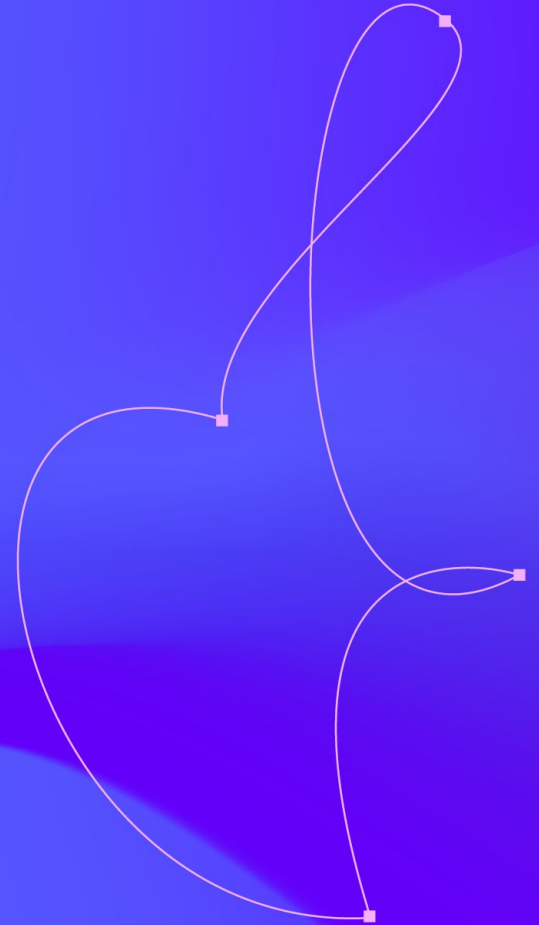


Takaisin kartalle

Ajatuksia kriisin jälkeisen ajan matkailun kehittämiseen

Helsingin matkailusäätiö
Joulukuu 2022

Kati Ahvonen, Demos Helsinki



Koronapandemia, sota Ukrainassa sekä näiden globaalit seurannaisilmiöt ovat muokanneet merkittävästi matkailuteollisuutta ja ihmisten tapoja matkustaa. Lyhyemmän aikavälin myllerrysten lisäksi myös pidemmät kehityskaaret kuten ilmastokriisi tulevat vaikuttamaan matkailuun. Vielä on suuri kysymysmerkki millaiseen asentoon matkustaminen asettuu tulevaisuudessa.

Kriisit ovat aina olleet muutoskohtia, joissa toimijoiden on pitänyt suunnata toimintaansa uudelleen. Matkailu on kokenut monia muutoksia vuosikymmenten ja -satojen saatossa. Tässä selvitystyössä tutkittiin, mitkä paikat ovat onnistuneet erilaisten mullistusten jälkeen palauttamaan matkailijoiden suosion ja miten ne ovat siinä onnistuneet. Työn tuloksia voidaan soveltaa Helsingin seudun matkailun kehittämiseen kriisien jälkeisessä ajassa.

Sisältö

0. Taustaa

- Matkailun määritelmä
- Matkailun motiiveja
- Kriisit matkailun
kontekstissa

1. Kautta aikain

2. Tässä ja nyt

3. Helsingin kautta



Matkailu on...

...sosiaalinen, kulttuurinen ja taloudellinen ilmiö, joka kuvastaa ihmisten liikkumista maihin tai paikkoihin heidän arkiympäristönsä ulkopuolella henkilökohtaisista, työhön tai liiketoimintaan liittyvissä syistä. Näitä ihmisiä kutsutaan matkailijoiksi ja matkailu ilmenee heidän tekemisistään, joista osaan liittyy matkailukuluja.

Matkailun motiiveja

Nautinto

Rentoutuminen

Tutkiminen - uuden löytäminen

Seikkailu

Kulttuurien välinen kommunikaatio

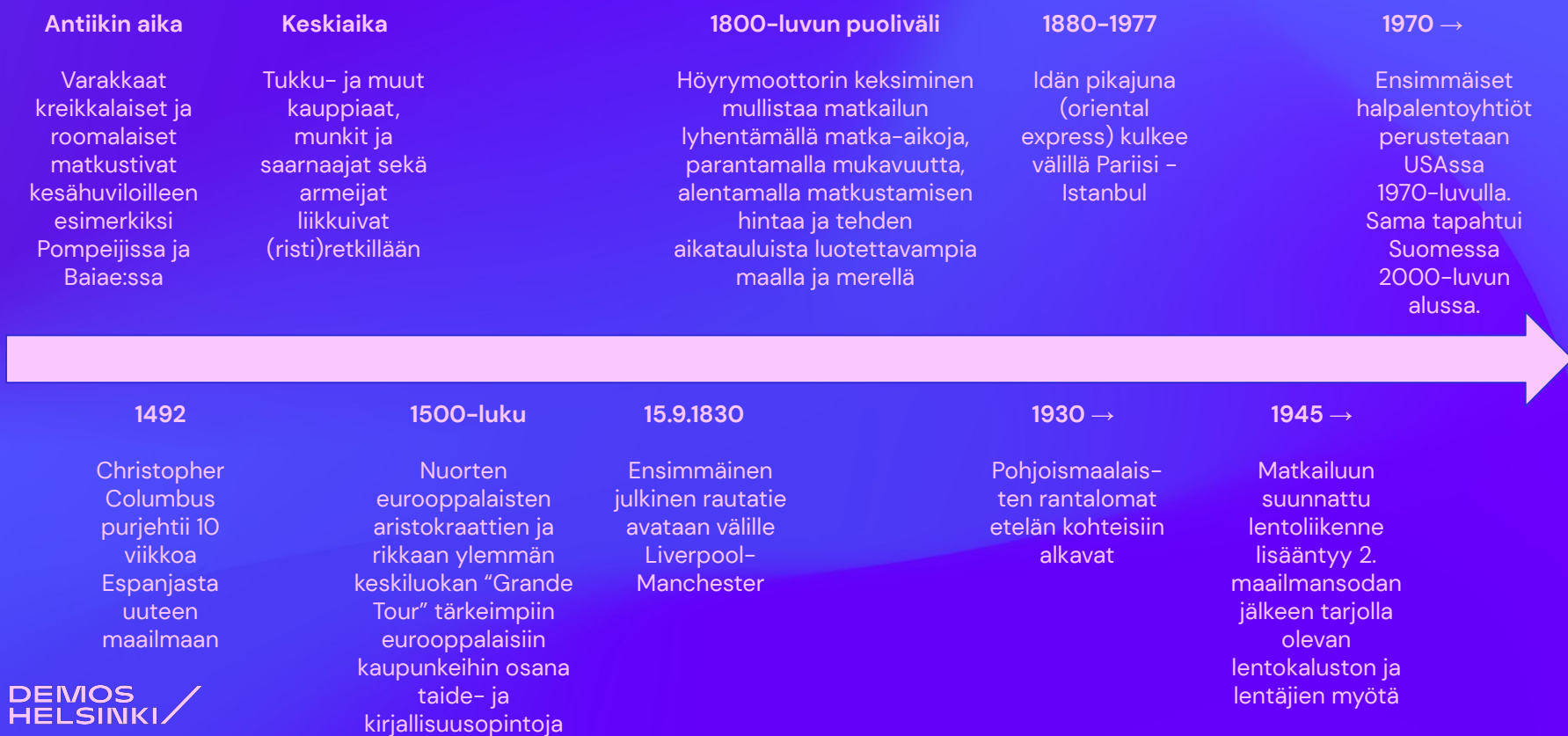
Ihmisten välisten suhteiden

rakentaminen

Stressin välttäminen

Muistojen luominen

Matkailun historiallisia murroskohtia



Kriisit matkailun kontekstissa

Matkailuun liittyvät kriisit voidaan luokitella viiteen luokkaan:

1. **Ympäristölliset** sisältäen geologiset ja äärimmäiset säätapauhtumat ja ihmisen aiheuttamat tilanteet kuten ilmastonmuutos ja metsien hävittäminen
2. **Yhteiskunnalliset ja poliittiset** sisältäen mellakat, rikosaallot, terroristi-iskut, ihmisoikeusrikkomukset, vallankaappaukset ja väkivaltaiset vaalit
3. **Terveysteen liittyvät** kuten ihmisiä ja/tai eläimiä koskevat pandemiat ja epidemiat
4. **Tekniset** sisältäen esimerkiksi liikenneonnettomuudet
5. **Taloudelliset** kuten suuret valuuttavaihtelut ja talouskriisit

1. Kautta aikain

Mitä tiedetään paikoista, jotka vaikuttavat palautuvan kriiseistä nopeasti?

Mitkä seikat tukevat matkailukohteen suosion nousua ja uusiutumista erilaisten vastamäkien jälkeen?

Millaisten kokemusten takia tai millaisten toivossa ihmiset hakeutuvat pian takaisin?

Miksi kriisien vaikutus jättää joissakin paikoissa lyhyemmät jäljet kuin toisissa?

Miksi ja miten kriiseistä toivutaan?

KAUTTA AIKAIN

*kriiseistä on noustu järjestelmällisellä turvallisuuden
ja turvallisuuden tunteen kasvattamisella*

Ranskassa tapahtui terroristihyökkäys vuonna 2015. Terroristit hyökkäsivät useaan kohteeseen Pariisissa saman päivän aikana. Maassa toimittiin tuolloin kuin oppikirjassa: 10 000 sotilasta sijoitettiin näkyvästi merkittäviin kohteisiin luomaan turvallisuuden tunnetta sekä paikallisissa että matkailijoissa. Isot ranskalaiset toimijat käynnistivät yhteistyönä turvallisuuskampanjan, jonka tarkoitus oli kitkeä tapahtuneeseen liittyviä valeuutisia internetistä.

*KAUTTA AIKAIN
kriiseistä on noustu panostamalla
kohdemarkkinointiin perinteisin ja tuorein keinoin*

Vuonna 2005 hirmumyrsky Katarina aiheutti tulvan, joka peitti alleen 80 % New Orleansista ja johti kaupungin jälleenrakentamiseen. Kaupunki on tunnettu autenttisesta taide- ja ruokakulttuuristaan.

Jälleenrakennuksessa kiinnitettiin huomiota näitä tuottavien palveluiden menestyksen edellytyksiin. Sen lisäksi New Orleansissa ollaan osattu käyttää hirmumyrskyä hyväksi markkinoinnissa ja innovatiivisessa ajattelussa. Kriisiä ei haluttu unohtaa vaan siitä tehtiin matkailuvaltti. Vetonaulana toimivat bussiajelut tuhoutuneille alueille, joissa ihmiset pääsivät näkemään tuhot omin silmin.

KAUTTA AIKAIN

kriiseistä on noustu varautumalla ja kriiseissä proaktiivisesti toimimalla

Malesiassa tapahtui kaksi merkittävää lentotapaturmaa vuonna 2014, mutta lentomatkojen määrä maahan kasvoi silti 67% samana vuonna. Maan kriisinhallintastrategia näiden onnettomuuksien jälkeen näytti siis toimivan. Lentokenttien turvatoimia tiukennettiin, mikä loi luottamusta siihen, että matkailu maassa on jatkossakin turvallista. Julkinen ja yksityinen sektori panostivat kohdemarkkinointiin yhdessä. Malesia alkoi sponsoroida espanjalaista jalkapalloseura Sevillaa, mikä johti yli kymmenkertaiseen espanjalaisten matkailijoiden määrään maassa. Lentoja Indonesiaan ja Vietnamiin lisättiin, mikä taas edisti lähimatkailua.

2. Tässä ja nyt

Mitkä asiat yhdistävät kriisistä nousseita paikkoja?

Mitä tällaisten kohteiden tarjonnassa tai kävijöiden motiiveissa on toisin kuin muualla?

Millaista tulevaisuutta nämä paikat ovat rakentamassa?

TÄSSÄ JA NYT

*kriiseistä noustaan ymmärtämällä kohteen
matkailun rakenne ja muuttamalla sitä tarvittaessa*

“Yleisenä elpymisen edellytyksenä on, että ymmärretään mistä matkailuvirrat ja eurot tulevat.

Ollaanko riippuvaisia kotimaan markkinoista vai ulkomailta tulevasta virrasta? Mikä on vapaa-ajan ja työmatkojen välinen suhde kohteessa? Työmatkoista riippuvat kohteet elpyvät hitaammin, koska työmatkailua karsitaan ensimmäisenä. Onko kohde riippuvainen venäläisistä ja/tai aasialaisista matkailijoista? Suomi elpyy hitaammin, koska itärajan ja Aasian matkailu on ollut jäissä. Kaupunkien matkailun kasvuvauhti palautuu nyt, maaseutukohteet elpyivät nopeammin.”

TÄSSÄ JA NYT *kriiseistä noustaen vaikuttamalla mediaan*

Medialla on keskeinen rooli koetun turvallisuuden muodostamisessa ihmisten turvautuessa siihen tiedonlähteenä. Media usein liioittelee tapahtumien laajuutta ja niiden negatiivisia seurauksia. On tärkeää ottaa huomioon matkailijoiden huolet, muuttaa vääriä mielikuvia ja vahvistaa myönteistä kuvaa matkakohteesta niin kriisin aikana kuin sen jälkeen. Matkailuun liittyvien organisaatioiden tulisi harjoitella ja kehittää kriisiviestintää osana toimintaansa. **Proaktiivisen toiminnan merkitys kriisin sattuessa on merkittävämpi palautumisen kannalta kuin minkään toimen, joita sen jälkeen tehdään.** Journalisteille ja mediavaikuttajille järjestetään usein matkoja jälleenrakentamisen alettua, jotta he voivat välittää positiivista viestiä maailmalle ja aloittaa positiivisten mielikuvien palauttamisen.

<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/rebuilding-tourism-for-the-future-covid-19-policy-responses-and-recovery-bced9859/>

https://www.researchgate.net/publication/232951271_Crisis_Management_Planning_to_Restore_Tourism_After_Disaster

https://theconversation.com/why-people-stay-in-disaster-prone-cities-84882?fbclid=IwAR08R4kcikOfm1NWZYsJJtbRvIH_W5XnJKmpvjpdzEt98UPSDxKJwiX_04w

<https://www.neworleans.com/articles/post/tourism-hospitality-and-convention-industry-facts-one-year-after-katrina/>

TÄSSÄ JA NYT
kriiseistä noustaan uudelleen ajattelemalla ja digitalisoimalla

Kriisit ovat murrosten aikaa. Ne pakottavat toimijoita uudelleenajattelemaan. Esimerkiksi Covid-19 -pandemian ravistellessa matkailuteollisuutta maailmanlaajuisesti sen alkumetreiltä lähtien moni toimija hyödynsi ajan ja uudelleenajatteli liiketoimintaansa ja keksi palveluinnovaatioita. Monelle matkailijalle pelkkien matkakohteiden näkeminen ei enää riitä - kaivataan autenttisempia kokemuksia. Näitä on tarjolla muun muassa 'untactin' muodossa. Se on Koreasta lähtöisin oleva idea matkakokemuksesta ilman muiden matkustajien läsnäoloa. Tämä on mahdollista digitaalisten alustojen avulla, joiden kautta kohteen kävijämääriä voidaan kontrolloida.

3. Helsingin kautta

HELSINGIN TARJONTA KOHTAA MATKAILIJOIDEN MOTIIVIT MYÖS KRIISIN JÄLKEISESSÄ AJASSA

Helsingin urbaani luonto:

Rentoutuminen, tutkiminen ja seikkailu

Helsingin autenttisuus ja ystävällisyys:

Kulttuurien välinen kanssakäyminen ja ihmisten välisten suhteiden rakentaminen

Helsingin stay- ja workcation -mahdollisuudet:

Nautinto ja stressin välttäminen

Helsingin "aurionlasku":

Uuden löytäminen ja muistojen luominen

MATKAILUN VALTTIKORTIT OVAT OMISSA KÄSISSÄMME

Helsinki koetaan autenttisena, turvallisena ja luonnonläheisenä kaupunkina ja Suomessa on paljon ainutlaatuista tunnelmaa ja traditioita. On matkailuteollisuudesta ja -toimijoista kiinni, miten näitä kriisienkin näkökulmasta alaa tukevia asioita hyödynnetään. Matkailijat löytävät tiensä Helsinkiin sitä paremmin mitä tunnetumpi kaupunki olemme, ja tunnettuutta edistävät yksinkertaiset, helposti mieleenpainuvat ja siellä säilyvät asiat.

Helsinki voisi soveltaen hyödyntää "Untact" -periaatteita autenttisuuden tarjoamiseen ja sen ylläpitämiseen. Luonnon läsnäolon voi tuntea missä vain vehreässä ja merellisessä kaupungissamme. Kriisin sattuessa matkailijat tukeutuvat jo olemassa oleviin, hyviksi havaittuihin mielikuviin paikasta.

RESILIENTTI HELSINKI PÄRJÄÄ AINA

Kriisejä on aina ollut ja niitä tulee olemaan myös jatkossa. Kriiseistä on myös aina selvitty vaihtelevalla menestyksellä.

On kuitenkin mahdollista tunnistaa asioita, jotka tekevät matkakohteesta resilientin kriisien sattuessa, lyhentävät kriisien vaikutusten kestoja ja vähentävät niiden aiheuttamia haittoja.

Tärkeintä on kriisivalmiuden varmistaminen etukäteen. Kun jokainen matkailutoimija tietää oman roolinsa kriisin kohdatessa ja toimii saumattomasti verkostossa, voidaan kaupungin maineen, turvallisuuden ja näin ollen koko matkailuteollisuuden jälleenrakentaminen aloittaa heti kriisin sattuessa. Oleellista on oma, kollektiivinen ja aktiivinen toimijuus sekä yhtenä rintamana viestiminen. Käytännössä tämä tarkoittaa yhtenäistä linjaa lyhyen ja pidemmän aikavälin toimissa sekä kriisiviestinnässä ja edellyttää kriisivalmiuden proaktiivista kehittämistä koko matkailun alalla.

ASIOITA EDISTETÄÄN JO

Helsingissä tehdään jo matkailuturvallisuustyötä, jonka tavoitteena on, että Helsinki matkakohteena on maailman turvallisin pääkaupunki vuonna 2030 ja että Helsinkiin suuntautuvan matkailun turvallisuutta ja sen kokemusta johdetaan yhteistyössä kaupungin, yritysten, viranomaisten sekä muiden turvallisuustoimijoiden välillä.

Marraskuussa 2022 toimintansa aloitti myös matkailu- ja tapahtumaturvallisuuden johtoryhmä, johon kuuluu jäseniä muun muassa kaupunkiorganisaation sisältä, HUSista, Pelastuslaitokselta ja matkailuyrityksistä. Alkuvuodesta 2022 valmistui matkailun turvallisuuden käsikirja Kompassi, joka tarjoaa yrityksille kattavasti turvallisuustietoa ja ohjeistusta.

Kiitos.
