalvelut, ja kolmantena ruoka- ja vähittäiskauppaostokset. Vastaukset vaihtelivat viidestä eurosta 3 000 euroon. (Konu ym., 2021.) Kyllähän suomalainen on aina kahvikupista valmis maksamaan, mutta kuka maksaa maisemista? Matkailukeskusten lähialueilla, vesistöjen äärellä sekä reitistöjen varsilla on syytä varmistaa komeat maisemat maisema-arvokaupoin (Luonnon ekosysteemipalvelut Keski-Suomessa, 2020).

Matkailutoimialan pk-yritykset ovat pandemian aikana uusiutuneet investoimalla, joten uskoa parempaan huomiseen löytyy. Yrityksistä 28 prosenttia on kehittänyt uusia tuotteita tai palveluita ja 21 prosenttia uudistanut työn organisointia mm. toimintatapoja kehittämällä ja panostamalla henkilöstön koulutuksiin. Toimialalla on myös panostettu asiakkaiden turvallisuutta parantaviin menetelmiin ja otettu käyttöön uusia digitaalisia välineitä ja verkkokauppa-alustoja. Digitaalisessa, globaalissa ja verkostoituneessa työelämässä työntekijöiden osaaminen korostuu. Osaamisen vahvistuminen kaikilla toimijatasoilla ja -tahoilla sekä siitä seuraava alan ammattimaistuminen on Suomen matkailun kehittymisen yksi keskeinen edellytys. Matkailuyritysten menestymiseksi myös matkailulle liitännäisillä toimialoilla (mm. henkilöliikenne, kaupan ala) tulee kiinnittää huomiota työntekijöiden osaamiseen. Hyvinvointipalveluissa osaaminen ja pätevyydet ovat korostuneet jo pidemmän aikaa. Tavoitteena on kasvattaa matkailutuloa panostamalla korkeamman jalostusarvon palveluihin. Haastattelemamme ravitsemusalan toimijat toteivat yksilöllisen palvelun sekä lähialueen raaka-aineiden luovan asiakkaille lisäarvoa. Matkailukeskusten vuokramökeissä lisääntynyt etätyö on mahdollistanut alueen ravintoloille take away -toiminnan ja ruokalahettipalvelut ovat tulleet jäädäkseen myös Keski-Suomeen. Tällä hetkellä matkailualan toimijat näkevät eniten kehittämistarvetta markkinoinnissa ja myynnissä. Parhaiten yritysten osaamistarpeisiin vastataan lyhytkestoisilla, joustavilla ja työelämälähtöisillä koulutuksilla. (TEM, 2021; Marski 2021.)

Hyvinvointipalveluissa avautuu myös täysin uudenlaisia liiketoimintamahdollisuuksia, jotka perustuvat luonnon hyvinvointivaikutuksiin. Biofilinen ajattelu, rakkaus kaikkea elävää kohtaan, voidaan katsoa olevan hyvin suomalainen tapa ajatella rakentamista, asumista ja sisustamista. Puurakennukset soveltuvat ympäröivään luontoon, rakennusten ikkunoista avautuvat ihmissilmää hiveleviä maisemia ja käytetyt sisustusmateriaalit ovat luonnonmukaisia. Luonto on innoittanut suomalaisia taiteilijoita ja arkkitehtejä luomaan kansainvälisesti tunnettuja luomuksia. Alvar ja Aino Aalto ammensivat jo aikoinaan ideoita järviluonnosta ja heidän suunnittelemien kalusteiden rakennusmateriaali oli usein puu. Kivijärvellä Hannunkiven Lomakylän Niliaitta on keskisuomalainen majoitusvaihtoehto luontomatkajaajalle, lasi-igluja kun on jo rakennettu ympäri maailmaa. Biofilisen tilasuunnittelun narratiivin keskiössä on jyväskyläläinen Naava.

Kaupallinen yhteistyö

Yritykset luonnollisesti rakentavat omat markkinointiviestinsä ja internet-sivustonsa, jossa asiakkaille tarjotaan tietoa ostopäätöksen tueksi. Myös luonto- ja ulkoilukohteista haetaan entistä enemmän tietoa ennakkoon ja alueen matkailupalvelut on etsittävä erikseen. Retkeilyvälineiden ja -asusteiden kauppa on lisääntynyt luonnossa liikkumistrendin myötä, myös retkieväiden suhteen makkaranpaistosta on päästy eteenpäin. Länsi-Ruotsissa luontotyöpäivien kaltaiset, joukkoistetut ulkoilutapahtumat, ideoitin yhteistyössä ulkoiluvaateyritysten (Didriksons, Craft, 8848) ja Sjuhärad-alueen kuntien kanssa. Keski-Suomessa on hyvinvointiin (ja ulkoiluun) erikoistuneita yrityksiä, joilla olisi taustalla mielenkiintoisia tarinoita hyödynnettäväksi ja potentiaalia kaupalliseen yhteistyöhön. Kaupallisen yhteistyön muotoja ovat mm. suosittelu- ja näkyvyyskampanjat sekä tapahtumat.



*Hyvinvointi-, ulkoilu- ja luontotoimijoiden taustatietoja, tiedot koottu toimijoiden sivustoilta.
Kuva Janne Laitinen.*

Sosiaalisen median kanavat tarjoavat nykyaikaisen ja mielenkiintoisen kanavan yrityksille potentiaalisten asiakasryhmien tavoittamiseen. Sosiaalisen median käyttäminen markkinoinnissa ja kaupallisen yhteistyön alustana edellyttää riittävän seuraajajoukon, jotta osapuolet hyötyvät yhteistyöstä. Sivustoilla kävijöille voidaan suositella kumppaneiden tuotteita ja palveluita ja evästeet (*cookies*) mahdollistavat yhä henkilökohtaisemman tarjooman. Blogikirjoituksissa ja videoblogeissa (*vlog*) voidaan myös suositella kumppaneiden tuotteita ja palveluita, tällaisesta kaupallisesta yhteistyöstä on mainittava avoimesti ja selkeästi. Kaupallinen yhteistyö ei ole usein mahdollista yleishyödyllisten toimijoiden toimintaperiaatteiden ja sääntöjen vuoksi, mutta varainhankintaa on uudistettava, jotta yleishyödyllinen palvelutoiminta on mahdollista tulevaisuudessa. Esimerkiksi Metsähallituksen kävijätutkimuksissa on selvinnyt, että kansallispuistojen kävijät, joita on siis vuosittain 8,5 miljoonaa, etsivät ennakotietoa ensisijaisesti Metsähallituksen ylläpitämiltä kansallispuiston omilta sivuilta. Kansallispuistoilla on myös omat Facebook-sivut, joita Metsähallitus myös ylläpitää. Keski-Suomen kansallispuistojen Facebook-sivuilla on seuraajia yli 3 000. Merkittävä joukko luonnosta ja ulkoilusta kiinnostuneita ihmisiä.

Ansaintamallit

Pitkäjänteinen toiminta vaatii sitoutuneita toimijoita ja heillä pitää olla riittävät resurssit toimintaan. Harvalla toimijalla on valtion budjettivarat käytössä, kuten Metsähallituksella, joten rahoitus on löydettävä toisaalta. Myös Metsähallitus on uudistanut toimintabudjetin tasapainottamista kasvaneeseen kävijämäärään ja myy Eräluvat-verkkokaupassa matkailuyrittäjille vuorokausiperusteisia retkeilyrakenteiden käyttöoikeuslupia. Myös yksityishenkilöille on verkkokaupassa tarjontaa, esimerkiksi Salamajärven kansallispuiston Valvatin kämpälle on maksettavissa ennakoon saunamaksu.

Metsäalan järjestöt ja säätiöt tekevät tiivistä yhteistyötä metsäteollisuuden suurtoimijoiden kanssa ja saavat esimerkiksi puukaupan menekinedistämismaksuja toimintansa tueksi. Jäsenmaksut ovat toinen selkeä keino rahoittaa toimintaa. Metsänhoitoyhdistysten jäsenmaksut ja palvelumaksut ovat verovähennyskelpoisia ja jäsenedut sekä kumppanuudet ovat merkittäviä. Luonnonperintösäätiöt vastaanottavat lahjoituksia ja heillä on arvopohjaiset verkkokaupat, ja näillä tuloilla rahoitetaan uusien suojelualueiden hankintaa. Virkistysalueyhdistykset keräävät jäsenkunnilta rahoituksen asukaslukuun suhteutettuna ja näin saavat toimintabudjetin kuntalaisten virkistysalueiden kunnostukseen ja ylläpitoon. Päijänteen virkistysalueyhdistyksellä on käytössään Mobilepay, jolla voi kätevästi hoitaa heidän ylläpitämissä kohteissa osin vapaaehtoiset puu- ja saunamaksut. Myös suosiotaan kasvattaneessa frisbeegolfissa uusien, yksityisten ratojen käyttömaksut kerätään usein Mobilepay-sovelluksella.

Ulkoi- ja liikuntajärjestöjen jäsenmaksuilla saadaan myös jäsenetuja, mutta jäsenten erilainen vapaaehtoistyö ja talkoot ovat välttämättömiä toiminnan mahdollistamiseksi. Kansainvälisten järjestöiden Suomen osastoilla on monimuotoista varainkeruuta ja kummitoimintaa, kuukausilahjoitukset muodostavat toimintabudjetin rungon. Perehtymällä erilaisten järjestöjen ja säätiöiden toimintaan voidaan tunnistaa välttämättömyysehtoja yleishyödylliseen, mutta myös taloudellisesti kestävään toimintamalliin.



Yleishyödyllisten toimijoiden kestävän toimintamallin viitekehys. Kuva Janne Laitinen.

Asiantuntijuuden projektointiin ja kaupallistamiseen on Keski-Suomessakin ollut useita korkeakoulujen koordinoimia hankkeita. Asiantuntijaorganisaatioiden johdolle tällainen uusi ajatus aiheuttaa päänvaih-
vaa, etenkin kun perustoiminta on hyvin suorite- ja resurssikeskeistä.

Asiantuntijan työpanosta voidaan projektoida kehittämistyöhön eli uusiin projekteihin, sekä myydä palveluliiketoimintana puheenvuoroja tai osana koulutuspaketteja. Yleishyödyllisen toiminnan resurssointi on murroksessa, kun jo vakiintuneet toimijat joutuvat pohtimaan toimintamallinsa uusiksi Veikkausvarojen vähentymisen ja muuttuvien jakoperusteiden vuoksi. Useilla järjestöillä on jo käytössään perhe- ja kannatusjäsenmaksut ja jäsenmaksujen sekä lahjoitusten verovähennysoikeutta voisi laajentaa koske-
maan myös yksityishenkilöitä. Toimijat, joilla on vahvaa vaikuttamisviestintää ja poliittista vaikutusval-
taa pystyvät säilyttämään rahoituksensa myös muuttuvissa tilanteissa. Arkiliikunta, lähiluonto ja julkiset virkistyspalvelut eivät tunnu olevan yhdenkään toimijan prioriteetti.

Kokonaistaloudellisesti sekä kestävän kehityksen tavoitteiden mukainen ulkoilu- ja virkistysalueiden kunnostus- ja ylläpidon toimintamalli on jo kehitetty ja testattu. Keski-Suomessa tällainen toimintamal-
li tunnettiin YTY-projektien (2000–2006) ja LAPE-projektien (2008–2014) toimintoina. Tällöin kunnis-
sa tehtiin toimialojen kesken laajaa yhteistyötä, jossa ympäristö- ja vapaa-aikatoimi valitsi kunnostetta-
vat työkohteet, sosiaali- ja elinkeinotoimi tunnisti työvoimareservin ja yhteiskunnan tukimahdollisuudet. Toimintamalli ei vain juurtunut kuntiin, nousukaudella ilmeni jotain tärkeämpiä kehittämiskohteita. Nyt vastaavia, uudelleen keksittyjä yhteistyömalleja nostetaan 2020-luvulla suositeltavina toimintamalleina mm. THL:n Luonto- ja osallisuus -sivustoilla. Kaikkien työikäisten työelämään osallistuminen, kestävän kehityksen tavoitteet ja ekologinen jälleenrakentaminen puoltavat sosiaalisen työllistämisen ja ulkoilu-
sekä reitistöinfran synergian hyödyntämistä kuntakentällä.

Epilogi

Keskisuomalaisen hyvinvoinnin, terveyden ja liikunnan kentällä toiminta ja vaatimukset ovat muuttumassa kovaa vauhtia johtuen keskisuomalaisten iän ja sairauksien lisääntymisestä, mutta toisaalta myös suuresta tarpeesta vähentää autoilun ja elämäntapojemme tuomaa kuormitusta ympäristölle.

Tätä raporttia varten tehdyissä yrittäjä- ja toimijahaastatteluissa reitistöt tunnistettiin keskisuomalaisen luontomatkailun ja paikallisen liikunnan sekä liikkumisen kehdoiksi ja selkeää monitahoista panostusta näiden toteutukseen ja ylläpitoon peräänkuulutettiin useammaltakin taholta. Kestävän matkailun ja lähiluonnossa liikkumisen mahdollistava laadukkaiden reitistöjen toteutus on Keski-Suomelle niin sanotusti miljoonan, tai ehkäpä lähempänä miljardin, taalan paikka. Sijoitus kannattaa, sillä esimerkiksi kansallispuistoihin sijoitettu euro tuo alueelle kymmenkertaisesti tuloja lisääntyneen palvelunkysynnän kautta. Myös ihmisten fyysisen aktiivisuuden lisääntymisellä on hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen kautta mahdollisuus saavuttaa merkittäviä säästöjä.

Matkailijoiden ympäristötietoisuuden ja siihen liittyvien valintojen vuoksi myös matkailukentän tulee aktiivisesti pyrkiä luomaan kestävän ja vastuullisen matkailun palveluita. Tässä työssä luontoreitistöt ja niiden aktiivinen sekä kestävä käyttö ovat merkittävässä katalyyttiroolissa. Luonnossa innokkaasti liikkuvat keskisuomalaiset houkuttelevat aktiivisuudellaan puolestaan luonnossa innokkaasti liikkuvia matkailijoita. Luonnossa innokkaasti liikkuvat matkailijat taas tarvitsevat palveluita ja näin syntyy hyvinvointipalveluita, joita myös paikalliset voivat käyttää.

Lähireitistöjen rinnalla pitkät reitistöt luovat tulevaisuuden Keski-Suomea. Näitä reitistöjä pitää toteuttaa yhdessä paitsi alueen toimijoiden, mutta myös naapurimaakuntien ja valtiovallan kanssa. Esimerkiksi sähköpyöräilyn merkittävä lisääntyminen mahdollistaa liikkumisen paitsi alueemme sisällä, mutta kasvavissa määrin myös matkalla pohjoiseen ja etelään sekä itään ja länteen. Kun ollaan maan keskellä, niin olemme tulevien reitistöjenkin solmukohdassa. Siis jos päätämme olla.

Kuinka sitten saada keskisuomalaiset liikkumaan ja nauttimaan omasta lähiluonnosta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista samalla edistäen luonnossa liikkumisen ja reitistöjen merkityksen sanomaa?

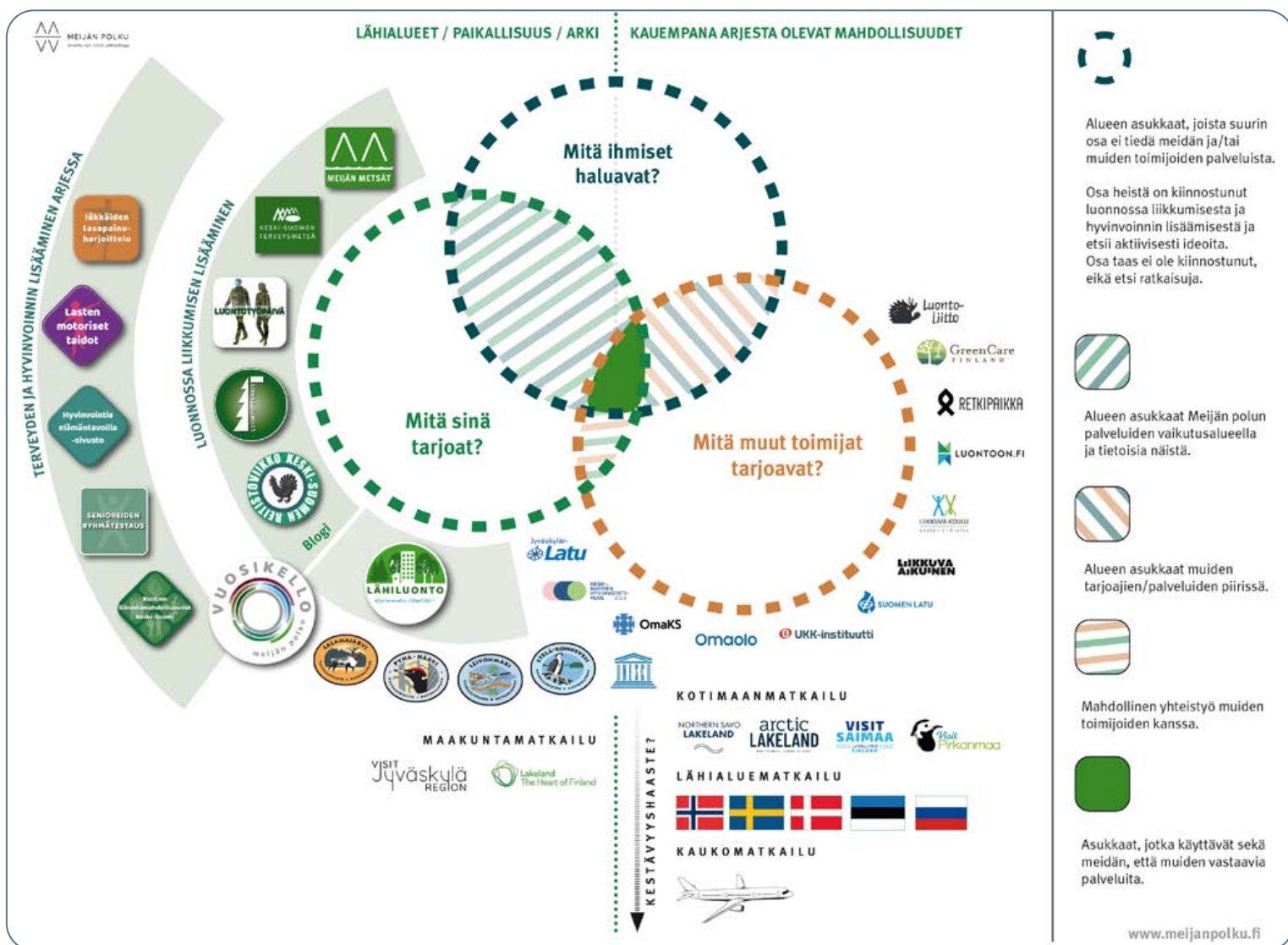


Meijän polku toimii sekä uusien ideoiden kehittäjäyhteisönä, että myös niiden toteuttajana. Kuvassa vietetään Luontotyöpäivää lumitoimistossa. Tässä kansainvälistäkin kiinnostusta herättäneessä operaatiossa oli mukana Keslin, Jamkin ja Keski-Suomen sairaanhoitopiirin väkeä. Yhteistyöllä viemme keskisuomalaista luonto-osaamista maailmalle. Kuva Juho Jäppinen.

Esimerkkinä tässä raportissa käytettiin hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen kansanliike Meijän polkua, joka on vuodesta 2017 pyrkinyt innostamaan keskisuomalaisia luontoon sekä liikkumaan, että oleilemaan. Samalla on keskisuomalaisia luonnossa liikkumismahdollisuuksia ja reitistöjä pyritty aktiivisesti tuomaan sekä keskisuomalaisten, mutta myös laajemmankin yleisön tietoisuuteen.

Meijän polun uudentunut toimintatapa ja -malli on mahdollistanut aloitteita ja toimintoja, joiden toteutus jäykemmissä ja kiinteämmissä organisaatioissa, saatikka lyhytikäisissä suunnitelmapohjaisissa hankkeissa, olisi haastavaa. Aiemmin toimintatapaa olisi nimitetty kokeilukulttuuriksi. Meijän polun ideat ja kampanjat ovat syntyneet tutkitun tiedon, ihmisiltä saatujen syötteiden ja hiljaisten signaalien seuraamisen avulla. Pohjalla on aina kuitenkin tavoite edistää keskisuomalaisten hyvinvointia ja terveyttä Meijän polun teemojen mukaisesti. Tästä toiminnasta hyvänä esimerkkinä on vauhdikas reagointi ajan ilmiöihin ja hiljaisiin signaaleihin, joita asiantuntijoiden omassa työssä sekä laajemmin maailmalla tulee vastaan. Pandemian aikaan luonnossa liikkumisen tarve on lisääntynyt ja luonnon hyvinvointivaikutukset ovat alkaneet kiinnostaa yhä enemmän. Lisääntynyt luonnon virkistys- ja matkailukäyttö tarjoaa hyvinvointia ja terveyttä yhä laajemmalle joukolla kansalaisia, mutta toisaalta aiheuttavaa myös luonnon kulumista ja kohteiden ruuhkautumista. Yksittäisten kohteiden ruuhkautumisen seurauksena eri käyttäjäryhmien välisten ristiriitojen todennäköisyys on kasvanut. Käytännössä kaupunki- ja taajamakansallispuistot sekä tunnetut retkeilyalueet ovat ruuhkautuneet. (Konu ym., 2021.)

Alkuun näitä ilmiöitä käsiteltiin Meijän polun blogiteksteissä useammalta kantilta, esimerkiksi blogiyhteistyössä Metsähallituksen kanssa toimme esille Retkietikettiä ja lähiluonnon mahdollisuuksia retkeilyn ja luonnossa liikkumisen saralla. Kehitimme keväällä 2020 Luontopysäkit-konseptin madaltamaan lähiluontokohteisiin lähtemisen kynnystä. Toteutimme myös Vuosikellomme useamman lähiluontoon aktivoivan liikunta- ja hyvinvointihaasteen. Myös Keski-Suomen reitistöviikko syntyi tarpeesta siirtää keski-suomalaisia luontoon liikkumaan koronan sulkiessa harraste- ja liikuntamahdollisuuksia. Luontotyöpäivä taas syntyi koronatilanteen jatkuessa ja ensimmäistä Luontotyöpäivää vietettiin toukokuussa 2021.



Unique Selling Proposition eli USP, suomeksi ainutlaatuinen myyntiväittäjä tarkasteltuna Meijän polun tarjoamana Keski-Suomen alueella. Muita toimijoita luonto-, liikunta- ja terveyspalveluiden osalta on nostettu esimerkiksi Mitä muut toimijat tarjoavat -kohtaan. Näitä toimijoita on Suomessa runsaasti enemmän. Kuva Juho Jäppinen.

Luontotyöpäivä ohjasi etätöissä ja sisätöissä ryytyneitä suomalaisia kohden luontoa osana työarkea. Lopulta syksyllä 2021 kehitimme ja kasasimme lähiluontoaiheisen sivustokokonaisuuden, joka aktiivisen sosiaalisen median panoksen ja #lähiluonto -tunnisteen kanssa oli kaikkien käytössä reilu kuukausi idean syntymisen jälkeen.

Kaikkien näiden toteutusten prosessi ideasta valmiiseen tuotteeseen olisi rahoitushakemuksineen ja projektointineen ottanut hyvinkin toista vuotta ja niistä syntyneet tuotokset olisivat jääneet lopulta irralliseksi kokonaisuuksiksi ilman selkeää kotipesää ja tarvittavaa ajoittaista päivitystä ja jatkuvaa esilläoloa esimerkiksi sosiaalisissa medioissa. Myös erilaiset ristiviittaukset internet-sivutoilla ja sosiaalisissa medioissa muiden sisältöjen kanssa olisi jääneet vaajaavaisiksi tai olemattomiksi lyhytaikaisissa hankkeissa. Esimerkiksi Luontotyöpäivä-sivuston auetessa se linkitettiin heti puoleen kymmeneen muuhun Meijän polun kokonaisuuteen, ja aktivoitiin sosiaalisissa medioissa tehokkaasti. Näkyvä liikkeelle lähtö ja mielenkiintoinen konsepti sai toimijoita eri puolella Suomea tarttumaan ideaan. Tästä esimerkkinä vuoden 2021 Euroopan ympäristöpääkaupunki Lahti, joka nosti Luontotyöpäivän esille omassa sosiaalisen median jakelukanavissaan.

Kaikki liikuntaan, lepoon, luontoon ja yhteisöllisyyteen liittyvät kampanjat on toteutettu niin, että ne soveltuvat mahdollisimman laajalle käyttäjäkunnalle. Tässä laajuudessa piilee myös skaalautuvan toimintamallin suurin haaste. Yleishyödyllisen hyvinvointitiedon tuottaminen ja jakaminen, sekä voittoa tavoittelematon yleishyödyllinen kampanjointi ja terveystapahtumat ovat haasteellisia nykyajassa. Meijän polun aktiivit ja tausta-asiantuntijat työskentelevät julkisella ja kolmannella sektorilla, tehden osan perustehtävistään Meijän polun ”verkostossa” ja merkittäviltä osin myös omalla vapaa-ajallaan.

Toinen Meijän polun poikkeuksellisista eduista on se, että emme toimi minkään isomman organisaation alla. Näin toiminta koetaan itsenäiseksi ja neutraaliksi, eikä esimerkiksi sairaanhoitopiiriin tai korkeakoulujen hankkeeksi. Näin viestintää ja aloitteita ei tulkita vahvalla ennakoasenteella. ’Vapaana’ toimiminen on tarjonnut myös sisällön vapaan muotoutumisen ja uusien ideoiden vapaan kehittämisen. Tällainen etukäteen suunnittelematon ja hetkessä elävä toimimistapa ei luonnistuisi välttämättä laisinkaan kiinteänä osana isompaa organisaatiota. Samalla kuitenkin olemme pystyneet toteuttamaan esimerkiksi edellä mainittuja tahoja tukevaa ja heidän toimintaansa edistävää viestintää nostamalla liikuntaan, luontoon, lepoon ja yhteisöllisyyteen liittyvää tutkittua tietoa ja uusia toimintatapoja kaikkien kansalaisten tietoisuuteen.

Toimintamalli on myös tunnistettu ja tunnistettu. Meijän polku sai vuonna 2018 Keski-Suomen hyvinvointiteko -tunnuspalkinnon ja vuonna 2021 THL:n *TerveSOS – tiedosta monialaiseen toimintaan* -kilpailussa toisen sijan, sekä Marjatta ja Eino Kollin säätiön *Metsä 360* -palkintoehdokuuden. Kansainvälisellä kentällä Meijän polku on myös noteerattu. Vuonna 2020 julkaistussa YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestö FAO:n *Forests for Human Health and Well-Being* -raportissa esitellään ruokaturvan ja lääkekasvien rinnalla metsien mielenterveys- ja henkisiä arvoja. Yhtenä esimerkkinä käytössä olevista metsiin liittyvistä hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen malleista esitellään Meijän polku. Lisäksi Meijän polku on nostettu hyväksi käytännöksi eurooppalaisessa *Thematic Trail Trigger* -hankkeessa.



Keskisuomalaisten terveyttä ja hyvinvointia edistämään käynnistetty Meijän polku on muutamassa vuodessa alkanut vaikuttamaan myös maakuntaa laajemmalla alueella. Meijän polun Jyrki Saarela (Kesli) viettämässä Luontotyöpäivää keväällä 2021. Keväällä 2022 vietettävä Luontotyöpäivä on saanut yhteistyötahoja Keski-Euroopasta saakka. Keskisuomalainen luonto-osaaminen ja innovointi leviää maailmalle Kuva Juho Jäppinen.

Ennakkoluulottoman ja vauhdikkaan, uusia ideoita rohkeasti kokeilevan toimintamme johdosta Meijän polku on kutsuttu myös erilaisiin työpajoihin ja webinaareihin, joidenka järjestäjäorganisaatioina ovat olleet Luonnonvarakeskuksen ja Sitran kaltaiset toimijat. Meijän polun teemojen innoittamana on myös syntynyt kokonainen keskisuomalainen projektiperhe: Meijän perhe liikkeellä (KeSLi & LIKES), Meijän kyvyt käyttöön (KSSHP), Meijän mieli (Koske) ja Meijän Keski-Suomi (JAMK & LIKES) ja Meijän Luonto (JAMK).

Kohden tulevaisuuden Keski-Suomea!

Matkailun historiakatsaus (s. 50–51) tarjoaa taustoituksen ja tilannekuvan tarinaamme. Luonnon ihmeet tai tunnetut kohteet ovat houkuttelleet aina ihmisiä liikkumaan ja matkustamaan. Keski-Suomen Natura-alueille voi lähteä Carl Linnén jalanjäljissä, tai suunnata ihastelemaan Alvar Aallon arkkitehtuuria *Grand tour* -henkiseen ekskursiolle.

Mutta missä ovat ne tutorit, jotka opastavat oppimishaluista matkaajaa? Vuosittain valmistuu satoja uusia erä- ja luonto-oppaita, mutta nämä siirtyvät töihin pääasiassa Lapin matkailukeskuksiin. Myös Metsähallituksen kävijätutkimuksissa nousee tarve juuri palveluiden kehittämiseksi. Tässä taustalla kansallispuistoissa vuosittain vierailevat yli 8,5 miljoonaa ihmistä. Kävijämäärät ovat myös olleet kasvussa viimeiset vuodet. Entä missä ovat ne keisarit, jotka rakentavat valtionhotelleja ja kylpylöitä? Ne keisarit ovat nykyään monikansallisia suuryrityksiä ja hotelliketjuja sekä vakavaraisia osuuskauppoja. Konkreettisen esimerkin tarjoaa 250 asukkaan Kolin kylä, jossa kansallismaisema, kansallispuisto, hiihtokeskus, hotelli ja kylpylä sekä S-ryhmä muodostavat houkuttelevan ja kehittyvän matkailualueen. Kolin alueen kunnat ovat ymmärtäneet yhteistyön mahdollisuudet.

Voisimme ottaa oppia suomalaisten hiihtokeskusten tarinoista ja toimintatavoista. Hiihtokeskukset ovat usein yrittäjäriskillä toimivia yrityksiä, joissa ajatus laskettelurinteestä on syntynyt tutkimusmatkaajatyylillä: on ”löydetty” hieno luontokohde, jossa lasketteluharrastusta olisi mainiota harjoittaa ja tehdä bisnestä. Nilsin Tahkovuoren tarinassa on avainrooleissa metsänhoitaja (Pekka Reinikka), elokuvaohjaaja (Jörn Donner), lehtimies (Urpo Lahtinen), alppisankari (Kalevi Häkkinen), matkailukeisari (Kalevi Keihänen) ja TE-keskusjohtaja (Jaakko Kekoni) sekä suuromistaja (Erkki J. Pentti). Useimmat hiihtokeskukset ovat nykyään ympärivuotisia matkailukeskuksia, jotka tarjoavat myös paikallisille ihmisille laadukkaita mahdollisuuksia ylläpitää hyvinvointiaan.

Meidän Keski-Suomi -projektissa selvitimme eri maakuntien ja matkailualueiden toiminta-ajatuksia hyvinvoinnin aluerakenteen roolituksessa. Erityisen otollista on, jos alueella on tunnettu kansallispuisto tai jopa useita kansallispuistoja ja alue huokuu historiaa ja tarinoita. Toinen selkeä vahvuustekijä on ympärivuotinen, laajalti tunnettu matkailualue, jossa toimii useita toisiaan tukevia matkailupalveluita tuottavia yrityksiä. Nämä yritykset tunnistavat yhteisiä kehittämiskohteita ja ovat myös valmiita investoimaan yleishyödyllisempiin kohteisiin. Konkreettisenä esimerkkinä tällaisesta on erilaiset latu- ja reittipoolit, jolloin reitistöjen ja taukopaikkojen kunnossapitoon osallistuu jokainen yritys omalla panoksellaan. Huoltotoimet voidaan ostaa tai hoitaa sosiaalisen työllistämisen keinoin.

Kaikille menestyville maakunnille ja alueille on yhteistä myös selkeä ja runsas julkisen kehittämisrahan panostus ”hyvinvoinnin aluerakenteeseen”. Tällöin ei tarkoiteta yksittäisiä matkailuhankkeita tai yritysyhtymähankkeita, vaan isoja, hyvin konkreettisia miljoonahankkeita. Koordinaatiota voi hoitaa maakunnan liitto, alueellinen virkistysalueyhdistys, ammattikorkeakoulu tai matkailuyhdistys. Munat on laitettava samaan koriin. Luontoympäristö on kanaemo ja munivia kanoja jalostetaan laadukkaiden ulkoilureitistöjen muodossa, jotta kultamunia eli bisnestä voi syntyä.

Tulevaisuuden Keski-Suomi rakentuu selkeän vision, monimuotoisen luonnon, laadukkaiden reitistöjen, kansallispuistojen, ympärivuotisten matkailukeskusten sekä yhteisen tahtotilan ympärille.



Lähteet

- Ahokas, I. 2019. Miksi liikkumattomuus ei liikuta? Turun yliopiston blogi. <https://blogit.utu.fi/utu/2019/11/19/miksi-liikkumattomuus-ei-liikuta/>. Viitattu 14.2.2022
- Brax, A. 2020. Luonnolla on tutkitusti suuria terveysvaikutuksia – ”Olet, mitä syöt, juot, hengität ja kosketat”. WWF-lehti 1/2020. <https://wwf.fi/wwf-lehti/wwf-lehti-1-2020/luonnolla-on-tutkitusti-suuria-terveysvaikutuksia-olet-mita-syot-juot-hengitat-ja-kosketat/>. Viitattu 23.2.2022
- Cantell, H., Aarnio-Linnanvuori, E. & Tani, S. 2020. Ympäristökasvatus. Kestävän tulevaisuuden käsikirja. PS-kustannus.
- Digital Information World. 2020. Here’s how much Information Technology is causing Global Energy Consumption. <https://www.digitalinformationworld.com/2020/02/the-global-energy-consumption-of-information-technologies-infographic.html>. Viitattu 17.1.2022
- Himos-Jämsä. 2022. Himos-Jämsä sijoittui toiseksi vuoden 2021 matkailualueiden kilpailussa. Himos-Jämsä verkkosivut. <https://www.jamsa.fi/info-ja-asiointi/ajankohtaista/tiedotteet/6842-himos-jaemsae-sijoittui-toiseksi-vuoden-2021-matkailualueiden-kilpailussa>. Viitattu 11.2.2022
- Holloway, J.C. & Humphreys, C. 2016. The Business of Tourism, 10th Edition. Pearson Education. ISBN-13: 9781292063287.
- Hotelli Punkaharju. n.d. Hotelli Punkaharjun verkkosivut. <https://hotellipunkaharju.fi/hotelli/>. Viitattu 25.2.2022
- Jyväskylän kaupungin luontoliikuntaohjelma. 2020. Jyväskylän kaupungin verkkosivut. https://www.jyvaskyla.fi/sites/default/files/atoms/files/luontoliikuntaohjelma_2020_valmis_pieni_res.pdf. Viitattu 11.1.2022
- Jäppinen, Juho. 2020. Internet-pohjaisen hyvinvointi-intervention kehittäminen. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/348494/Jappinen_Juho.pdf
- Jäppinen, Jussi. Keski-Suomi -kuvateokset 1978, 1988, 1997 ja 2007
- Kansallispuistojen terveyshyötyjä. n.d. Metsähallituksen verkkosivut. <https://www.metsa.fi/vapaa-aika-luonnossa/hyvinvointia-luonnosta/luonto-ja-terveys/kansallispuistojen-terveyshyotyja/>. Viitattu 10.2.2022
- Keski-Suomen hyvinvointiohjelma. 2021. Keski-Suomen hyvinvointiohjelma 2021–2025 on ladattu Innokylän verkkosivuille. <https://innokyla.fi/sites/default/files/2021-04/Keski-Suomen%20hyvinvointiohjelma%202021-2024.pdf>. Viitattu 11.1.2022
- Keski-Suomen hyvinvointitalous (toim. Janne Laitinen). 2018. Asiantuntijaselvitys. https://www.ksshp.fi/aluehyte/Hyvinvointitalous_keho.pdf. Viitattu 5.1.2022

Kuva edellisellä sivulla: Keski-Suomi on täynnä vierailun arvoisia luontokohteita ja reitistöjä. Kuva Juho Jäppinen, Etelä-Konneveden kansallispuisto.

Keski-Suomen luonnon ja kulttuurin virkistys- ja matkailukäytön selvitys (toim. Mirva Leppälä). 2020. <https://keskisuomi.fi/wp-content/uploads/sites/3/2021/02/Keski-Suomen-luonnon-ja-kulttuurin-matkailu-ja-virkistyskayton-selvitystyö-2021.pdf>. Viitattu 22.12.2021

Keski-Suomen matkailustrategia 2021–2025. Keski-Suomen liiton verkkosivut. <https://keskisuomi.fi/elinvoima-ja-kehittaminen/matkailu/matkailustrategia/>. Viitattu 22.12.2021

Keski-Suomen matkailutilasto. 2022. Visitory.io verkkosivut. <https://visitory.io/fi/central-finland/2021-01/2021-12/>. Viitattu 1.2.2022

Keski-Suomen strategia 2025–2050. Visit Jyväskylän verkkosivut. <https://visitjyvaskyla.fi/professionals/wp-content/uploads/sites/2/2021/01/keski-suomen-matkailustrategia.pdf>. Viitattu 1.2.2022

Konu, H., Tyrväinen, L., Pesonen, J., Tuulentie, S., Pasanen, K. & Tuohino, A. 2017. Uutta liiketoimintaa kestävän luontomatkailun ja virkistyskäytön ympärille – Kirjallisuuskatsaus. Valtioneuvoston selvitys ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 45/2017. https://tietokayttoon.fi/documents/10616/3866814/45_VIRKEIN_.pdf/eeee-b34e-f831-4623-a915-f91d971e6b46. Viitattu 24.9.2021.

Konu, H., Neuvonen, M., Mikkola J., Kajala, L., Tapaninen, M. & Tyrväinen L. 2021. Suomen kansallispuistojen virkistyskäyttö 2000–2019. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja A 236. Metsähallitus. Verkossa Suomen kansallispuistojen virkistyskäyttö 2000-2019 (metsa.fi)

Kortetmäki, T., Kotiaho, J., Hytönen, J., Näyhä, A., Tupala, A.-K., Baumeister, S., Käppi, M., Purhonen, J., El Geneidy, S., Kuusiahho, V., Silonsaari, J., Matthies, A.-L., Säynäjäkangas, J., Ratinen, I., Veijola, S., Mattila, H., & Järvensivu, P. 2020. Elinvoiman ja elonkirjon puolesta: ekologinen jälleenrakennus kunnissa pandemian jälkeen. Jyväskylän yliopisto, JYU.Wisdom - School of Resource Wisdom. Wisdom Letters, 2/2020. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202009105817>

Kostiainen, A. 2008. Suomalainen matkailun historian tutkimus. Matkailututkimus 4: 1, 42–67. Suomen matkailututkimuksen seura.

Kuntaliitto. 2021. Kuntien sosiaali- ja terveydenhuollon nettokustannukset euroa/asukas. <https://www.kuntaliitto.fi/sosiaali-ja-terveysasiat/tilastot-ja-erillisselvitykset/kuntien-sosiaali-ja-terveydenhuollon-nettokustannukset-euroaasukas>. Viitattu 17.2.2022

Kunta-Virveli. 2021. Jyväskylä: Likes <https://www.likes.fi/tutkimus/kunta-virvelin-kehittaminen/>. Viitattu 23.2.2022

Kuuluvainen, V. & Sarén, H. 2016. Luonnon hyvinvointivaikutukset: hyödynnä tietoa matkailuliiketoiminnassa. Mikkelin ammattikorkeakoulu. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-588-550-0>

Lee, J., Qing, L., Tyrväinen, L., Tsunetsugu, Y., Park, B.-J., Kagawa, T. & Miyazaki, Y. 2012. "Nature Therapy and Preventive Medicine". Teoksessa Public Health – Social and Behavioral Health (toim. Jay Maddock). <https://www.intechopen.com/chapters/36947>. Viitattu 21.09.2021.

Leppänen, M. & Pajunen, A. 2017. Terveysmetsä. Gummerus Kustannus Oy.

Liikunnan ja urheilun tietopaketti kuntapäätäjälle. 2021. Suomen Olympiakomitea. <https://bin.yhdistysavain.fi/1593028/Q4QHao2p3LBmKNutydUOWPMcM/Liikunnan%20ja%20urheilun%20tietopaketti%20kuntap%20C3%A4j%C3%A4lle.pdf>. Viitattu 8.2.2022

Lundell, M. 2022. Ladun majalla uusi reitti. Keskisuomalainen N:o 40. Julkaistu 11.2.2022.

Luonnon ekosysteemipalvelut Keski-Suomessa (toim. Janne Laitinen). 2020. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisusarja. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-830-582-1>

Marski, L. 2021. Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimialaraportit 2021:1. Työ- ja elinkeinoministeriö. Valtioneuvoston julkaisuarkisto – Valto. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162841>. Viitattu 11.1.2022

Matkailun varhaiset vuodet. n.d. TUI verkkosivut. <https://www.tui.fi/inspiration/matkailun-historia-varhaiset-vuodet/>. Viitattu 25.2.2022

Meijän polun toimintamalli. 2021. Innokylän verkkosivut. <https://innokyla.fi/fi/toimintamalli/meijan-polku-liiku-ja-huila-keski-suomessa>. Viitattu 11.1.2022

Mitä on vapaaehtoismatkailu. 2021. JAMK Turbinaattori blogi-kirjoitus (Rositsa Röntynen). <https://blogit.jamk.fi/turbinaattori/2021/10/08/mita-on-vapaaehtoismatkailu-ja-kannattaako-sita-kehittaa-keski-suomessa-osa-1/>. Viitattu 22.2.2022

Mäkinen, R. 2019. Luontosuhteen rakentaminen on yksilön vastuulla – yhteiskuntapolitiikalla luodaan mahdollisuuksia. Versuslehti. Gradusta asiaa. <https://www.versuslehti.fi/gradusta-asiaa/luontosuhteen-rakentaminen-on-yksilon-vastuulla-yhteiskuntapolitiikalla-luodaan-mahdollisuuksia/>. Viitattu 24.9.2021.

Neuvonen, M. 2021. Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi LVVI. Puheenvuoro Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys metsästrategiassa – osallisuus ja osaaminen webinaarissa. Webinaari järjestetty 1.9.2021. PowerPoint-esitys (mmm.fi)

Nurro, M. 2021. Metsähallitus haluaa palvella matkailua paremmin. Metsä.fi-lehti. Julkaistu 8.11.2021. <https://www.metsafi-lehti.fi/valtion-mailta-ja-vesilta/metsahallitus-haluaa-palvella-matkailua-paremmiin/> Viitattu 11.1.2022

Ottosson, J. 2007. The Importance of Nature in Coping. Väitöskirja. Ruotsin maatalousyliopisto. https://pub.epsilon.slu.se/1616/1/Johan_Ottosson.pdf. Viitattu 24.9.2021.

Paakkunainen, K. n.d. Suosittelemarkkinointi. <https://www.suositus.fi/Suosittelumarkkinointi>. Viitattu 11.1.2022

Retkipaikka. 2022. Vuoden Retkipaikka on Hepokongas Puolangalla! <https://retkipaikka.fi/vuoden-retkipaikka-on-hepokongas-puolangalla/>. Viitattu 14.2.2022

Sahamies, K. 2020. Maankäyttö monialaisessa hyvinvoinnin edistämistyössä: Maankäytöstä vastaavien johtavien viranhaltijoiden hyvinvointikäsitteet ja -tiedon käyttö. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:tuni-201912317153>

Simkin, J., Ojala, A. & Tyrväinen, L. 2019. Restorative effects of mature and young commercial forests, pristine old-growth forest, and urban recreation forest - A field experiment. Urban Forestry & Urban Greening. Volume 48, February 2020, 126567. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1618866719303917?via%3Dihub>. Viitattu 24.9.2021.

Sotehy-griittäjyyden työkirja (toim. Anu Raulo). 2020. KEMUSOTE-projektin julkaisu. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Suomen matkailun historia – 1930-luku. n.d. TUI verkkosivut. <https://www.tui.fi/inspiration/suomen-matkailun-historia-1930-luku/>. Viitattu 25.2.2022

Suomen matkailun historia – 1960-luku. n.d. TUI verkkosivut. <https://www.tui.fi/inspiration/1960-luku-suomen-matkailun-historia/>. Viitattu 25.2.2022

Suomen matkailun historia – 1990-luku. n.d. TUI verkkosivut. <https://www.tui.fi/inspiration/1990-luku-suomen-matkailun-historia/>. Viitattu 25.2.2022

Suomen Matkailuyhdistys. n.d. https://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen_Matkailuliitto. Viitattu 25.2.2022

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2021. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. http://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi_2021-11-30_tie_001_fi.html. Viitattu: 2.2.2022

STM. 2021. Hyvinvointitalous lisää hyvinvointia ja kestäväää talouskasvua samanaikaisesti. Sosiaali- ja terveysministeriön verkkosivut. <https://stm.fi/hyvinvointitalous>. Viitattu 17.2.2022

Tani, S. 2008. Kestävää kehitystä edistävän koulutuksen teoriataustaa. Teoksessa Rohweder, L. & Virtanen, A. (toim.) Kohti kestäväää kehitystä - pedagoginen lähestymistapa. Opetusministeriön julkaisuja. Opetusministeriö, 53–66. <https://docplayer.fi/6352901-Kohti-kestavaa-kehitysta-pedagoginen-lahestymistapa.html>. Viitattu 24.9.2021.

TEM. 2021. Pk-toimialabarometri: matkailu ja majoitus. TEM Toimialapalvelu. Julkaistu 5.10.2021. <https://tem.fi/julkaisu?pubid=URN:NBN:fi-fe2021100549396>. Viitattu 5.1.2022

Tiedenaiset, n.d. Tiedenaiset verkkosivut. <https://www.tiedenaiset.fi/>. Viitattu 2.2.2022

Tilastokeskus. Vuosisata suomalaista autoilua. <https://www.stat.fi/tup/suomi90/lokakuu.html>. Viitattu 26.2.2022

Tyrväinen, L., Savonen, E-M. & Simkin, J. 2017. Kohti suomalaista terveysmetsän mallia. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 11/2017. <https://jukuri.luke.fi/handle/10024/538373>. Viitattu 24.9.2021.

UKK-instituutti. 2020. Liikkumattomuuden kustannukset Suomessa. <https://ukkinstituutti.fi/tutkimukset-ja-hankkeet/liikuntatutkimus-suomessa/liikkumattomuuden-kustannukset-suomessa/>. Viitattu 17.2.2022

Visit Finland. N.d. Visit Finlandin strategia 2021–2025. Business Finland verkkosivut. <https://www.businessfinland.fi/490199/globalassets/finnish-customers/O2-build-your-network/visit-finland/julkaisut/visit-finland-strategia-2021-2025-suomi.pdf>. Viitattu 22.12.2021

Visit Finland. 2021. Kansainvälisen matkailun tulevaisuuden trendit 2022. <https://www.businessfinland.fi/4b0225/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/kansainvalisen-matkailun-tulevaisuuden-trendit-2022-visit-finland.pdf>. Viitattu 17.2.2022

Visit Jyväskylä, 2021. Keski-Suomen matkailualueen vastuullisuusviestinnän käsikirja. https://visitjyvaskyla.fi/professionals/wp-content/uploads/sites/2/2021/10/Mita_mina_edella_Keski-Suomen_Matkailualueen_vastuullisuusviestinnan_kasikirja-saavutettava.pdf. Viitattu 2.2.2022

Williams, F. 2012. Take Two Hours of Pine Forest and Call Me In The Morning. Outside. Julkaistu 28.11.2012. <https://www.outsideonline.com/health/wellness/take-two-hours-pine-forest-and-call-me-morning/>. Viitattu 21.9.2021.

Williams, F. 2016. This is Your Brain on Nature. National Geographic. Julkaistu 1/2016. <https://www.national-geographic.com/magazine/article/call-to-wild>. Viitattu 21.9.2021.

Williams, F. 2017. Metsän parantava voima. Alkuperäisteos: "The Nature Fix: Why Nature Makes Us Happier, Healthier and More Creative." Suomenkielinen laitos: Minerva Kustannus Oy.

Yle. 2022. Tästä on kyse sosiaalisen median kapinaryhmässä. Julkaistu 3.2.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-12300898>. Viitattu 3.2.2022

Kirjoittajat



Jäppinen, Juho (fysioterapeutti). Kaksikymmenvuotinen ura graafisena suunnittelijana ja valokuvaaja vaihtui koronan alla fysioterapeutin tutkinnon myötä hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen. Pitkä toiminta kaupunkikulttuuriaktivistina on tuonut ymmärrystä ihmisten ja yhteisöjen toiminnasta ja toiminnan kehittämisen mahdollisuuksista. Kotipesä löytyy JAMKin Hyvinvointiyksiköstä. [LinkedIn](#).



Laitinen, Janne (FM). Valmistumisen jälkeen toimin luontomatkailuyrittäjänä Tahkolla ja viimeiset 20 vuotta olen toiminut Keski-Suomessa erilaisissa kehittämistehtävissä, Leader-ryhmätoimista aina kansainvälisiin Erasmus-projekteihin. Biologina olen päässyt taas lähemmäksi luontoa ja kotipesä löytyy JAMKin Hyvinvointiyksiköstä. [LinkedIn](#).



Pohjonen, Vesa (eMBA, Restonomi). Viimeiset 25 vuotta olen toiminut monipuolisissa myynnin- ja markkinoinnin tehtävissä. Pääasiassa olen toiminut hotelli-, tapahtuma- ja matkailualan tehtävissä eripuolella Suomea. Kotipesä löytyy JAMKin Hyvinvointiyksiköstä. [LinkedIn](#).



Sutinen, Johanna (Seikkailu- ja yhteisöpedagogi). Viimeiset kuusi vuotta olen syventänyt tietämystäni luontolähtöisestä toiminnasta opiskellen sekä työelämässä. Kokemusta löytyy lasten ja nuorten parissa työskentelystä, ja seikkailukasvatus menetelmänä on erittäin lähellä sydäntäni. Tällä hetkellä suoritan yhteiskuntatieteiden maisteriopintoja nuorisotyön ja nuorisotutkimuksen parissa. Kotipesä löytyy JAMKin Hyvinvointiyksiköstä. [LinkedIn](#).

Kuva seuraavalla sivulla: Talvi luo puitteet kevyemmin luoduille väliaikaisille reitistöille, joiden avulla voi vaikka testata pidempien ympärisvuotisten reitistöjen kulkuväyliä. Kuva Juho Jäppinen, Jyväskylä.

