

JUHA AHONEN

**KEHITTYVÄ, KANSAINVÄLISTYVÄ, KAUPALLISTUVA JA
KOMMUNIKOIVA MATKAILU-SUOMI**

**Tiedusteluretki itsenäisen Suomen matkailuelin-
keinojen alkutaipaleeseen ennen II maailmansotaa**

**Suomen historian
pro gradu
Historian laitos
Jyväskylän yliopisto
1996**

Juha Ahonen

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos HISTORIAN
Tekijä JUHA AHONEN	
Työn nimi KEHITTYVÄ, KANSAINVÄLISTYVÄ, KAUPALLISTUVA JA KOMMUNIKOIVA MATKAILU-SUOMI	
Oppiaine SUOMEN HISTORIA	Työn laji PRO GRADU
Aika 1996	Sivumäärä 288
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>Itsenäisyyden alkuvuosikymmenet ennen II maailmansotaa olivat ripeän muutoksen kausia Suomen yhteiskunta-, talous- ja matkailuelämässä. Suvereenin maan tunnettuutta ja imagoa pyrittiin selkiyttämään niin omille kansalaisille kuin ulkomaillekin. Matkailun merkitys näyttäytyi tässä levitystyössä; sen taloudellisen tärkeys oli niin ikään oivallettu.</p> <p>Matkailuelinkeinojen elinehto on niiden operointi liiketaloudellisin periaattein ja markkinoinnin introdusointi helpotti tehtävää.</p> <p>Markkinointitietoutta ja matkailutietoutta haettiin kansainvälisiltä tantereilta, kannattavan kaupallistumisen ehtoja tutkittiin ja sovellettiin käytäntöön.</p> <p>Maankuva, yrityskuva ja tuotokuva ja niiden yhteennivoumat tulivat puntarointiin. Imagon luominen oli tärkeää: oli tärkeää luoda kuva dynaamisesta, kansainvälisestä ja kilpailukykyisestä matkailuelinkeinosta. Matkailuelinkeinojen välinen ja sisäinen kilpailu pakotti alituisen tuotesuunnitteluun ja -kehittelyyn, hintapolitiikkaan mutta myös yhteistyöhön, ja se pakotti myös näistä oikealla tavalla tiedottamiseen: mainontaan.</p> <p>Markkinoinnista opittiin apellien rakentaminen. 'Ensiluokkainen' yhdisti vetoomuksia, 'sinivalkoiset siivet' tai 'kumijalkainen neekeritanssi' erilaistivat. Valtaosaltaan mainosten apellit olivat yksitoikkoisia, "perustat" kuten hinta- ja saatavuustiedot mainitsevia; ilmoitukset olivat vielä yksiniitisiempiä. Kuvat ja valokuvat lisääntyivät hieman ajanjakson kuluessa. Messuosallistumiset ja PR-toiminta yleistyivät.</p> <p>Vapaa-aika etsi matkailutodentumiaan. Kansainvälistyvät, kaupallistuvat matkailuelinkeinot ja niitä edeltävä markkinoinnin monimuotoinen edistys auttoivat tässä.</p>	
Asiasanat MAINONTA, MARKKINOINTI, MATKAILUELINKEINOT	
Säilytyspaikka	
Muita tietoja	

SISÄLLYS:

1. JOHDANTO: TUTKIELMAN TARKOITUS JA LÄHTEET.....	1
2. MATKAILU: UTELIAISUUDEN TYYDYTYSTÄ JA LIIKETOIMINTAA...	3
3. TALOUS, YHTEISKUNTAELÄMÄ JA MONIULOTTEINEN MATKAILU...	10
3.1. Moninaistuva markkinointiviestintä.....	15
3.2. Matkailijan usealta kurkkivat kasvot.....	26
3.2.1. Mainontaa matkailun avulla.....	27
3.2.2. Matkailu liiketoimintana ja yrittäjyytenä.....	32
3.2.3. Matkailun yhteiskunnallinen ja taloudellinen merkitys.....	37
3.2.4. Perinteisten matkailuattraktioiden propagointia: esimerkkejä.....	43
3.2.5. Matkailun kansainvälistyminen ja kansainvälistämissuunnitelmia.....	49
3.2.6. Olympia- ja naisunelmoitu Suomen matkailu.....	67
4. MATKAILUJÄLKEINEN ITSENÄISESSÄ SUOMESSA ENNEN II MAAILMANSOTAA.....	77
4.1. Kuljetuslaitoksen kehityksestä.....	77
4.1.1. Maantiestö moottoriliikenteen pohjana.....	77
4.1.1.1. Kaupallistuva autoilu matkailuyrittäjyydessä.....	79
4.1.1.2. Kehittyvä, kehitettävä autoilu.....	85
4.1.2. Linja-autoliikenne.....	90
4.1.2.1. Voitokas, moninaistuva linja-autoliikenne....	90
4.1.2.2. Linja-automatkailun ihanuus ja arki.....	92
4.1.2.3. Busseilla Tampereelle, Petsamoon ja Imatrallekin.....	101
4.1.2.4. Edistynyt, viestivä linja-automatkailu.....	108
4.1.3. Rautatieliikenne.....	112
4.1.3.1. Rautatiet ja matkailutarpeet.....	112
4.1.3.2. Haastetut junat.....	114
4.1.3.3. Tuote ja hinta kilpailukeinoina.....	117
4.1.3.4. Rengasliput.....	122
4.1.3.5. Markkinointiviestintä kiillottaa kiskoja....	125
4.1.4. Lentoliikenne.....	129
4.1.4.1. Lentämisen alkupyrrähdykset.....	129
4.1.4.2. Matkailu, lentämispropaganda ja "Sinivalkoiset siivet".....	133
4.1.4.3. Kehittyvä lentoliikenne.....	139

4.1.5. Vesiliikenne.....	143
4.1.5.1. Meriliikenne.....	143
4.1.5.1.1. Vesitse aukeava Suomi.....	143
4.1.5.1.2. Matkustajalaivaliikenne elinkeinona.....	146
4.1.5.1.3. Merimatkailun propagoiminen - ilmoituksista mainoksiin.....	150
4.1.5.1.4. Merisiä tulevaisuuden vaateita.....	155
4.1.5.2. Rannikko- ja sisävesiliikenne.....	156
4.1.5.2.1. Hiipuva elinkeino?.....	156
4.1.5.2.2. Lomailuliikenteestä ja yhteistyöstä valoa synkkyyteen?.....	158
4.1.5.2.3. Markkinoinnin kultaamat? aallot.....	159
4.1.5.2.4. Tyrskyvät koskiveneet.....	168
4.2. Matkatoimistot: hiljaisia mutta toimeliaita- ekskursio lähinnä Suomen matkatoimiston historiaan	171
4.3. Majoitustoiminta.....	182
4.3.1. Moninaistuva matkailu ja majoituspalvelut.....	184
4.3.2. Matkailumajat ja matkailuhotellit.....	188
4.3.3. Talvimatkailu 'rakentaa' tukikohtia: esimerkkinä Pallastunturin Matkailuhotelli.....	195
4.3.4. Majoitusyrittäminen ja markkinointi.....	199
4.3.4.1. Hotellit.....	199
4.3.4.2. Pensionaatit ja matkustajakodit.....	208
4.3.4.3. Täysihoitoloita ja kesävieraita.....	214
4.3.4.4. Muita markkinointitoimia.....	219
4.3.5. Kehittyvä majoituselinkeino.....	220
4.4. Ravitsemuselinkeino: aituista taistelua ja hetkittäisiä osittaisvoittoja.....	226
4.4.1. Ravintolayrittämisen matkailukasvoja.....	226
4.4.2. Kieltolaki matkustavaisten kiusana.....	233
4.4.3. Ravintolatoiminta kieltolain kumoamisen jälkeen.....	243
4.4.3.1. Viina vapautui - liiketoimintaa ja moraalialia.....	243
4.4.3.2. Aiko ravintolatoiminnan peräsimessä ja 1930-luvun uudet, mannermaiset tuulet.....	245
5. KANSAINVÄLISTYNEET, KAUPALLISTUNEET MATKAILUELINKEINOT - KEHKEYTYVÄ PROJEKTI.....	262

LIITTEET

KIRJALLISUUS JA LÄHTEET

1. JOHDANTO: TUTKIELMAN TARKOITUS JA LÄHTEET

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää suomalaisen matkailuelinkeinon kehittymistä ja muuttumista itsenäisessä Suomessa ennen II maailmansotaa. Tarkoitus on myös kuvata sitä edellytysympäristöä, jossa uudistaviin toimiin ryhdyttiin. Erityinen huomio pannaan **matkailuelinkeinon kaupallistumiseen ja kaupallistamiseen**; ne toimivat kansainvälistymisen lisäksi konkreettisine ilmentymineen esimerkiksi mainontana sekä itse tutkimusobjekteina että kuin linsseinä, joiden läpi tapahtumia tarkastellaan. Kirjoituksen alkuosa on paljolti luonteeltaan taustoittava; keskiöön tulevat soveltavasti erilaiset Suomen 1920- ja 1930 -luku-
jen yhteiskunta- ja talouselämän matkailuun liittyvät muutokset. Näin se toimii eräänlaisena tiedollisena jalustana tai kasvualustana sille tutkielman jälkiosassa kohoavaan matkailuliiketoiminnan edistymiseen spesifioituvaan laajaan historialliseen tutkimukseen.

Näkökulma on poikkitieteellinen ja "kaksoishistoriallinen" - paitsi matkailuelinkeinojen niin myös markkinoinnin historiaan tutkimus opinnäytteenä on nähdäkseni kelpoinen, käsittelee tähän tutkielma matkailuelinkeinojen ja niiden edellytysten kehittymistä lähinnä markkinoinnin kilpailukeinojen 'lävitse'.

Sosiologisella tasolla tutkielma on makrososiologinen: näissä spesifeissä matkailuelinkeinoissa ja niiden markkinoinnillisessa edistämisessä 1920- ja 1930-luvun modernia lähestyvän yhteiskuntaympäristön muuttuminen näkyi selkeänä; aikaan sijoitus tutkielmassa toimii tällöin lähinnä operaatioalustana.

Tutkielman toisen luvun tarkoituksena on osoittaa matkailun moniulotteisuus. Ilmiötä voidaan lähestyä usean eri tieteenalan näkökulmasta. Matkailun kasvu, sen mahdollistajat ja matkustamisen motiivit ovat olleet sekä moninaisten tieteilijöitten että käytännön toimijoiden uteliaisuuden kohteena. Samoin luku pyrkii loogisesti kertomaan miten matkailu elinkeinona on mahdollinen ja millä tavoin mark-

kinoinnin teoriaelementein sitä on mahdollista tutkia. Kolmas luku puolestaan sijoittaa matkailuelinkeinon tutkimusobjektina aikaan ja paikkaan: 1920- ja 1930-lukujen Suomeen. Samalla se käsittelee niitä puitteita, sitä yhteiskunnallis-taloudellista kehystä, josta matkailuaktiiviteetti saa kehitysvoimansa.

Neljäs luku käsittelee yksittäisten matkailuelinkeinon elementtien kehittymistä. Tarkoitus on tarkastella lähinnä markkinoinnin kilpailukeinon 'lävitse' kuljetuslaitoksen historiallista muutosta, matkatoimistotoiminnan sekä majotus- ja ravitsemiselinkeinon piirteitä maassamme 1920- ja 1930-luvuilla.

Lähteistö koostuu pääosin kolmen aihepiirin teoksista ja artikkeleista. Matkailun teoriaa käsittelevä kirjallisuus on paljolti englantilaisen, yhdysvaltalaisen ja saksalaisen matkailukirjallisuuden perusteoksia, siis perinteisiltä turismitutkimusta harjoittavilta alueilta. Suomalaisen matkailuelinkeinon omia historioita on myös käytetty.

Lähteistön toisen osan muodostavat talouselämään ja markkinointiin liittyvä elementaaritietous. Viitteiden osuus tässä yhteydessä on vähäinen, koska tieto on luonteeltaan yleisluonteista. Kolmas osa lähteistöä koostuu suomalaista yhteiskuntaa käsittelevistä yleisluontoisista historiankirjoituksista, matkaoppaista sekä aikakaus-, "ammattilehti"- ja sanomalehtiartikkeleista sekä eritoten tarkoituksellisen runsaista ja esimerkinomaisista mainoksista.

Ammattilehtien ohelta valtakunnallisina ja levikeiltään suurina ja merkittävinä mainostamisen foorumeina Helsingin Sanomia ja Uutta Suomea tutkitaan eniten; Aamulehti, Turun Sanomat, Kaleva, Karjala, Itä-Savo ja Keski-suomalainen tärkeinä maakuntalehtinä kiinnostavat niin ikään. Työväenlehdistä, tosin ilman poliittiseen sidottua erityisluomiota, ovat lähteinä mukana Suomen Sosialidemokraatti ja Kansanlehti. Mainosten analyysi perustuu erilaisiin tuttuihin, yleisiin tarve- ja motivaatioteorioihin. Lisäksi lähteenä on erikseen mainittava virallinen tilastoaineisto.

2. MATKAILU: UTELIAISUUDEN TYYDYTYSTÄ JA LIIKETOIMINTAA

Nykyinen laaja turismi, massaturismiksikin kutsuttu, alkoi 1920-luvun USA:sta voimakkaan autoistumisen myötä. Euroopassa turismi kasvoi voimakkaasti II maailmansodan jälkeen, erityisesti kansainvälinen matkailu. Vuonna 1950 40 miljoonaa ihmistä ylitti matkailutarkoituksessa maansa rajat, vuonna 1985 luku oli lähes kahdeksankertaistunut; YK ilmoittaa matkustajien määrän kolminkertaistuneen 1955-1965 noin 60-70 maassa.¹

Matkailun yleistymisen vaikutti yhteiskuntiin ja niiden rakenteisiin; eri alojen tutkijat alkoivat kiinnostua ilmiöstä ja sen merkittävydestä. Jotta matkailua voitaisiin tutkia täsmällisesti, ryhdyttiin siihen asti vielä käsitteellisesti epämääräisiä matkailuun miellettyjä elementtejä tarkentamaan ja sitomaan toisiinsa samalla kun toisia suljettiin pois. 1900-luvulla syntyivät matkailuteoriat ja -määritelmät. Määritelmiä on runsaasti sillä matkailun ilmiömaailmaa voidaan lähestyä usean eri tieteen tarkastelukulmasta.

Walter Hunziker ja **Kurt Krapf** määrittelevät matkailun seuraavasti: "Matkailu on niiden suhteiden kokonaisuus, jotka muodostuvat vieraiden oleskelusta jollakin paikkakunnalla mikäli oleskelun tarkoituksena ei ole pysyvä tai tilapäisesti pääasiallinen ansiotyö."² Määritelmän näkökulma on lähinnä taloustieteellis-sosiologinen.

Paul Bernecker toteaa: "Matkailu on ihmisten paikanvaihdosten ja siihen liittyvien toimintojen kokonaisuus: sen saavat aikaan oman minän irralleen pääsy ja matkustamisen halu, joka uinuu enemmän tai vähemmän jokaisessa ihmisessä."³ Tässä taas matkailua lähestytään humanistisemmin.

¹ Lanfant 1989, 178

² Hunziker & Krapf 1942, 21

³ Bernecker 1962, 9

Kalevi Piha taloustieteellinen määritelmä kuuluu: "Matkailu on yksilön varojen kuluttamista loma-aikaisten tarpeiden tyydyttämiseen vieraalla paikkakunnalla."⁴

Matkailu voidaan nähdä myös sosiaalisten suhteiden kokonaisuutena. "Matkailu on kotipaikkakuntansa ulkopuolella tilapäisesti oleskelevien ja kotipaikkakunnallaan oleskelevien henkilöitten välisten suhteiden summa."⁵

Matkailun lisääntymisen syitä on pohdittu runsaasti. On viitattu 1900-luvun teollisuusmaiden taloudellisen hyvinvoinnin kasvun ja matkailun yhteyteen⁶, painotettu vapaa-ajan määrän lisäystä matkailun mahdollistajana⁷, kommunikaatioyhteyksien kehitystä⁸, yhteiskuntien sekularisointumista⁹ ja urbanisoitumista¹⁰.

Kulutusfunktio on eräs suomalaista kulttuuria keskeisimmän jäsentävistä tekijöistä. Sen vaikutukset läpäisevät toimintoja kauttaaltaan. Halu lisääntyvän vapaa-ajan mahdollisimman tehokkaaseen hyväksikäyttöön ja elämisen laadullisten tekijöiden maksimoimiseen ovat tyypillisiä modernille. Vapaa-aika on harvoille jouten oloa - silloin tulee ottaa takaisin palkkatyössä menetettyä pääomaa.

Klaus Ottomeyerin mukaan vapaa-ajan ihmissuhteet ovat luonteeltaan pakonomaisen kompensatorisia, mikä on seuraus-

⁴ Piha & Tuomina 1966, 13

⁵ Knebel 1960, 2

⁶ Katona 1964, 274; Murphy 1981, 193; Robinson 1976, 21; Cosgrove & Jackson 1972, 27; Smith 1989, 2; Waris 1967, 67, 93; vrt.liite 1

⁷ Robinson 1976, 18; vrt.liite 2

⁸ Burkart & Medlik 1974, 1; Lanfant 1989, 178; Simmons 1975, 11; Levery 1971, 97; vrt.liite 3

⁹ Leach 1961, 132-136

¹⁰ Simmel 1986, 4; Pöschl 1962, 1; Christaller 1963; Levery 1971, 171; vrt.liite 4

ta siitä, että ihmisten on välttämätöntä vapaa-aikanaan jatkuvasti uusintaa oma yksityinen työvoimansa. Perheestä ja muista ihmissuhteista tulee eräänlaisia tankkauspaikkoja, joista ihmiset kouristuksen omaisesti etsivät lämpimiä ja tunnepitoisia ihmiskontakteja työelämän näännyttävän kilpailun ja henkisen paineen jälkeen¹¹. Sanomalehtien matkailumainoksia tarkastelemalla voi huomata vapaa-ajanviettoon liittyvien funktioiden valtavan kasvun.

Modernisoituva yhteiskunta on lisäksi tuottanut lukemattoman määrän erilaisia vapaa-ajanvieton professioita. Koska vapaa-ajasta pitää ehtiä nauttia mahdollisimman paljon, ovat erilaiset ulkoohjatut harrastusmuodot ja ohjelmoitu ajankäyttö ('lomapaketit') yhä tiiviimpi osa ihmisen elämää.

Vapaa-ajan voimakas esineistyminen ja hyödykkeistyminen näyttäytyy selvästi myös harrastusideologiassa, jota Theodor Adorno kuvaa seuraavasti: "Itsestään selvään tapaan kysyä ihmisten harrastuksia sisältyy vaatimus: jokaisella on oltava harrastus ja mikäli mahdollista - kokonainen joukko niitä. Lisäksi niiden on sovittava vapaa-ajan markkinoiden tarjontaan. Organisoituneessa vapaa-ajasta on tullut jotakin pakollista... Se, mitä tässä tapahtuu, on että teollisuus funktionalisoi aidon vapaudentarpeen ja uusintaa sen laajennetussa mitassa, siten että ihmiselle myös ulkoapäin tyrkytetään omia toiveitaan."¹²

Matkailu voi olla hyvinkin vain yksilön harrastus; muitakin matkailun syitä on toki esitetty.

Yksilötasolla on osoitettu matkailun syiksi fyysisiä, kulttuurisia, ihmisympäristön vaihtamisen, status- ja prestiisimotiiveja,¹³ vaellushalua ja auringon kaipuuta¹⁴

¹¹ vrt. Ottomeyer 1978, 109-116

¹² Adorno kokonaan, 1981

¹³ McIntosh 1972, 52; vrt. Graburn 1983, 9-33, 15; Graburn 1989, 28-29; vrt. liite 5

sekä virkistäytymisen, vaihtelun ja velvollisuuksista vapautumisen tarvetta¹⁵ Matkailun motiiveja on lähestytty myös teoreettisemmin, esimerkiksi sosiologisesta - luokkapohjaisesta¹⁶ ja psykologisesta - hedonismin - viitekehyksestä¹⁷käsin. On myös havaittu, että ihmiset eivät useinkaan tiedosta matkustamisensa todellisia motiiveja.¹⁸

Matkailun motiivien olemassa olo ei kuitenkaan yksin riitä todentamaan tiettyyn kohteeseen matkustusta - realisaatioon useimmiten tarvitaan alueen turistisen vetovoiman l. attraction sekä matkailun taloudellisen merkityksen oivaltaneitten toimijoitten, usein yritysten, tarkoitushakuinen, kaupallistettu, matkailuaktiiviteettiin ohjaava motiivien viritys. Viritysinstrumenttina käytetään *markkinointia*.

Matkailumarkkinointi on osa yleisempää palvelujen markkinointia. Yksilöllisiä piirteitäkin voidaan toki löytää; **Jost Krippendorf** määrittelee matkailun markkinoinnin näin:

"Matkailun markkinointi on matkailuyritysten toimintaohjelmien samoin kuin valtion matkailupolitiikan systemaattista ja koordinoitua soveltamista paikallisella, alueellisella, kansallisella ja kansainvälisellä tasolla tarkoituksena tyydyttää tiettyjen kuluttajaryhmien tarpeet optimaalisesti ja samalla tuottaa kohtuullista voittoa."¹⁹

Matkailun markkinointia voidaan pitää eräänlaisena johtamisprosessina, jossa matkailuorganisaatiot ensiksikin identioivat kohdeyleisön: nykyiset ja potentiaaliset matkailukuluttajat. Se perustuu viestintään. Kuluttajilta otetaan

¹⁴ Gray 1970, 13; vrt.liite 6

¹⁵ Krippendorf 1971

¹⁶ Veblen 1899

¹⁷ Krapf 1952; Dann 1986; vrt. Allock 1988, 33-48; Cohen 1979, 183-191; Iso-Ahola 1980, 287-296

¹⁸ Crompton 1979, 408-424

¹⁹ Krippendorf 1971, 46

selville heidän toiveensa, tarpeensa, motivaationsa, mieltymyksensä kuten myös aiempien mahdollisesti 'epäonnistuneitten' matkojen syyt. Näiden tietojen mukaan - organisaatiopäämäärät suuntaviittana - matkailutuotteet muokataan sellaisiksi, että kuluttajat niitä ostavat.

Markkinoinnin kilpailukeinoina eli parametreina esitetään tavallisimmin itse tuotetta, sen hintaa, saatavuutta ja markkinointiviestintää. Jokainen kattokäsité jakaantuu 'toimenpide'osiinsa. Markkinointiviestinnällä eli -kommunikaatiolla tarkoitetaan kaikkea sitä viestintää, jota markkinoiva yritys käyttää saadakseen tuotteelleen menekiä. Markkinointiviestintä koostuu henkilökohtaisesta myyntityöstä, suhdetoiminnasta (PR), myynnin- ja menekinedistämisestä (SP) sekä mainonnasta. Käytettävien viestintäkeinojen keskinäinen painotus riippuu oleellisesti markkinoivan yrityksen liikeideasta, tuotteista ja asiakkaista.

Matkailuyrityksen johdon on päätettävä, luottaako yritys hyvin palveltuihin kanta-asiakkaisiin, 'ystävien kertomuksiin', osallistuuko matkailumessuille, ryhtyykö tarmokkaaseen mainoskampanjaan alan erikoislehdissä, kutsuuko radio-toimittajan 'kostealle lounaalle' ja ylipäänsä suunniteltava miten yrityksen viestintä hoidetaan.

Maankuva, yrityskuva sekä tuotekuva ovat markkinointiviestinnän keskeisiä käsitteitä. Ne ovat yhä oleellisempia kilpailukeinoja; ne pohjautuvat todellisuudelle vain osin, ennen kaikkea ne ovat mielikuvalataumia, fantasiamaailman manifestaatioita. Ne paljastavat miten potentiaaliset asiakkaat - suuri yleisö - maahan, yritykseen tai tuotteeseen suhtautuvat. Onko Suomi puuhakkaiden yöttömien öiden puhdas maa, sen ihmiset ystävällisiä, järvet sinisinä siinteleviä? Onko Suomen miehillä rehti luonne ja naisilla kirkas, lempeän ymmärtävä katse?

Ja katsotaanpa "silmät kiinni": Linja-autot korottävät turvallisen mukavina: varsinaisia pehmoisten penkkien uinuloita, kiskot kolokkaavat ystävällisen kutsuvina; ihanaa

on lipuminen yli sisävesien sinijärvien tai lentäminen vapaan valkolampaisen suvitaivaan "kokkolintuna" laajan maan ääriltä toiseen nopeasti, turvallisesti ja sen kauneuden mitä hemmottelevimmin löytäen. Turhaa on nyt kysyä, onko ylellisen erämaahotellin ekslusiivinen aamiainen atavistista alkuvoimaa antava, kun näköala-akkunasta siintävät salaista seikkailua lupaavat aavalakiset vaarat, ikiauringossa kimmeltävä järvien sini ja tuulahdus tietömiin tunturien tuhansin loistovärein leimuavasta jäkäläävikosta.

Mainonta on osa markkinointia ja markkinointiviestintää, nimenomaan markkinoinnin näkyvin osa ja sen tarkoituksena on tukea myyntityön tekijöitä. Tämä voi tapahtua tiedottamalla tuotteen ominaisuuksista ja hyödyistä sekä hinnasta ja saatavuudesta, vaikuttamalla tunteisiin ja asenteisiin tavoitteena hyvä tuote- ja yrityskuva sekä herättämällä ostohalua tuotteen etuja ja hyötyjä esitellen.

Mainonnalla on useita positiivisia ominaisuuksia. Se on massaluonteista ja nopeaa, tämä mahdollistaa edullisen suuriin massoihin kohdistuvan myynnin. Mainonta on harjoittajalleen edullista: saavutetun asiakaskontaktin hinta on alhainen verrattuna esimerkiksi kenttämyyntityön kontaktikustannuksiin. Mainonta voidaan myös haluttaessa suunnata tietyille kohderyhmille. Tällöin puhutaan mainonnan *segmentoinnista*. Mainoksen yksittäisiä, houkuttaviksi tarkoitettuja osia kutsutaan puolestaan *apelleiksi* eli vetoomuksiksi.

Matkailutuotteen mainostajalle on tärkeää oivaltaa tämän hyödykkeen erityislaatu. Matkailutuote tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, ja se koostuu sekä abstrakteista että konkreeteista tekijöistä. 'Henkisimmillään' matka on etukäteishaaveina, mielikuvitusunelmina, miellyttävänä odotuksen värinä. Itse matkalla tuote koostuu majoituspalveluista, ravintolailloista, shoppailuista matkamuistomyymälöissä, kellimisistä hiekkarannalla, porsasjuhlista - kokemuksina. Matkan päätyttyä jäljellä on muistoja, tapahtumista, nähtävyyksistä, mielialoista. Näiden oikea, 'kultaava' viritys

saa matkailijan uudistamaan kulutuksensa.

Matkailutuote ei sijaitse tyhjiössä, markkinointi ei ole edellytyksetöntä. Matkailuliiketoiminnan syntymiseen tarvitaan myös ns. puitetekijöitä.

Matkailuelinkeinon kehittymisen edellytyksiä jollekin alueelle ovat jo aiemmin mainittu matkailullinen vetovoima, hyvä saavutettavuus sekä monipuolinen palveluvarustus. Niin ikään pääomien saatavuus alkuinvestointeihin, kelpoinen työvoima ja yrittäjien osaaminen luovat oikeanlaista kasvualustaa turistikseen aktiviteetille - suojea yhteiskunnallinen asenneilmasto matkailuliiketoimintaa kohtaan helpottaa yksityistä päätöksentekoa.

Matkailuelinkeino jaetaan perinteisesti *kuljetus-, matkatoimisto-, majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalvelutoimintaan*²⁰. Kunkin elinkeinonhaaran historia on osa yleistä *taloushistoriaa*; se on myös osa *kulttuurihistoriaa*, vapauden valtakunnan, vapaa-ajan ja toiminnan halun historiallista realisaatiota ilmauksena ihmisen sosiaalisuudesta sekä arvostuksen ja itsensä toteuttamisen tarpeista.²¹

²⁰ esimerkkinä liite 8.

²¹ vrt. Murphy 1981, 193

3. TALOUS, YHTEISKUNTAELÄMÄ JA MONIULOTTEINEN MATKAILU

1920- ja 1930-luvut olivat Suomessa pääsääntöisesti ripeän moniulotteisen muuttumisen ja kehityksen aikaa. Suomen talous kehittyi suopeasti. Vain kolmikymmenluvun alku - 1930-1932 - sekä talvisotavuosi poikkesivat suunnasta. Itsenäisyyden alkuvuosikymmenten bruttokansantuotteen keskimääräinen vuosikasvu oli 4,5%, josta noin puolet perustui yleisen tuottavuuden nousuun²². BKT henkeä kohden miltei kaksinkertaistui vuosina 1920-1938²³.

Maatalous oli vielä 1920-1930 -luvulla suomalaisten valtaosan pääelinkeino. Vuonna 1920 sen osuus työllistäjänä liikkui vielä 60 prosentin vaiheilla ja osuus bruttokansantuotteesta läheni 40 prosenttia²⁴. Kuitenkin Suomenkin suunta oli kohti teollistuvaa, rakentavaa, kaupallistunutta yhteiskuntaa²⁵.

Ripeytyvään talouselämään ja muuttuvaan elinkeinorakenteseen kuului myös ulkomaisten kontaktien lisääntyminen: ovet Eurooppaan aukenivat. Liikenneyhteydet paranivat ja elokuvat levittivät impressioita kansainvälisestä menosta - yhä useammat suomalaiset tunsivat mannermaisen muodin, uudet tanssit, ajan hengen.

Vaikka Gertrud Stein ja Ernest Hemingway lanseerasivat 'génération perdue'n, pääsääntöisesti elämän optimismi kuokoisti - eurooppalaiseen jazz-aikaan kuului tekniikan ihailu, ihmisen mahdollisuuksien esiin nosto, demokratian ja vapauden korostaminen; toisaalta jo 1920-luvulla etsiydyttiin mystiikkaan, intuitioon, haettiin transsendentaa-lista voimaa, 'sykkivää sydäntä'.

Suomen idealismi ilmeni yksinkertaisen talonpoikaisen

²² vrt. Hirvonen ja Hjerppe 1983, 56

²³ vrt. Hjerppe 1990, 187-188

²⁴ emt. 42-43

²⁵ vrt. Alapuro 1985, 78-100

ahkeruuden ihannointina ja puritanistisena kieltolakina. Suomen kuvaa ja identiteettiä rakennettiin ulkomaille: perustettiin lähetystöjä ja suomalaiset atleetit urheilivat uutta kansakuntaa maailman tietoisuuteen²⁶. Ja esimerkiksi Paavo Nurmen Amsterdamin olympiagloriaa toki pyrittiin myös kaupallisesti hyödyntämään: saksankielisessä esitteessä vuodelta 1929 Turkua nimitettiin "kolmen kultamitalin kaupungiksi"²⁷.

Ulkomaankauppa kasvoi. Maailmansotien välisenä kautena Englannista tuli Suomen tärkein kauppakumppani²⁸. Sen osuus ylitti kolmikymmenluvun alku- ja keskivaiheilla kolmasosan Suomen kauppavaihdosta, mutta kymmenluvun lopussa se suhteellisesti hieman pieneni - silti tuolloinkin se oli lähes kaksinkertainen Saksan osuuteen verrattuna²⁹.

Nimenomaan vientimaana Iso-Britannia oli ylivoimaisesti tärkein; koko sotien välisen ajan sen viennin arvo oli yli kaksinkertainen tuontiin verrattuna ja, vuosittain vaihdellen, 2-4 -kertainen Saksaan vietävään verrattuna. Lähes joka toinen eurooppalainen vientimarkka oli brittiläinen³⁰.

Englantiin oli siis syytä "olla suhteissa": Käytännössä vientipiirien sekä osuustoimintaliikkeen vuonna 1926 perustama Finnish-British Society näki kaupan ohelta myös muun kaltaisten kontaktien kehittämisen tarpeen. Esimerkiksi englannin kielen osattuus oli Suomessa suhteellisen huono³¹.

Ruotsi, niin naapurimaa kuin onkin, ei maailmansotien välisenä kautena yltänyt kymmenen prosentin kaupankäyntimerkit-

²⁶ Kallio 1982, 24-26

²⁷ Piesanen 1993, 17

²⁸ Virrankoski 1982, 55

²⁹ Vrt. liite 2

³⁰ vrt. Suomen taloushistoria 3, 1983 = Vattula 1983, 237-238

³¹ Paasivirta 1991, 183

tävyYTEEN, sen sijaan Saksan vuosina 1931-1935 laskenut osuus alkoi kymmenluvun loppua kohden nousta. Syynä ilmeisesti oli yleinen suhteiden hoitamista helpottava saksalaisorientaatio³²: esim. oppikoulujen vieraista kielistä saksan suosio oli edelleen ylivoimainen³³.

Jos Englanti olikin vientipiirien suosikki niin tuontimaana Saksa itsenäisen Suomen alkuvuosikymmeninä oli ylivertainen. Sieltä tuotava oli arvoltaan koko 1920-luvun ajan 2-5-kertainen sinne vietävään verrattuna, ja vielä kolmekymmenluvullakin Suomen Saksan kauppa oli perin alijäämäistä.³⁴

Maantieteellisestä etäisyydestään huolimatta Yhdysvallat oli tärkeämpi Suomen kauppakumppanina kuin monet suuret Euroopan kauppavaltiot (esim. Ranska, Hollanti, Italia). Neuvostoliiton merkitys kauppapartnerina edelleen vähentyi kolmikymmenluvulla kuten myös venäjän kielen taitaminen.

Maaseutuväestön absoluuttinenkin lukumäärä alkoi jo 1920-luvulla vähetä - kaupungistuttiin, ei hirmuisin harppauksin mutta tasaisen vääjäämättömästi³⁵. Talvisodan syttyessä kaupungeissa asui suhteellisesti yli 40% enemmän suomalaisia kuin kansalaissodan loppuessa.³⁶

Teollistuminen eteni, elintaso nousi - suomalaiset voivat lamakautta lukuunottamatta yhä paremmin. Erityisesti kaupunkiväestölle hyvät suhdanteet loivat elämän aineellisia puitteita. Kulutustottumukset pikku hiljaa muuttuivat. Elintarpeiden osuus kansalaisen kulutusmenoista väheni.

Runsastunut ulkomaankauppa entisestään monipuolisti 'menu-

³² vrt. Paasivirta 1991b, 179-185; vrt. Suomen Sanomalehdistön historia 2/88, 373

³³ Paasivirta 1991, 182-183

³⁴ vrt. Suomen taloushistoria 3, 1983, 237-238

³⁵ Virrankoski 1982, 55

³⁶ vrt.liite 4, taulukko 12

tä ja niinpä pakarissa yhä useammin höyrysi kahvipannu, vuonna 1938 kymmenvuotisen harjoittelun jälkeen jo 5500 sähköliedellä³⁷. Itsenäisyyden alkuvuosikymmenet pistivät suun makeaksi: sokerin käyttö kaksinkertaistui, ja vuosina 1920-1939 kahvin kulutus henkeä kohden yli kolminkertaistui.³⁸

Avoimuus maailmaan, inhimillinen uteliaisuus ja tiedonjano näkyivät joukkoviestinnässä. Radio mahdollisti elävät kuulokuvat maailmalta, toi Pariisin tupaan, Berliinin olohuoneeseen. Intoa osoittaa esimerkiksi radiolupien kaksinkertaistuminen vuosina 1927-1928 sekä reilu kolminkertaistuminen kolmikymmenluvulla.³⁹ Sanomalehtien levikki kasvoi.

Uusi ilmiö oli iltalehtien yleistyminen; Nya Pressen oli toki ilmestynyt iltalehtenä jo ennen I maailmansotaa. Kauppalehdestä tuli iltalehti vuonna 1919 ja Ilta-Sanomat perustettiin "Mäntsälän kapinasta" Helsingin Sanomien iltapainokseksi vuonna 1932.

Ainakin Helsingissä ilmestyvien ns. johtavien lehtien - HS, US, Hbl, SSd - palstatila ja sivumäärät kasvoivat - lama-aikaa lukuunottamatta - vuoteen 1938⁴⁰, samoin ilmoitusmäärät palstametreinä⁴¹. Aikaisemmin melko vähäpätöinen sanomalehtimainonta merkityksellistyi ja moninaistui⁴².

Sanomalehti kaupallistui, 'keveni' - viihteellisyys lisääntyi. Syntyi erilaisia spesiaalipalstoja, perifeerisessä Keskisuomalaisessakin "hyödyksi ja huviksi" tarkoitettu lauantaailukemisto. Ferdinand Feber esimerkiksi hilpeänä

³⁷ Myllyntaus 1992, 45

³⁸ STV 1941, 311, vrt. Haatanen 1974, 69-71

³⁹ Vattula 1983, 313, liite 3, taulukko 11

⁴⁰ vrt. Suomen lehdistön historia 2/1988, 367 ja 368

⁴¹ emt. 392-393

⁴² Virrankoski 1982, 55

satuili "korvapuustista Savoy-hotellissa"⁴³. Ylipäänsä paikoin, suitsutettiin urheilusta ja ulkomailta alkoivat seikkailunsa Mutt & Jeff - Matti Mainio ja Jussi Juonio - sekä Adamson: sarjakuvat saapuivat 1929. Varsinaisten viihdeosastojen ja viikkoliitteiden synty ajoittuu niin ikään jo 1920-luvulle. Uuden Suomen sunnuntailiite aloitti 1926 ja Helsingin Sanomien viikkoliite vuoden 1928 alussa. Liitteiden tyypillistä antia olivat erilaiset matkailu- ja ulkomaanjutut, joita saattoi olla useampiakin samassa numerossa. Esimerkiksi Keski-suomalainenkin oli saanut kirjeenvaihtajan Suomen Joutseneen ja lehden lauantailukemistoon kuvaamaan haitten ja delfiinien jouduttamaa merimatkaa: "Suomen Joutsenen purjehdusretkeltä Madeirasta Montevideoon";⁴⁴ ajan tasalla oli jo helpottunut uutisointi Kap Kaupunkiin saapumisesta.⁴⁵

⁴³ KSML 19.2.1938

⁴⁴ KSML 12.2.1938

⁴⁵ KSML 19.2.1938

3.1. Moninaistuva markkinointiviestintä

Yhteiskunnan läpikäyvä kaupallistuminen, kaupallistaminen ja markkinointiviestinnän esiinmarssi olivat iloisen 20-luvun elinkeinoelämän johtosuuntia erityisesti kaupungeissa. Elämän melu koveni. Miljööseen syttyi uusi syke, hektinen liike, kiireen kumu, kolikoitten kilinä, paksujen massien rahan kahina.

"Tuolla alhaalla hälisi Heikinkatu vilkkaasti, tuo nuori katu suurkaupunginunelmiseen. Juutalaiset oleilivat puotien ovilla, sormivat sormuksilla koristetuilla käsillään kellonvitjojaan ja arvioivat nopein paljastavin katsein ohikulkevien kevätpukuja. Raitiovaunut kilisivät, autot toittivat ja jarruttivat, tuuli kuhisi esplanadin puiden latvoissa - uusi, itsetietoinen tuuli, ei se joka kerran oli idyllisesti suhissut Kaisaniemen vanhoissa puissa lulll, lulll vaan tuuli joka lauloi pilvenpiirtäjistä ja bensiiniasemista: *shell, shell, shell!*..."⁴⁶

Erilaiset erikoisliikkeet lisääntyivät taajamissa. Maksettu, kommersiaalinen kommunikaatio yleistyi ulkomaisten, etupäässä amerikkalaisten esikuvien ryydittämänä. Sitä alettiin myös tieteellisesti arvioida. Ja niinpä jo vuonna 1928 mainontapioneeri W.K.Latvala pohti "Liiketaidon" artikkelissaan amerikkalaisen ja eurooppalaisen reklaamin omalaatuista, eroavaa kehitystä⁴⁷ sekä eritteli hyvän julkisteen ominaisuuksia viisi vuotta myöhemmin⁴⁸.

Mainonta ja SP-toiminta vireytyivät. Suomen ensimmäiset messut järjestettiin vuonna 1920 Helsingissä. Innostus oli voimakasta: Osanottajien määrä ylitti odotukset, ja pääsylippuja myytiin yli 100 000. Vuonna 1921 perustettiin Suomen Messut Osakeyhtiö. Vuodesta 1926 järjestettiin erikoismessuja, joissa myös matkailuelinkeino esiintyi.

⁴⁶ Olsson 1929: Pä kanaanexpressen

⁴⁷ Latvala, Liiketaito 1928:4, 69-71

⁴⁸ Latvala, Liiketaito 1933:1, 39-41

Messujen Mekaksi rakennettiin Messuhalli vuonna 1935⁴⁹. Myös *suhdetoiminnan* merkitys tiedostettiin. Runollisesti ja maalailleen onnistunutta PR-toimintaa suhteutti W.K. Latvala⁵⁰:

"...on sanottu, että "good-will" on arvokkainta, mitä yksityinen henkilö tai järjestö voi saada. Se on yhtä arkaa ja yhtä kaunista kuin orkideat; yhtä arvokasta ja yhtä vaikeaa löytää kuin kultanugetti; yhtä voimakasta ja yhtä vaikeaa rakentaa kuin jättiläisturbiini...jotakin aineetonta..."

Sekä SP- että PR-toiminnan kansainvälistymiseen viittasivat Suomen osallistuminen Barcelonan maailmannäyttelyyn vuonna 1929, Milanon triennaleen vuonna 1933 sekä Brysselin ja New Yorkin maailmannäyttelyihin. Nuorta kansakuntaa oli tehtävä tunnetuksi ja positiiviseksi mielletyksi⁵¹.

Mainonta ammatillistui yhä enemmän. Ensimmäinen elinkelpoinen suomalainen mainostoimisto, Suomen Teollisuuden Ilmoituskeskus Oy syntyi 1925.

Historiallisesti ensimmäinen mainonnan määrittely Suomessa sisältyy ensimmäiseen suomalaiseen tietosanakirjaan (1883 - 90). Agathon Meurman toteaa: "Reklami (ransk.), ilmoitus jossa tavallisesti liioittelemalla kehutaan tarjolla olevaa tavaraa".

Niinpä 1900-luvun alkupuolella mainonnasta käytettiin sanaa reklaami - latinankielisestä verbistä reclamare - 'huutaa julki' - aina vuoteen 1928, jolloin syntyi 'mainos'-sana Suomen Kuvalehdessä julkaistun kilpailun tuloksena. 'Mainoksen' ja 'mainostamisen' keksijä oli professori E.A. Saarimaa. Suuri yleisö oli totutettava omaksumaan uudet nimitykset, ja mm. siksi pidettiin Helsingissä 19-27.4.1928 mainosmessut.⁵² Markkinointiviestinnän osiot tukivat näin

⁴⁹ vrt. Pulla 1970

⁵⁰ Mainonta luo "good-will" -arvoja, H.S. 01.06.1935

⁵¹ vrt. Röneholm I ja II

⁵² Kotkavuori, 1947:3, 11

toisiaan: mainontaa edistettiin SP-toimilla.

Pohjimmainen syy mainosmessujen järjestämiseen tuli luonnollisesti kielenhuollon ulkopuolelta. Suomen talouselämä oli huomannut suomalaisen markkinointiviestinnän tietyn kaltaisen kansainvälisillä kauppatantereilla korostuvan alkeellisuuden, ja mainosmessuista nähtiinkin väline edistää mainontaa nimenomaan monitahoisen ulkomaisen kilpailun voittamiseksi. Mainonnan ilmiönä ja elinkeinona jo ottamista kehitysaskelista oli myös tarpeen tiedottaa. Ylivohtaja W.M.J. Wiljanen esitelmoi:⁵³

"... tässä suhteessa tahtovat nyt avattavat ensimmäiset reklaamimessut tulla elinkeinoelämämme avuksi: 1. selvittämällä esitelmien kautta reklaamin merkitystä yleensä ja kiinnittämällä huomiota sen käyttämiseen myöskin silloin, kun maahamme on kehitettävä uusia tuotantoaloja tai on puolustettava vanhoja jo käynnissä olevia; sekä 2. näyttelyn kautta havainnollisesti osoittamalla, miten pitkälle teknillisiin apuneuvoihin, taituruuteen yms. seikkoihin nähden olojemme vastaavassa kehityksessä reklaamin eri aloilla on jo tultu..."

Esitelmiä pidettiin, ja Helsingin Sanomat julkaisi juttuja kiintoisiksi katsomistaan, jopa suorina lainauksina.⁵⁴ Lukijat saivat esimerkiksi koko palstan kirjoituksena tietää reklaamin psykologiasta, ja luonnollisesti heidän itsevaarinottonsa näyteikkunan edessä lisääntyi: Empiirisen havaintotutkimuksen mukaan näet katselutilanteessa houkutteluikkunan keskustaan kohdistuu 411, vasemmalle 189, ja oikealle 177 'tapausta'. Luonnollisesti oppiva mainostaja hyödynsi niin ikään "näyteikkunatiedettä".

Mutta millainen sitten ylipäätään oli kelvollinen mainonnan ammattilainen? Artikkelit loppui myös modernilta vaikuttavaan mutta hieman metafyyssiseen pohdiskeluun:⁵⁵

⁵³ Suomen ensimmäiset reklaamimessut, Helsingin Sanomat = H.S. 22.4.1928

⁵⁴ esim. Mielenkiintoinen esitelmä reklaamin psykologiasta, H.S. 21.4.1928

⁵⁵ ent.

"Hyvä kansansielun tuntija on hyvä mainostaja. Se joka ei tunne sen piirin sieluja, jonka puoleen hän kääntyy, hän ei saavuta tarkoitustaan, val mistipa hän tai aikaan sai kuinka kauniita mainoksia tahansa. Hän ampuu ruutinsa hukkaan; hänen ammuksensa eivät osu maalin. Mainostajan ei pidä ilostua siitä, että joku huudahtaa hänen ilmoituksensa nähtyään: "Tuo on suuremmoinen ilmoitus!" Mutta kun hän kuulee huudahduksen: "Tuon minä menen tänään ostamaan!" saa hän olla tyytyväinen, sillä mainonta ei ole itsetarkoitus, vaan välikappale, jonka tehtävänä on olla tärkeänä renkaana myyntitoiminnassa..."

Onnistuvan myyntimiehen tuli siis olla sielujen tuntija, ja mikä tärkeintä myös "sieluston", myyntialueensa kansansielun. Tietyllä tavoin artikkelissa viitattiin myös markkinapalautteen hankintaan: tarkkakorvaisena on kuunneltava "huutojen" sisältöä. Oleellista kaiketi oli mainonnan erottaminen taiteesta niin, että sillä oli selkeä, päämäärätietoinen, kaupallinen, myyntiin tähtäävä funktionsa. Moderni mainontatiede toki katsoo mainosta myös viestinnän pohjalta, "ostopäätösportaikossa" etenemisen auttajana, jolloin sen merkitys vaihtelee huomion herättämisestä, kiinnostuksen ja ostohalun virittämisestä kautta itse transaktioon asti, ja tällöin eri portaille osoitetun mainonnan sisältö, muoto ja välineet voivat sisäisesti poiketa.

Messut kiinnostivat ja "Liiketaidossa" hehkutettiin, vielä kumminkin reklaamimessuista:

"Reklaamimessut ovat lähde, josta liike-elämän elämänvesi pulppuaa. Liikemies, joka käy reklaamimessuilla kylpee Bethesdan lammikossa."⁵⁶

Vallan houkuttelevalta ei sen sijaan vaikuttanut mainontamessujen sanomalehtimainostus. Itse asiassa se antoi hyvin kuvan siitä, miten hoipertelevia alkuaskeliaan kaupallinen tiedottaminen vielä tuolloin otti. Vaikka ilmoituksia oli useita koko messutapahtuman ajan esimerkiksi Helsingin Sanomissa, niitä luonnehti tietynlainen pelkistetty informatiivisuus: tunteisiin vetoavaa, imuisaa elä-

⁵⁶ Liiketaito 1928:4, 68

myksellisyyttä ja ihmisen fantasiamaailman pyrkimyksellistä ohjaamista ei ilmeisesti kaupallisten tilaisuuksien sanomalehtimainostamiseen vielä tuolloin osattu sisällyttää.

Verrattuna "Liiketaidon" metaforiointiin sanomalehti (H.S.) oli puritaanisen asiallinen; leikkistä oli vain mainoksen yläosaan maalattu laihahko, flegmaattisen oloinen, pystyyn nostettu karhu, jota nenärenkaasta löyhä köysi vetää ilman annettua kohdetta kuin mainonnan kuljettavuutta osoittamassa. Ilmoituksessa toteavasti kerrottiin messujen elinkeinoelämälle tarjoamasta tilaisuudesta perehtyä mainonnan kehitykseen - ei yksittäiselle yrittäjälle puhuttelevana "sinulla"-esityksenä vaan kollektiiville - ja "kaukaa" - "heillä on" -ilmaisuna. Mainokset eivät myöskään olleet "talouden moottori", "voiteluaine" saatika "elinneeste" tai "eliksiiri" vaan yksinkertaisesti "talouselämän huomattavaa osaa esittävä ala". Ilmoituksen loppuun oli kuitenkin saatu adjektiivi "erinomainen" kuin irvokkaana kuvaamaan mainoksen(?) pohjinmaista lakonisuutta.⁵⁷

REKLAAMIMESSUT

**Pidetään Helsingin taidehallissa 21-29
Huhtik.**

Näillä messuilla tulee kaupan ja teollisuuden harjoittajille ensi kerran tilaisuus nähdä yhteen paikkaan koottuina näytteet siitä, millaisia palveluksia maamme reklaamitaitelijat ja muut tämän alan ammattimiehet pystyvät heille tarjoamaan. Samanaikaisesti on suurella yleisöllä itsellään tilaisuus tutustua tähän nykyajan talouselämän huomattavaa osaa esittävään alaan ja sen työtapoihin, jotka useimmille vielä lienevät varsin hämäriä käsitteitä.⁵⁸

Tämän jälkeen ilmoituksessa pelkistetysti todettiin messujen yhteydessä alkavasta mainoskurssista ja annettiin sen päivämäärät ja kerrottiin, että "luennoijat ovat alan asiantuntijoita". Loppuhuipennukseksi oli tarkoitettu vetoamus: "Mainos on nykyisin erinomaisen vaikuttava ta-

⁵⁷ H.S. 20.4.1928

⁵⁸ emt.

loudellinen tekijä. Siihen perehtyminen on jokaiselle tärkeä."⁵⁹

Seuraavan päivän Helsingin Sanomien numerossa Suomen Kuvalehti sitten ilmoitteli erityisen mainontanumeron julkaisemisesta. Tämä 80-sivuinen, viiden markan hintainen erikoispainos esitteli mainonnan eksperttien monesti kuvitettuja kirjoituksia reklaamin eri sektoreilta: olipa siinä jo kirjoitus mainonnan historiastakin.⁶⁰

Ja jatkoa seurasi. Muutamaa päivää myöhemmin samaisessa sanomalehdessä (H.S.) ilmoiteltiin Suomen Messut Osuuskunnan julkaisemasta mainonnan käsikirjasta. Teos oli väittämän mukaan ensimmäinen esitys mainonta-alan keinoista ja mahdollisuuksista oloissamme".⁶¹ Mainosopusta mainostettiin sittemmin muutaman päivän välein koko messujen ajan samalla foorumilla.

Alkuajan kömpelyydestä huolimatta Topi Törmän mukaan mainonnan "henki" oli kuitenkin progressiivinen ja ollut jo aiemmin. Aikakauden edistyksellistä (=amerikkalaistunutta) henkeä mainonnan alalla kuvasi "hyvin" **Gustaf Strengellin** teos "Den nya annonsen" (1924), joka suomennettiin seuraavana vuonna nimellä "Nykyajan ilmoitusreklaami, sen luonne ja vaikutuskeinot". Seuraava lainaus kertonee hyvin, miten asia 1920-luvun suomalaisten mainontapioneerien keskuudessa miellettiin:

⁵⁹ emt.

⁶⁰ H.S. 21.4.1928

⁶¹ H.S. 26.4.1928

"Reklaamin nopea kehitys on hämmästyttävä. Uudenaikainen ilmoitus on eetillisessä suhteessa äärettömän paljon korkeammalla edeltäjänsä, mutta se on myös psykologisessa ja taiteellisessa suhteessa astunut jättiläisaskelen eteenpäin. Ja sen kehitys jatkuu yhä keskeytymättä. Tämänpäiväinen reklaami eroaa selvästi eilisestä, ja huomispäivä tarjoaa todennäköisesti uusia yllätyksiä. Reklaamin merkitys ja asema on siis selvillä, mutta vielä ei ole sanottu mitään sen arvosta sinänsä. Tätä ei tietysti voi suu reksi arvioida, koska kaikki ihanteellisuus on reklaamille vierasta - se tavoittelee karkean yksipuolisesti vain käytännön tarkoituksia, voittoa ja ansio ta..."⁶²

'Eetillisyydestä' 20-luvun kirjoittajalla lienee ollut perin kotikutoinen käsitys. Kolmannessa pohjoismaisessa mainoskogressissa Helsingissä painotettiin mainosmiehen moraalien tärkeyttä⁶³; reklaamimessujen lakonista mainonnan ammattilaisen erittelyä paransi nimimerkki Leikari. Hänen vaatimuksensa onnistuvalle reklaamiekspertille eivät olleet vallan vähäiset - kaivatut olemuspuolet pukisivat vaikka modernia, hyvälaatuista maan pääministeriä⁶⁴:

"Mainosmiehen tulee olla henkisen urheilun alalla "all round" -mies. Hänen pitää ymmärtää vähän - eikä niin vähänkään - kaikkia asioita taivaan ja maan välillä. Hänessä pitää olla hiven kirjailijaa, hiven taiteilijaa, hiven tiedemiestä, hiven tuhattaituria. Ennen kaikkea kuitenkin liike-elämän ymmärtäjää."

1920-luvun alku oli ennen muuta ilmoittelun aikaa. Silloin ilmoituskuva oli julistetta merkityksekkäämpi. Ensimmäiset mainostoimistot tarttuivatkin ponnekkaasti mainoskuvien kehittämiseen.⁶⁵

⁶² Törmä 1977, 17-18

⁶³ H.S. 01.06.1935

⁶⁴ Ikkunastani, H.S.01.06.1935

⁶⁵ Hovi, 1990, 119

"Vaikka täällä⁶⁶ vielä enemmistö kuluttajista oli sidoksissa agraariyhteisöön, kuvissa alkoi näkyä urbaani elämäntyyli. Kuluttajille tarjottiin pinnallista elämäntyyliä. Ylellisyys tuotiin mainoskuviin. Mainoskuvien henkilöt kuuluivat ylempään sosiaaliluokkaan. Tämä tulee näkyviin mm. automainoksissa."⁶⁷

Yhteiskunnan liike näkyi myös kuvissa. Vauhti ja vapaus tulivat aikakauden suuntaviitoiksi. Myös matkailun ja sen välineiden mainonta moninaistui. Vapaa-ajan ja taloudellishenkisten resurssien käyttömahdollisuuksien suositteluvisuaalisointi oli alkanut. Niin ikään kuluttaja muuttui.

"Kuvat kertovat myös kuluttajista. Kun kuluttaja aikaisemmin oli mies, olikin uutena kuluttajana nainen ja usein perheenemäntä. Vapaa-ajan kasvu näkyy selvästi mainoskuvissa. Kuvattiin uutta dynaamista voimaa. Vauhti ja uudet keksinnöt antoivat kuville atmosfääriä, joka näkyi sekä sisällössä että ulkoasussa."⁶⁸

Mainontatietoutta haettiin 1930-luvullakin. Helsinkiin järjestettiin pohjoismainen kirja- ja mainostöiden näyttely. Foorumi olikin tarpeellinen, saatiinhan siten vertailuksi suomalaisen mainoselinkeinon kansainvälistä kilpailukykyä ja suhteellista edistyneisyyttä. Todettiin, että Suomessa pystyttiin hyviin ja erottuviin julisteisiin ja mainoksiin - syytä minkäänlaiseen alemmuuden tunteeseen ei ole: mainonta-alaa on seurattu ja seurataan.⁶⁹

⁶⁶ tark. Suomessa, J.A.

⁶⁷ Hovi 1990, 120

⁶⁸ Hovi 1990, 120

⁶⁹ Pohjoismainen Kirja- ja Mainostöiden näyttely, H.S. 01.06.1935

"Suomen aikaansaannokset mainoslehtisten alalla osoittavat, että voimme hyvin kilpailla muiden Skandinavian maiden kanssa. Meidän lehtisemme ovat voimakkaita ja omalaatuisesti piirrettyjä. Me käytämme iloisia ja loistavia värejä, meidän typografiamme on kauttaaltaan asiallista nykyai-
kaista tyyliä...

Julistetaide on meillä suhteellisen uutta, mutta näyttelyssä on esillä myös joukko ansiokkaita ja kauniita suorituksia tältä alalta...

Näyttelyssä näemme näytteitä ilmoitusmainonnasta ja on hauska todeta sillä alalla tapahtuneen suurta edistystä. Ilmoitukset ovat taitavasti suunniteltuja ja herättävät tarkoitettua huomiota."⁷⁰

Kongressin jälkeen uutisoitiin mainoskongressin olleen suuri voitto mainonnalle. Mainonta meni pitkin harppauksin eteenpäin -optimismi vallitsi."⁷¹

Merkittävän amerikkalaisen mainostoimiston Erwin Wesley & Companyn Euroopan osaston johtaja Justin R. Weddelliä haastateltiin tämän Suomen vierailulla Helsingin Sanomissa. Mainonnassa ei enää kepulin konsteilla pitkälle pötkittäisi ja miellyttävältä kuulosti varmastikin haastatellun mielihyvä sanomalehden tärkeytyvästä roolista ilmoitteluvälineenä."⁷²

"...tämän vuoksi on luonnollista, että mainonnassa on kaikkialla luovuttava aikaisemmin jossakin määrin ilmenneestä liioittelusta, sillä ilmoituksen lukija menettää yhdenkin valheellisen ilmoituksen jälkeen luottamuksen mainontaan..."

Suomalaiset osallistuiivat mm. kansainväliseen mainontakongressiin Berliiniin, jossa alkusyksystä 1936 kokoontui 800 mainosammattilaista Euroopan 15 eri maasta."⁷³ Mainontamediat monipuolistuivat.

⁷⁰ em. Pohjoismainen...

⁷¹ Mainoskongressi voitto mainonnalle. Kongressi oli onnistunut ja tuloksellinen, H.S. 02.06.1935

⁷² Mainonta muuttumassa uutisluontoiseksi tavaran esittelyksi. Sanomalehti valtaa yhä tärkeämmän aseman ilmoitteluvälineenä, H.S.14.06.1935

⁷³ H.S. 4.8.1936

Lehdissä oli jo 30-luvulla omia reklaamiosastoja ja erilaisia promootiotoimia alettiin kehittää ja tutkia⁷⁴. Jo vuonna 1933 kaivattiin enemmän valokuvia mainoksiin⁷⁵:

"Kuvien käyttäminen ilmoituksissa on tullut yhä yleisemmäksi. Erään pääkaupunkiseudun suurlehden ilmoituksista oli v. 1922 23,4% kuvallisia ja v. 1932 46,8 % kuvallisia, siis 100% enemmän kuin kymmenen vuotta sitten. (Laskelmiin on otettu vain ns. kaupalliset ilmoitukset, ei paikanhaku-, vuokra- yms. ilmoituksia)."

Mainosten valokuvat lisääntyivätkin. Valokuvien käyttöä väitettiin halvemmaksi ja tehokkammaksi, ja kuvalla oli parempi todistusvoima kuin piirroksella, ja Viherjuuri kirjoitti eritellen:⁷⁶

"Eräillä aloilla valokuva on aivan välttämätön (kuten matkailu-⁷⁷, huonekalu-, rakennusalan, teknillisten koneitten, taloustarpeitten y.m. mainonnassa) t.s. aloilla, joissa valokuva ikään kuin luotettavan asiantuntijan lausuntona vahvistaa, mitä ilmoitusteksti väittää."

Valokuvan käyttöä suosittava argumentointi päättyy konkreettiseen mutta retoriseen kysymykseen:

"Mitä kertoo piirretty kuva esim. kauniista näköalasta Kolilta ihaniin valokuviin verrattuna?!"

Elokuvateattereihin tulivat liikkumattomat mainosdialevyt 1920-luvulla. Useat filmituottajat valmistivat mainoselokuvia, tehtiinpä piirrettyjä reklaamifilmejäkin. Matkailupiirien hyvin tuntema B. Soldan aprikoi, millainen mahtaa olla hyvä mainoselokuva.⁷⁸ Vuodesta 1936 lähtien hän sitten sovelsikin ideoitaan myös pitkiin Suomen matkailufilmeihin.

⁷⁴ Virrankoski 1982, 55

⁷⁵ Viherjuuri 1933:1, 21-29

⁷⁶ Viherjuuri 1933:1, 25-27

⁷⁷ kurs. J.A.

⁷⁸ Soldan 1933:1, 35-37

"Elokuva ei missään tapauksessa saa olla liian opettava ja kuiva, koska yleisö ei käy teatterissa oppiakseen, vaan etupäässä hovin ja virkistyksen vuoksi. Siis pois liiallinen asiallisuus - se kiinnostaa enemmän kunkin alan ammattimiestä kuin suurta yleisöä, joka ei viitsi eikä tahdo syventyä liian perusteellisesti elokuvaan."

Ja nimenomaan elokuvan kansainväliseen matkailuviestintämerkitykseen kiinnitettiin huomiota. Varsinkin Tukholman Suomi-toimistossa matkailufilmien puute oli riesana: ruotsalaiset tiedustelivat vilkkaasti Suomea käsitteleviä elokuvia.⁷⁹

Muita mainosvälineitä olivat suoramainonta⁸⁰, näyttelyauto⁸¹, käytettiinpä lentolehtisiäkin.⁸²

⁷⁹ 120 000 olympialaisvierasta..., H.S.21.11.1938

⁸⁰ Mainosuutiset 1973:4, 59-62

⁸¹ Talouselämä 1966:48, 1158

⁸² Damsten 1961, 231

3.2. Matkailijan usealta kurkkivat kasvot

"Maailman kiehtova avaruus", liike, vapaus ja niiden konkretisoitumana, matkailu kiihotti fantasiaa. Tämä näkyi joukkoviestinnässäkin, radiossa, lehdistössä. Kuunnelmissa löydettiin Afrikkaa, pyrittiin navoille, aavikoille, lumisten vuorten tuulisille huipuille. Myös sanomalehtiin matkat ja matkailu tunkeutuivat, ja niinpä matkailu-uutisia ja -eksotiikkaa tarjottiin jo mainittujen liitteiden ja spesiaalilukemistojen ohelta esimerkiksi Helsingin Sanomien normaalinumeroistakin. Lehdellä oli mm. yksinoikeus kapteeni Väinö Bremerin lentoon Euroopasta Kapkaupunkiin keväällä 1932. Bremerin matkaa seurattiin päivittäin: kartalta tutkittiin etenemistä ja valokuvia julkaistiin niitä saataessa. Toimittaja seurasi matkailijaa menomatkalla aina Roomaan saakka, ja tulomatkalla hän oli tutkaimessa aina Budapestin Hungarian hotelliin saadusta puhelinyhteydestä alkaen. Bremerin saavuttua Helsinkiin selosti Helsingin Sanomat urotyötä aukeaman verran.⁸³

Kaukokaipuuta virittivät myös ne upeat panoraamakuvat, joita Mount Everestin ylittäneestä englantilaiskoneesta oli otettu ja joihin lehdellä oli yksinoikeus yhdessä The Timesin kanssa.⁸⁴

Myös 'konkreettinen' turismi lisääntyi jo 1920-luvulla. Suomen matkailun kehittymiselle antoi merkittävän sysäyksen sodan jälkeinen levottomuus, joka näkyi joukkojen liikkumisina ja vaellushaluna. Matkustuskieltojen ja -rajoitusten purkaminen yhdessä teknisen kehityksen ja tätä kautta matkustamisen halpenemisen kanssa loi edellytykset matkailun demokratisoitumiseen.

⁸³ Suomen lehdistön historia 2, 384-386

⁸⁴ emt.

3.2.1. Mainontaa matkailun avulla

Matkailuun liitettyjä positiivisia mielteitä pyrki myös kehittyvä mainonta hyödyntämään. Esimerkiksi Ilona-saippuaa saatettiin jo vuonna 1926 mainostaa "Suomi on matkailumaa" -ilmoituksella...

"Tuhansien järvien, saarien ja kesäyön auringon lumottu maa tarjoaa ihania maisemia ja silmiä hiveleviä näköaloja. Mutta matkailija - enempää kuin kukaan muukaan - ei saa olla ilman ILONA-kauneussaippuaa."⁸⁵

Aasinsilta oli melkoinen, mutta kilpailijatkin toki 'matkailivat' "... matkalaukkua pakatessa alkää unohtako mitään..." - ei ainakaan "Orvoa". Kauneussaippuailmoitus vetosi näin vuodelta 1930.⁸⁶

Viipurin Tupakka Oy:n mielestä puolestaan, varsinkin alkusoinnuteltuna, "Erikoiskerho, miehen mielenmukainen, tuntuisa tupakka; on miellyttävää matkaseuraa",⁸⁷ ja kun tupakan tuska oli sitten erikoiskerhossa tyydytetty, oli matkailijalla tietenkin jano, mutta ei taaskaan hätää, sillä Tornion Portteri ja Oluttehdas oy oli ilmoitellut jo aiemmin:⁸⁸

"Suosittelemme matkailijoille meidän valmistettamme: pilsneriä ja portteria sekä virvoitusjuomia."

Ja jo Torniota ennemmin⁸⁹ Jyväskylän juomatehdas oli perin segmentoidusti ehdottanut kesän helteen näännyttämille "Matkailijoille!" Voima-Oluttaan.

Kolmekymmenluvulla oli tietenkin tärkeää tietää, että

⁸⁵ Hovi 1990, 136, liite 13, ylempi kuva

⁸⁶ emt. Liite 13, alempi kuva

⁸⁷ vrt. Suomen Matkailu 1937:2, 4

⁸⁸ emt.31

⁸⁹ Matkan varrelta 1934, 62

"matkailijat tarvitsevat Mäntän eväspergamiinia"⁹⁰ ja että kuten Tampereen pukutehdas paljastaa "matkailun mukavuus riippuu myös puvun mukavuudesta"⁹¹ ja että kun "matkailukausi on ovella, Oulun Åströmin matkavarusteet auttavat niin pinttynyttä matkailijaa kuin maastoretkeilijääkin varustautumaan tyylikkäästi ja mukavasti".⁹² Ja jos ei itse pääsisikään matkailun riemumaailmaan, saattoi kumminkin hyvin lukea samaisen Åströmin lohdutuksen virityssanoja sijaiskokemuksen mahdollisuudesta:⁹³

"Eiväthän kaikki pääse Lapin komealle Pallastunturille, mutta siitä huolimatta on tyytyväisyys ja riemu yhtäläinen kaille niille, jotka hankkivat itselleen tai ystävälleen, puolisolleen taikka lapsilleen

ÅSTRÖMIN PALLASKENGÄT

Kenkien hankinta olisi riemullista puolisollekin ja erityisen iso- tai pienijalkaisia potentiaalisia ystäviä ja/tai lapsia informoitiin lisäksi: "PALLAS"-kenkiä on saatavissa kaikkia numeroita..."⁹⁴ Kenkien lisäksi kaikenkokoisten miesten oli todella tarpeellista hoksata herrainvaatehtimo K. Flinckin ilmoitus kesälomalle lähtijöille: varastoon oli taasen saapunut suuri valikoima Miesten puoli-alushousuja..."jotka ovat kesäkuumalla erittäin käytännöllisiä."⁹⁵

Niin ikään ainakin luontosamoilijan piti oivaltaa, että "Klingendahlin diagonaali ei muuta väriään eikä helpolla kulu"⁹⁶ ja että "Selkäreppujen laatumerkkinä tunnetaan ERÄ-VEIKKO, joka on myös poronkuvalla leimattua"⁹⁷ Oulun Åströ-

⁹⁰ Suomen Matkailu 1939:2, 5

⁹¹ emt.

⁹² Suomen Matkailu 1938:2, 2

⁹³ Suomen Matkailulehti 1935:2, takasivu

⁹⁴ Suomen Matkailulehti 1935:2, takasivu

⁹⁵ Kansanlehti 10.06.1930

⁹⁶ Suomen Matkailu 1937:3, 5

⁹⁷ kurs. J.A.

min työtä".⁹⁸ Myös kesänvietto-ohjeita annettiin:⁹⁹

"Kesän ihanuuksista nautitte varmasti parhaiten, jos teillä on oma ajanmukainen urheilu- tai ulkoilumaja, jossa voitte viettää viikonloppunne ja kesälomapäivänne kaikessa rauhassa.
Stockmann."

Pankkilaitoksella oli myös kantansa matkailuaktiviteettiin. Suomen Maatalous-Osake-Pankki vannotti ottamaan ulkomaille matkustettaessa huomioon Saksan matkamarkan ja Italian matkaliiran edulliset kurssit, joista se kernaasti lupasi antaa lisätietoja¹⁰⁰, ja jos hypisteli kädessään vaikkapa oudon näköistä satapengöstä, samaisesta pankista sai kernaasti informaatiota kyseisen valuutan kotimaasta ja pankkikohtaisesta spesiaaliturssista.

SAKSAN MARKKOJA

ja

UNKARIN PENGÖJÄ

M A T K U S T A J I L L E

myydään

huomattavasti alle päivän virallisen kurssin
Suomen Maatalous-Osake-Pankki¹⁰¹

Yleisemmin matkailun taloudellista mahdollisuutta, protestanttista pitkäjänteisyyttä ja hetkellisen tarpeentyydytyksen viivästämissen järkevyyttä kansalaiskasvatuksen henkeen käsitteli Kansallis-Osake-Pankki:¹⁰²

"LOMANNE VASTAA.

täydellisimmän tarkoitusnaan

-silloin, kun käyttövaranne ovat riittävät ja antavat Teille tilaisuuden mieluisten suunnitelmienne toteuttamiseen. **Säännölliset säästöönpanot** luovat pohjan onnistuneelle lomanvietolle."

Mutta myös ensi silmäykseltä turistiseen aktiviteettiin

⁹⁸ Suomen Matkailu 1939:2, 5

⁹⁹ H.S. 21.4.1935

¹⁰⁰ Suomen Matkailu 1939:2, 26

¹⁰¹ H.S. 01.06.1935

¹⁰² Suomen Matkailu 1939:2, 4

nihkeästi liitettävät yrittäjät hyödynsivät matkailun myönteistä imagoa. Porin konepaja osallistui. Sen mainos käsitteli ihanan aurinkoista kesäpäivää luonnon helmassa. Vasemmalla, piirretyissä kuvassa, oletettavasti "esitettiin tarina", jossa kaksi nuorta paria oli tullut kaupungin ulkopuoliselle saaren rannalle telmimään ja aurinkoa ottamaan. Toinen uimapukuisista tytöistä uimalakissaan oli noussut seisomaan keimailuasentoon rantaviivalle ja istuvan rantakavaljeerin kädessä valokuvauskone haki asentoa. Toinen pari istui rantasannalla ja ihmetteli performanssia. Meri oli tyyni, poukamaa lämmitti suvinen aurinko. Teksti paljasti ainutkertaisen suomalaisuuden tosionnelaa. Kesä oli lyhyt ja siitä oli nautittava turhitta ongelmitta...¹⁰³

IHANA ON AURINKOINEN KESÄPÄIVÄ

jonka iloinen seurue nauttii raikkaan luonnon helmassa, kaukana kaupungin tomusta ja hälinästä. Yhä useammin pääsee näille retkille lyhyen kesämme aikana kun kulkuväline on nopea ja varmakäyttöinen. **Nopsa**-moottori, joka takaa veneelle varman turvallisuuden pitemmilläkin matkoilla ja myrskyn yllätäessä.

Selostusvihkoja Nopsasta
meiltä ja myyjältä

PORIN KONEPAJA

Todellakin, jos tarkkaan katsoi, huomasi taustalla poukassa pienen veneen ja vielä pienemmän tyylitellyn perämoottorin aluksen perässä. Moottori oli sitten uskotusti Nopsa. Ainakin tuo moottori oli tarinaan liittyen pröpöttänyt moitteettomasti tuloreissulla, työntänyt veneen turvalliseen satamaan ja kaiketi toimisi kelpoisasti, vaikka tuuli tuivertaisi ja vaahtopäisinä kävisivät meren korkeat aallot. Merihätään ei joutuisi Mikki, jos veneen perässä puksuttaisi Nopsa!¹⁰⁴

Mutta mitä jos joutuisi merta edemmäksi kalaan? Syytä oli siihenkin valmistua ja niinpä esimerkiksi Paasivaaran

¹⁰³ H.S. 08.06.1935

¹⁰⁴ H.S. 08.06.1935

Margariinitehdas käytti oheisina tuotteidensa menekinedistämisessä erilaisia houkuttelevia kuvia keräilykansioon "Maailman ympäri Paasivaaran kanssa".¹⁰⁵ Ja niinpä yhtiö sitten lohduttelikin konkreettiselle jättimatkalle kykenemätöntä.¹⁰⁶

"Vain harvoilla on tilaisuus matkustaa maailman ympäri - mutta älkäämme surko! Paasivaaran uusi kuvasarja, joka käsittää 210 värikuvaa, tutus tuttaa meidät ilmaiseksi ja hauskalla tavalla vieraisiin maihin ja kansoihin...Jokainen Paasivaaran Herkku-, Perhe- ja Laila-margariinipaketti sisältää kuvia. 1/2 kg:n paketti kaksi erilaista kuvaa, 1/4 kg:n paketti 1 kuvan. Alkkaa heti - se on helpompaa."

Kuvat olivat tietysti värillisiä ja oli hyvä huomata, että isomman paketin kaksi kuvaa olivat erilaisia. Siis margariinin ahminta ei tulisi viivytellä, se oli helppoa-kin.

Fazer puolestaan ilmoitti¹⁰⁷ "Fazerin Wieniläis Konvehteja kevään "iskulaaduksi" makeisten alalla! Konvehtiutuudeksi jonka magnetisoivan hieno laatu ei jätä valinnan varaa." Niin oltiinkin jo karamelleitse päästy Itävaltaan! Ja monitaito Stockmann oivalsi myös huonekalujen ja Pyhän Maan yhteyden: "Näytteillä valokuvia Pyhästä Maasta Stockmannin huonekaluosastolla".¹⁰⁸

Jos heti ei oivaltanutkaan, mitä tekemistä Winterin kiilloitusvahalla, vaikka joka onkin...helppo käyttää ja kauniilta näyttää..., on matkailun kanssa, heräsi kiiltotietoon luettuaan esimerkiksi kolmikymmenluvun puolivälin Suomen Sosiaalidemokraatin helmikuun numeroa.¹⁰⁹ Lehden mainosastolta silmiin pisti hempeän puffimummon tyytyväinen

¹⁰⁵ Myyjä ja Myymälä 1958:3, 22-23

¹⁰⁶ Kaleva 28.02.1939

¹⁰⁷ Suomen Matkailu 1938:3, 6

¹⁰⁸ H.S. 14.4.1935

¹⁰⁹ Suomen Sosiaalidemokraatti=SSD 08.02.1935

matkaajankasvo; pään takana kulki puuskuttava käärmemäinen juna, jonka vaunuissa - sana vaunussa - sitten luki: "Mitä Amalia-täti näki", ja vaunuista pudotettuna "rengasmatkallaan". Luonnollisestikin lukijan tuli kummastella ...että mitä ihmettä se Amalia nyt...mutta eläytyvä stereotyyppiöityyn naisenspsykeen piipahdus paljasti sitten koetut "tosi näkymät": "...Täysin voimin voi jälleen mullistaa kaikki paikat järjestykseen..." Koko vihjauslauseen paradoksisuus herätti...mullistaa ja...järjestykseen...Mutta tärkeintä olikin nyt voimia keräävä *poissa olo*.¹¹⁰

Munmo sitten kuvaili kaikkia rengasmatkan nähtävyyksiä ja ihanuuksia, joista vähäisin ei ollut komea Helsingin mies, mutta mainoksen jujuun päästiin vasta kerronnan loppupuolella.¹¹¹ "... tyttären olivat minun poissa ollessani kuitenkin pitäneet lattiainkin oikein hyvässä kunnossa ja kiillottaneet sen Winterin vahalla..." Nyt seurasi kosmopoliittinen maailmallistaminen mutta myös kansainvälisyyden Suomeen sijoitus: "...Niin ne neekerit¹¹² elävät ja hallitsevat maamme kaikilla kulmilla, sillä niitten työtä ei mikään voi korvata eikä voittaa... Eläköön Winterin neekerit ja kiiltävät lattiat! Sellaisia terveisiä haluan lähettää kaikille."

3.2.2. Matkailu liiketoimintana ja yrittäjyytenä

Matkailu itsessään alettiin myös yhä selkeämmin ymmärtää **liiketoiminnaksi**. Liiketoimintaa voitiin harjoittaa tietenkin hyvin tai huonosti, ja sen tuloksellisuuteen kykeni yrittäjä toimillaan itse vaikuttamaan. Oivallettiin, että matkailuyrittämiseen pitivät samat lainalaisuudet kuin muuhunkin businekseseen ja että sitä voitiin suunnitella ja kehittää.

Vuoden 1936 elokuun lopun Helsingin Sanomia lukevan aa-

¹¹⁰ SSD 08.02.1935

¹¹¹ emt.

¹¹² kurs J.A.

musilmiin osui suurikokoinen mainos:¹¹³ **MATKAILUMESSUT JA MERENKULKUNÄYTTELY** alkavat tänään. Nämä valtakunnalliset suurmessut osoittivat selkeästi, että matkailun edistämisessä oli entistä tarmokkaammin astuttu SP-kauteen.

Lehtimainos jakautui kahteen osioon. Ylhäällä oli musta Suomen karttapohja, jossa tyylikäs auto puski "sisään" Pohjanlahden perukasta, innostunut höyrylaiva oli luiskah-
tanut Turusta aina Helsinkiin asti, ja idästä Laatokan pohjoitse puuskutti veturi jo Luumäellä. Tekstinä kartalla luki: **SUOMEA** ristiin rastiin Messuhallissa, sanat siksattuina yli Suomi-neidon vartalon. Mainos painotti messujen valtaisuutta ja monipuolisuutta, uutta teknistä "näyttämöllistämistä" ja luonnollisesti messuilla käymisen hyödyllisyyttä, Helsinkiin tutustumistakaan sen ohelta unohtamatta:

¹¹³ H.S. 22.08.1936

"Muutamassa tunnissa läpi kaikkien maakuntiemme! Siihen teillä on nyt tilaisuus Messuhallissa, jossa kukin maakunta esittää omassa osastossaan matkailumahdollisuuksiaan mm. dioraamoina, jotka ovat pettävän luonnonmukaisia, että tosiaan luulisi olevansa kaupungissa, jota dioraama esittää. Mutta siellä ette opi vain tuntemaan matkailulle sopivia seutujamme vaan myös miten ja millä tavalla mukavimmin matkustatte, mitä matkailijain tarvikkeita kotimainen teollisuutemme valmistaa, millaisia ovat hotellimme ja niiden keittiöt - toisin sanoen perehdytte siellä kaikkeen, jolla on jotain tekemistä matkailun tai merenkulun kanssa. Kantotuoleista ja diligensseistä polkupyöriin ja höyryvetureihin, koverre tuista ruuhista valtamerialuksiin, metsästys aseista Ilmarisen mahtaviin tykkeihin. Näettepä siellä pienoiskoossa koko sotalaivastommekin, johon messuvieraat voivat tutustua "luonnossakin" suuressa taisteluharjoituksessa 30. päivänä elokuuta. Samoin on heillä tilaisuus osallistua suureen vesiurheilujuhlaan Kaivopuiston rannassa 6.päivä syyskuuta.

Paljon on siis Helsingissä näkemistä, ja siksi maaseutulaisten kannattaa järjestää Helsingin matkansa messujen ajaksi - varsinkin kun rauta tiet myöntävät silloin 25%:n alennuksen.

**MATKAILUMESSUT JA MERENKULKUNÄYTTELY
HELSINGISSÄ 22.8 - 6.9.1936¹¹⁴**

Vaikkakin valtaosa Suomeen matkaavista saapui vesitse, jälkikäteen hieman oudolta tuntuu sotalaivaston esiintyminen matkailunäyttelyn yhteydessä sekä sen ampumarjoitukset messujen ohjelmopalveluna. Mutta toki merenkulullekin oli SP-koosteessa tilaa jätettävä, vesiurheilujuhlat liitettiin kaikki sitten matkailuosion "oheispalveluihin".¹¹⁵

Helsingin Sanomien uutisoinnissa sekoittuivat jälleen 30-luvulle tyypillisesti uutinen, ilmoitus ja puffi. Toimittajat olivat päässeet jo ennakkoon äimistelemaan messuihmettä, kaiketi siksi, että kirjoitus voitaisiin sitten messujen avajaispäivänä lehdessä julkaista:¹¹⁶

¹¹⁴ H.S. 22.08.1936

¹¹⁵ vrt. emt.

¹¹⁶ Kaunis Suomi esittäytyy tänään messuhallissa. Matkailu- ja merenkulkumessut kertovat, miten ja mihin suomalainen matkustaa, H.S. 22.8.1936

"...Paljon oli katseltavaa, ja paljon aivan ennen näkemätöntä. Tuskin liioittelemme, jos sanomme että nämä messut ovat kaikkein kiintoisimmat, mitä meillä koskaan on järjestetty. Näyttelyn aihepiiri on niin monipuolinen ja tarjoaa niin monipuolista katseltavaa, että on aivan mahdotonta kyllästyä..."

Kulkulaitosten ja yleisten töiden ministeri Linna arvioi messujen avajaispuheissaan matkailun merkitystä Suomelle. Hän käsitteli taloudellisen tärkeyden lisäksi myös turismin muita ulottuvuuksia ja poliitikkona etenkin matkailun maan tunnettua lisäävää funktiota. Luonnollisesti se kolmekymmenluvun myllerryksissä olikin oleellista - kansainvälisesti tuttua ja ystäviä saanutta maata ei ilmeisesti arveltu niin helposti poliittis-militaristisissa melskeissä "syötävän". Täytyihän pienen maan johonkin uskoa:¹¹⁷

"... Mutta niin tärkeä kuin ulkomaisen matkailun taloudellinen merkitys onkin, yhtä tärkeänä on sitä pidettävä parhaana mainostuskeinona maamme tunnetuksi tekemisessä. Tälle matkailun tuotta malle hyödyille ei suuren yleisön keskuudessa vielä osata antaa täyttä arvoa. Kun tiedämme, miten paljon vanhat suuretkin maat uhraavat varoja maansa tunnetuksi tekemiseen mm. sanoma lehtimainostuksen muodossa ja ymmärrämme, kuinka paljon tärkeämpää nuorelle, pienelle maalle, varsinkin nykyisinä erittäin kriittisinä aikoina tunnetuksi tuleminen on, käsitämme hyvin, että matkailun hyväksi uhratut varat, samalla kuin ne merkitsevät suuria taloudellisia arvoja, antavat - sanoakseni sivutuloina - parhaat mahdollisuudet tässä suhteessa. Sillä paraskaan sanomalehti kirjoitus tai elokuvaesitys ei vastaa henkilökohtaista maahan, sen kansaan ja sen sivistykselle siin sekä taloudellisiin saavutuksiin kohdistuvaa tutustumista."

Heti messujen jälkeen Helsingin Sanomissa keskusteltiin matkailun uuden keskusorganisaation luomisesta¹¹⁸ ja sitten seuraavana päivänä¹¹⁹ loikattiin jo valtameren taa: Miten

¹¹⁷ Matkailun ja merenkulun suurkatselmus alkoi eilen, H.S.23.8.1936

¹¹⁸ Suomen matkailun kehittäminen ja hoito uskottava yhden keskuselimen huoleksi, H.S. 7.9.1936

¹¹⁹ Miten muualla mainostetaan. Ulkomainen matkailupropaganda, H.S.8.9.1936

Australiassa matkailua mainostetaan?

Jo 20-luvulla huomattiin myös jo sinällään messujen järjestämisen suhteet elinkeinoelämän vireyttäjänsä kuin myös siteet matkailuyrittäjyyteen, ravintolat lanseerasivat messumenuitaan, hotellit messuyöpymissäpakettejaan, ja erikoinen oli Turun messujen yhteydessä nähty pieni Karl Lampénin sanomalehti-ilmoitus: "Vahvoja nuorukaisia otetaan messujen ajaksi käymään kaduilla reklaamikuikueessa."¹²⁰ Ainakin muutaman väkevän nuoremmiehen lamatyöttömyys hetkesi kaikkosi.

Myös muunkaltainen matkailuliiketoiminta joutui fokukseen. Yrjö Laine kiinnitti kehittävän huomionsa matkamuiستoesineisiin ja valitteli niiden vähyyttä sekä sitä, että ulkomaan matkailijat viemisinänsä monesti joutuvat tyytymään joutavan päiväiseen turistiritikamaan. Konkreettisesti matkamuiستojen tuottamisesta voitaisiin saada toimiva elinkeino moneen maalauskylään, hän pohdiskeli, ja se pitäisi hengissä myös vanhaa, kenties muuten unohtuvaa käsityöperinnettä.¹²¹

Niinpä sitten Kolttakönkään matkailumajan kupeelta tarjottiinkin matkailijoille seudun kolttien tekemiä lapasia ja muita pieniä esineitä. "Sanotaan erittäinkin amerikkalaisten olevan halukkaita ostamaan kaikenlaisia muistoesineitä maastamme."¹²² Itse matkamuiستojen valmistamisen seuraamismahdollisuus sinällään toimisi jo matkailuattraktiona.¹²³

¹²⁰ Turun Sanomat = T.S. 14.6.1929

¹²¹ Laine 1937:3, 26-27

¹²² vrt. Matkailuliikenteen..., Kaleva 08.07.1936

¹²³ Laine 1937:3, 26-27

"...kannattaa...jo yksin taloudellisistakin syistä kiinnittää huomiota. Se voi antaa ansiolisää monille varattomille kodeille, monet työalat ovat lisäksi sellaisia, että niissä voivat apuna olla niin hyvin lapset kuin vanhuksetkin, vieläpä joskus raajarikot, jopa sokeatkin..."¹²⁴

Olipa ohjeeseen pujahtanut myös sosiaalipoliittinen viritys.

3.2.3. Matkailun yhteiskunnallinen ja taloudellinen merkitys

Matkailutoimeliaisuus oli kasvanut koko Suomen itsenäisyyden ajan¹²⁵ ja kuin sen indikaattorina ensimmäinen matkailukongressi pidettiin Helsingissä marraskuun loppupuolella 1938. Se oli laaja kokous, jossa matkailun monia puolia, mm. matkailun 'liittimiä' erilaisiin elinkeinoihin, mutta myös julkiseen valtaan, pyrittiin käsittelemään.¹²⁶

"Kongressiin oli kutsuttu Suomen Matkailijayhdistyksen ja Suomen-Matkojen puolesta matkailun harrastajia koko maasta, useimmat kaupungit olivat edustettuina ja maan valtiolta keskusvirastoja ja hallitusta myöten...alustuksia oli kaikkiaan 18..."

Yhteistyön vaade tuli keskiöön Börje Sandbergin Helsingin Sanomien haastattelussa.¹²⁷

"Matkailu on ennen kaikkea yhteistoimintaa yhteistyön merkeissä. Matkailu edellyttää kulkuneuvojen, hotellien, ravintoloiden, matkatoimistojen, matkanjärjestäjien, kylpylaitosten ynnä muiden kiinteää yhteistyötä, jotta niin kotimaiset kuin ulkomaiset matkailijat voitaisiin kunnolla hoitaa ja he saisivat matkailuolostamme kunnollisen käsityksen. Näin olympialaiskisojen aattona - niin voimme kai sanoa - tämäkin yhteistyövaatimus on entistä välttämättömämpi."

¹²⁴ Laine 1937:3, 26-27

¹²⁵ vrt. liite 9

¹²⁶ Suomen Matkailu 1938:4 a, 19-20

¹²⁷ Matkailutoiminta - yhteistoimintaa yhteisymmärryksen merkeissä, HS 19.11.1938

Yritystaloudellisen ohelta myös kansantaloudellinen mielenkiinto matkailutoimintaa kohtaan oli herännyt. Eikä yllättävää, että kongressissa kulkulaitosministeri Salovaa-
ra totesikin matkailun olevan merkittävä tekijä maamme maksutaseessa: matkailutulot olivat kolmanneksi suurin erä tavaraviennin ja laivarahtien jälkeen. Näin oli osaltaan käynyt toteen senaattori J.K. Paasikiven jo Suomen Matkailutoimiston vihkiäispuheessa vuonna 1909 esittämä arvio valtiolle kannattavasta subventoivasta roolista matkailun edistämiskysymyksissä:¹²⁸

"Tätä toimintaa on kansantaloudellisessa suhteessa pidettävä siksi tärkeänä tekijänä, että valtiollaan on kieltämättä sitä rahallisestikin tuettava".

Ja valtiovalta kohensikin matkailua. Valtio oli alkanut tukea matkailua jo autonomian ajan lopulla myöntämällä Suomen Matkailijayhdistykselle pieniä avustuksia. Myös Punkaharjun ja Imatran matkailuhotellit rakennettiin valtion varoin. Valtion retkeilylautakunnan alaisessa Koulumatkailutoimistossa työskenteli niin ikään 1920- ja 30 -luvulla erityisiä 'retkeilyasiamiehiä'. Retkeilyä mainostettiin myös argumentilla, ettei leiriytymisvapautta tavallisesti ollut lakisääteisesti rajoitettu, mutta myös retkeilykarttoihin "houkuttelijoina" kiinnitettiin erityistä huomiota.¹²⁹ Vuonna 1938 tehtiin sitten päätös koulumatkatoimiston ottamisesta valtion laitokseksi.¹³⁰

Valtion syrjäseuduille rakentamat matkailumajat luovutettiin Matkailijayhdistyksen hoidettaviksi. Yhdistykselle myönnettiin 1920-luvun lopulta lähtien erityinen määräraha matkailumajoja varten. Valtionapu muodosti tärkeän osa yhdistyksen tulonlähteistä, vuonna 1935 sen osuus oli jo neljännes yhdistyksen kaikista tuloista.¹³¹

¹²⁸ Suomen Matkatoimisto = SMT

¹²⁹ Leiviskä & Levämäki 1938, 19-20

¹³⁰ Koulumatkatoimisto valtion laitokseksi. Retkeilymaja järjestö laajentaa toimintaansa, H.S. 21.11.1938

¹³¹ Leiviskä & Levämäki 1938, 14

Sotien välisenä aikana Suomeen vaadittavaa passi- ja viisumikäytäntöä lievennettiin pohjoismaalaisten ja virolaisten suhteen ns. matkailukortiksi. Vaikka matkailijamäärissä ei saavutettu muiden Pohjoismaiden tasoa, lisääntyi länsieurooppalaisten kävijöiden määrä, autonomian ajallahan matkailijat olivat olleet lähinnä venäläisiä.

1920-luvulla Suomen Matkailijayhdistyksen saama raha-apu viisinkertaistui ja seuraavalla vuosikymmenellä liki 3,5-kertaistui; matkailumajojen rakentamista tuettiin vuonna 1939 jo 5.000.000 markalla ja näin vuosikymmenen kuluessa tämäkin tuki oli yli 4,5-kertaistunut.¹³² Suomen-Matkat r.y., maahan vuonna 1930 perustettu ulkomaan matkailu- mainontaa edistävä organisaatio, pääsi niin ikään "nauttimaan" valtion konkreettisesta mielenkiinnosta. Kulutuskykyisiä ja -haluisia turisteja oli tärkeä saada Suomeen.

Kunnat tulivat mukaan matkailu"yrittämiseen" 1930-luvulla, mutta yhtä usein lähdettiin matkailua kehittämään myös maakuntatasolta. Maakuntaliitot työstivät matkailuoppaita ja kehottivat jäseniään kiinnittämään yhä suurempaa huomiota matkailuun. Suomen Matkailijayhdistyksen paikallisosastot julkaisivat matkailuesitteitä, kunnostivat matkailukohteita ja osallistuivat kunnallisten matkailusuunnitelmien laadintaan.¹³³

Kaupungit pitivät tiedonantotoimistoja, järjestivät opastusta ja majoitusta, kustansivat oppaita ja esitteitä sekä kunnostivat alueillaan olevia ulkoilualueita. Matkailu- mainonnan tehostamiseksi monet kaupungit liittyivät jäseneksi Suomen-Matkat -liittoon.¹³⁴

Vuonna 1938 perustettiin Turkuun Suomen ensimmäinen kunnallinen matkailutoimisto.¹³⁵ Samaisena vuonna sekä Tampere

¹³² vrt. liite 10

¹³³ Lappalainen 1987, 15-16

¹³⁴ emt.

¹³⁵ Paavilainen et al. 1965, 111

että Turku saivat kunnallisen matkailulautakunnan. Eri puolilla Suomea tosin oli jo retkeilylautakuntia, Viipuriin ja Sortavalaan ne tulivat jo vuonna 1928. Tahti jatkui ja 1930-luvulla useisiin kaupunkeihin ja joihinkin kuntiin perustettiin retkeily- ja matkailulautakuntia.¹³⁶

Ensimmäinen "virallinen" matkailuasiamies aloitti edistämistöimensä Turussa vuonna 1939.¹³⁷ Matkailuesitteitä julkaistiin matkailun instituoitua entistä enemmän.¹³⁸

Matkailun taloudellisen merkittävyyden oivaltaminen aatteellisten syiden ohella johti siihen, että Suomessa, joka oli moneen Euroopan maahan verrattuna säästynyt sodan aiheuttamilta mittavilta aineellisilta tuhoilta, monipuolinen työ matkailun kehittämiseksi virisi uudelleen.¹³⁹

"Suomen Matkailussa" analysoitiin matkailun moniulotteista merkitystä, nyt kolmekymmenluvun loppupuolen näkökulmasta. Matkailu nähtiin kansallishenkisesti Suomen tuntemisen ja sitä myötä rakastamisen edistäjänä, kansainvälisen tunnettuuden ja arvostuksen lisääjänä sekä huomion arvoisena elinkeinona unohtamatta myöskään sen oivallista virkistysfunktiota.¹⁴⁰

¹³⁶ emt.

¹³⁷ Matkailuoppaan käsikirja 1989, 6

¹³⁸ Hirn&Markkanen 1987, 264-265

¹³⁹ emt. 208-209

¹⁴⁰ Suomen Matkailu 1937:3a, 2

"Matkailu on muodostunut viime aikoina maamme sivistys- ja talouselämässä tekijäksi, jonka merkitys maallemme kasvaa vuosi vuodelta. Se on opettanut suomalaiset tuntemaan entistä paremmin oman maansa ja siten lujittanut heidän isänmaan rakkauttaan, se on saattanut paremmin kuin mikään muu syrjäisen maamme suuressa maailmassa tunnetuksi ja hankkinut sille lukuisia ystäviä muissa maissa, siitä on tullut kansantaloudellemme suuri riivarvoinen tulon lähde, joka koituu kaikkien kansankerrosten hyväksi ja se on tuottanut iloa ja virkistystä vuosi vuodelta kasvaville oman maamme kansalaisten ja maassamme käyneiden ulkomaalaisten joukolla."¹⁴¹

Samoin "uutisessa" painotettiin matkailun edelleen kehittämisen tärkeyttä, Suomen matkailumahdollisuuksien täysimittaista hyödyntämistä niin Suomen kuin koko ihmiskunnan hyväksi.

"Kannattaa siis tehdä edelleenkin työtä Suomen matkailun edistämiseksi. Suomi ei ole matkailumaana vielä läheskään valmis. Paljon on vielä tehtävää, ennenkuin maamme erinomaisia luonnollisia matkailumaan edellytyksiä päästään täysin hyväksi käyttämään..."¹⁴²

Mutta matkailumaailmasta kuului myös varoittavia ääniä. Nimenomaan pelättiin, että matkailu mielletään yksinomaan elinkeinona ja ääripäänään turistien lyhytnäköisenä rahastuksena huomaamatta ollenkaan matkailun monia muita funktioita. Ulkomaan nimeämättömät esimerkit pelottivat. Vaikka liiketaloustieteessä saatettiin pitää voiton maksimointia yritystoiminnan yksinomaisena päämääränä, niin jo tuolloin kaukonäköiset matkailuajattelijat oivalsivat tehdä eron voiton maksimoinnin ja optimoinnin välillä. Tiedettiin, että pitkäjänteinen matkailutyö edellyttää kelpoista matkailumaakuvaa.

¹⁴¹ Suomen Matkailu 1937:3a, 2

¹⁴² emt.

"...Olisi kuitenkin peräti kohtalokasta, jos matkailussa alettaisiin nähdä vain taloudellinen tulolähde ja jos matkailupolitiikka kohdistaisi huomionsa vain siihen, miten matkailijaliikenteestä saataisiin mahdollisimman suuri rahallinen hyöty. Jos tämä taloudellisen edun tavoittelemisen alkaisi esim. matkailijan nylkemisenä saada sellaisia ikäviä muistoja kuin eräissä muissa maissa, meidän matkailumaan maineemme kärsisi pahan kolauksen..."¹⁴³

Suomalaiset matkasivat lisääntyvästi, kotimaan attraktioiden kiinnostivat enenevästi: esimerkiksi vuonna 1937 kotimaanmatkailu kasvoi peräti 45%.¹⁴⁴ Mainittu vuosi oli taloudellisesti muutoinkin dynaaminen. Vientihinnat nousivat edellisestä vuodesta lähes 50% sekä yli kaksi kertaa enemmän kuin tuontihinnat - matka-aiheet suomalaiset lienevät kokeneen, että nyt on kerrankin rahaa käytettävissä myös erilaisten "luksustarpeiden" tyydyttämiseen.¹⁴⁵ Ja tottakai matkailun erikoislaatuista elämyksellisyyttä myös eksplisiittisesti tai implisiittisesti mainostettiin. Mika Waltari kirjoitti tehokkaasti velvoittavasti, 'elävään' ihmisyyteen vedoten:¹⁴⁶

"...Ja matkoissa, irtautumisessa vanhasta ympäristöstä, on ehkä suurin taika juuri se, että matkasta ja itse uudistuu tuoreeksi ja valppaaksi näkemään, ottamaan vastaan vaikutelmia, ymmärtämään uudella tavalla ja suhtautumaan suuripiirteisesti pieniin vastoinkäymisiin ja omiinsa ja muiden ihmisten heikkouksiin. Onnistunut matka, vaikka vain vähäinenkin, on kuin virkistävä suihku sielulle. Tietysti on ihmisiä jotka kammoavat kaikkia matkoja, mutta pelkään, että heidän sielunsa on jo luutunut ja korkkiintunut siinä määrin, että he tuntevat olevansa omalle itselleen kylliksi. Ja se lienee hirveintä, mitä ihmiselle voi tapahtua. Yhtä hyvinkin voisi jo maata mullassa kiven alla..."

¹⁴³ Suomen Matkailu 1937:3a, 4

¹⁴⁴ Krohn 1991, 108

¹⁴⁵ vrt. Suomen taloushistoria 3, 1983, 459

¹⁴⁶ Waltari, Matkailun psykologiaa..., Matkailija 1935:näytenumero, 9-10

Kansallisuushenkisellä kolmikymmenluvulla haluttiin ensi kädessä oppia tuntemaan Suomen maata ja sen kansaa.

"Kotimaa on kuitenkin jokaiselle matkailijalle lähinnä. Kotimaan tunteminen on sivistysmaassa kansalaisvelvollisuus. Ulkomaanmatkoihin ei läheskään kaikilla ole mahdollisuuksia, mutta kotimaassa matkaileminen ei tuota kenellekään ylimääräistä taloudellista rasitusta, varsinkaan meillä Suomessa, joka on halpojen matkojen maa. Meidän maamme on sitä paitsi niin suuri, että sen rajojen sisäpuolella voidaan tehdä pitempiä matkoja kuin monet ulkomaanmatkat ja samalla mitä vaihtelevampia matkoja."¹⁴⁷

Kotimaan kokemiseen tietysti myös opastettiin ja ohjattiin, sen tuntemus nähtiin oikeutena mutta myös velvollisuutena, eikä Suomessa suinkaan ollut kallista matkata pitkin ja poikin suurta maatamme, katselemassa sen vaihtelevia mutta alati ystävällisiä äidinkasvoja.

3.2.4. Perinteisten matkailuattraktioiden propaagointia: esimerkkejä

Sanomalehdissä matkailu-uutiset sekoittuivat kaupallisiin ilmoituksiin. Viki Kärkkäinen kirjoitti Helsingin Sanomissa näkemisistään alkukesän Suursaaresta.¹⁴⁸

"Suursaari - Suomen Capri - loistaa jälleen ke säisessä komeudessaan houkutellen luokseen kaupunkien rasittuneita ja hermostuneita asukkaita, tarjotakseen heille parannusta ja terveyttä sekä lukemattomien luonnonkauneuksien tuomaa nautintoa. Saarta ympäröivä meri on kauan aika pysynyt kesäisen rauhallisena, aurinko on paistanut pilvettömältä taivaalta, rantakalliot ovat lämmenneet polttavan kuumiksi ja merivesikin muuttanut täysin uimakelpoiseksi."

Kaupunkilaisen huonoihin, stressaantuneisiin hermoihin oli siis oiva paratiisillinen lääke, Suursaaren suven ihanuus, elvyttävä taikavoima, joka sytytti terveyttä etsivän ihmisen kasvoille vääjäämättömän onnen hymyn.

¹⁴⁷ Suomen Matkailu 1937:3, 9

¹⁴⁸ Kärkkäinen, Terveisiä Suursaaresta, H.S. 21.06.1936

"Talojen puutarhoissa kukkivat parhaillaan omenapuut ja sireenit ja koko saaren luonto elää alkukesän riemukkaan tunnelman vallassa. Ihmis tenkin kasvoja kirkastaa onnellinen hymy ja aurinkoisella rantaviivalla uusiutuu jälleen tuo paratiisillinen kuvaelma, jonka Werner Thomé on ikuistanut tunnetussa Suursaaren maalauksessaan "leikkiviä poikia..."¹⁴⁹

Suomen Matkailu, roolinsa mukaisesti, luonnollisesti esit teli ja samalla suositteli maan eri matkailuseutuja joka numerossaan; vallan maalauksellisen vision maan ääristä tarjosi Örnulf Tigerstedt vannottaessaan suomalaisille: Tänä talvena Petsamoon:¹⁵⁰

"Siellä on alue avara kuin Uusimaa. Suuria, ihmeen kauniita, nimiltään kummallisia salomaan järviä uinuu sen koskemattomien metsien kätköissä. Juhlalliset joet halkovat sitä, mahtavia tunturi keiloja kohoo korkealle yli puurajan, valtameri huuhtoo sen rantoja, omituisia kansansirpaleita elää sen rajojen sisäpuolella omaa elämäänsä. Siellä on kolme oivallista matkailuhotellia, kaksi majaa ja useita siistejä majataloja, linja autoliikenne ja kaikkia mahdollisia murtomaalaje ja hiihtourheilun harrastajalle..."

Verbaalinen etäistäminen ja vertaistaminen toimi. Itse asiassa matkaaja oli, mutta ei ollutkaan, Suomen modernissa Petsamossa vaan keskellä antiikkia, tarumaisessa Roomassa ja jos ei aina sielläkään niin kumminkin oikeassa Alaskas sa; kuin Mark Twainin tai Jack Londonin aihepiirien teks tiä.

"... Rovaniemeltä matkustetaan ylös Pallastunturil le ja Inariin, mutta Nautsista ja Salmijärveltä lähdetään alas Parkkinaan ja Liinahamarin. Ete lään johtava tie on yksinäinen, ohut letku, joka yli vuorten ja laaksojen pumpppaa harvinaisia ja vaikeasti saatavia tarvikkeita kaukaisesta ja tarumaisesta Roomasta. Täällä äärimmäisessä pohjo lassa elää kokonainen maailma omaa elämäänsä: turskaa, kolttalappalaisia, uudisraivaajia, poro ja nikkeliä, rajavartiosto ja erämaa. Oikea Alas ka!"¹⁵¹

¹⁴⁹ vrt. Kärkkäinen, Terveisiä Suursaaresta, H.S.21.06.1936

¹⁵⁰ Tigerstedt, Tänä talvena Petsamoon, Suomen Matkailu 1937:2, 14-15

¹⁵¹ emt.

Jotain ihanan merkillistä oli myös Jäämeren rannikon ihmisissä, jotain perin kansallista mutta samalla myös kansainvälistä.¹⁵² Petsamossa matkailija oli samanaikaisesti pohjan peruilla mutta yhtä lailla myös Italiassa tai Espanjan Kataloniassa - vain katse neitosen eksoottisiin, kertoviin silmiin sen takasi.

"Ihmeellistä tämä Jäämeren rannikon ihmisrotu: tuo suomalais-norjalais-lappalainen sekakansa, joka todellakin tuottaa ihania ihmistyypppejä. Luulisi välillä katsovansa italialaisia upseereita tai Barcelonan tummia tyttöjä."

Myös, ainakin Suomen Matkailulehden mukaan,¹⁵³ myös Lappiin oli syytä matkustaa varsinkin kun "kerran Lappiinkin kesä kerkiää". Jutussa oli mainiosti maisemallisiin turismiattraktioihin yhdistetty eksoottisten ulkoiluaktiiviteettien mahdollisuudet sekä vedottu satumaisen Lapin kansainväliseen matkailumaineeseen ... (edistyneet) englantilaiset ja amerikkalaiset ylpeillen kertovat kotimaassaan... ja siksi... mikset sinäkin tarttuisi tilaisuuteen kokea Lapin auvoista taikaa, aistimellisia onnen elämyksiä? Teräksiset, terveet ja sankarilliset ulkoilmaihmiset lappilaisen luonnonelämän rajun alkuvoimaisessa pyörityksessä! Jopa ahdistavat, verenhimoiset sääsket oli valjastettu omalaatuiseksi matkailuapelliksi.

¹⁵² Kolttaköngäs, Pohjolan helmi, Suomen matkailulehti 1934:näyttenumero, 12

¹⁵³ Kerran Lappiinkin kesä kerkiää, Suomen Matkailulehti 1935:7, 103

"Pohjois-Suomi tarjoaa muutakin kuin avaria näköaloja ja auringon kirkkautta. Se on terveitten ja elinvoimaisten miesten, myös naisten, paratiisi, missä urheilun jalot nautinnot ovat kuin oksalla otettavissa. Ihanaa on kiivetä tuntureilla pyöräyttäviin korkeuksiin, ihanaa on uida suurissa joissa ja kuulaitten tunturipurojen vedessä. Eikö ole uljasta taivaltaa jänkien poikki ja viettää yötä rakovalkealla verenhimoisten sääskien ahdis taessa? Väsyttää lohia ja pyytää forelleja, kas siinä on elämyksiä, joista englantilaiset ja amerikkalaiset vieraamme ylpeillen puhuvat koti maassaan. Oulujoen koskissa sinä saat kiittää notkeissa koskiveneissä, joita "valantehneitten" miesten voimakkaat käsivarret ohjaavat." ¹⁵⁴

Lapin maa oli El Dorado, Onnela, Styks-virran tuolla puolen. Sinne ei ylettynyt ahnaan pankkiherran peukaloaan etusormiin hierova, himoava käsi, kuulunut yrmyn ja kiukuksen anopin kimeä ulvonta. Ihmiset olivat rehtejä ja vieraanvaraisia. Elämä oli hallussa eikä sitä pelätty!" ¹⁵⁵

"Pohjolassa sinä unohdat kaikki ikävyytesi, raha huolet, toimeentulon ankaruuden ja kohtalosi kolhut. Näet myös kansaa rehtiä, vieraanvaraista ja pelkäämätöntä. Lappi on satumaasi, onnenmaa si!" ¹⁵⁶

Suomen kesä on lyhyt mutta vähäluminen! Niinpä suosittuna rantalomapaikkana myös vaativaan ulkomaiseen makuun mainostettiin Hangon kaupunkia, jonka hiekkaisille rannoille iloiset lomasuomalaiset kokoontuivat runsaina nauttimaan aurinkokesän moninaisista huveista. Matkailutiedotteissa kaupungin kerrottiin olevan Suomen kuuluisin kylpy- ja rantalomapaikka pehmeän kumpuilevine suuremmoisine rantoinneen. Niin muodoin näiltä ihmeellisiltä rannoilta matkailijalle oli mahdollista unelmoiden katsella kesyttämättömien ulkoluotojen ja ihastuttavien saarien leikkivää vaihtelua sinisen meren kirkkaan kuulaalla ulapalla. ¹⁵⁷

¹⁵⁴ em. Kerran Lappiinkin...

¹⁵⁵ vrt. em. Kerran Lappiinkin kesä kerkiää

¹⁵⁶ emt.

¹⁵⁷ vrt. VA, SMLA, Suomen-Matkojen mainosarkisto 1931-1940. Hangö havsbad. Publ. Finlandsresor. Helsingfors 1939, 1, Ha 19

Hangon ilma puhalsi rasittuneen kaupunkilaisen keuhkoihin voimaa antavan vienosti ja meren raikkaan suolaisuuden sekä mäntymetsien terveyttä tuovan hapen 'väkevoittämänä'.¹⁵⁸ Miksipä suomalaisenkaan tuli siis mennä merta edemmäksi kalaan, kun kotinurkilla oli parhaimmat vieheet? Ja kuka tietää, saattaisihan siellä nähdä kostean vilauksen saksalaisten jo 20-luvun lopulla lanseeraamista puisista uimapuvuista.¹⁵⁹

Piiloisesti kaksikymmentäluvulta asti oli suomalaisia myös ärsytetty rannoille. Turun Sanomat julkaisi artikkelin Keväisiä iltoja, jossa suomalaisen palevaan juntinpäähän enemmittä kyselyittä iskettiin kesäinen pipolakki.

"...Suomen ykstotinen¹⁶⁰ kansa, joka karttaa rohkeata ja yllättävää esiintymistä, häikäisevää väritystä..."¹⁶¹

Suomalaiset eivät siis uskaltaneet käydä uimarannan riemuihin peläten lähinnä sitä mitä muut heistä ajattelivat: eloo psyykkisestä haarniskassa, elämää hukattiin. Mutta Saksassa antiikin fyysinenkin ilo oli läsnä:

"...Miehiset miehet, joiden vartalo on voimistelun ja järkipärisen urheilun muovaama kauniiksi ja säännölliseksi, eivät salaa miehistä arvontuntoaan, johon tässä valtavassa valon ja terveyden jumalille pyhitetyssä seurassa on sitä suurempi houkutus, kun kaikkialla lojuu (sic.J.A) ja keikistelee myöskin viehkeitä sulottaria, hyvin muodostuneita berliinittäriä..."¹⁶²

Tämä kiusaavaksi toivotun kertomisen jälkeen esitettiin sitten kolmen kokovartalouimapuvuissaan hymyilevän nuoren neidon kuva ja tottahan toki -jokaisella naisella oli päivänvarjo kädessään. Aivan varmaa ei toki ollut, oliko

¹⁵⁸ em. Hangö Havsbud

¹⁵⁹ vrt. Puisia uimapukuja... T.S. 7.8.1929

¹⁶⁰ kurs J.A.

¹⁶¹ Keväisiä iltoja...T.S. 21.7.1929

¹⁶² emt.

otos Berliinin Wannseeelta, New Yorkin Coney Islandilta vai Englannin Margatelta. Sanoma näkyi kuitenkin selkeänä: Muualla uskalletaan...elää. Valokuvan otsikko oli "Kolme veikeää Venusta japanilais-päivänvarjoineen". Ja alla luki informoivasti: Uinti lisää elämän halua, vahvistaa terveyttä ja naiskauneuden tenhoa.¹⁶³ Viimeinen apelli sitten lie-nee tarkoitettu "oikeuttamaan" molempien sukupuolien seikkailulliset "piiloseksuaaliset" rantamatkat!

Niin kilpailu velvoitti ja mikäpä Hangostakaan oli nautiskellessa mikäli esimerkiksi Suomen Matkailussa esitetty kaupallinen tiedote vastasi viekottelevaa todellisuutta... Suomalaisen kesäluonnon kiistämätön houkuttelevuus pyrittiin yhdistämään Hangon perinteikkyyteen ja vanhastaan tunnettuuteen, kansainvälisyyden tuulahduksiin, ylelliseen palveluilmastoon sekä oheispalvelujen monipuolisuuteen.¹⁶⁴

"Viekoittelevia totuuksia HANGON kylpylästä:

Tunnetuin merikylpylämme. Häikäisevän valkoiset hiekkarannat, tuoksuvat mäntymetsät, rehevästi vihannoiva luonto. Mannermaista rantaelämää, nykyaikaiset hoitomenetelmät. Kaikenlaatuista urheilua, ratsastusopisto. Tanssia kasinolla joka ilta. "Rytmi-pojat" soittavat.

Ensiluokkaiset ravintolat. Täysihoito 82.- ja 75.- yhdeltä, 73.- ja 65.- kahdelta hengeltä. Mukava kuponkijärjestelmä.

Lähempiä tietoja ja esittelylehtisiä antaa **HANGON KYLPYLÄ.**"

Terijoen ja Hangon lisäksi suosituiksi uimaranta- ja kylpyläpaikoiksi mainittiin Savonlinna, Heinola, Lappeenranta ja Naantali.¹⁶⁵ Suomen Matkailu kirjoitti nyt luonnollisesti nimenomaan Suomen auringon hakuiseen matkailuyleisöön vedoten:¹⁶⁶

¹⁶³ T.S. 21.7.1929

¹⁶⁴ Suomen Matkailu 1938:4, 4

¹⁶⁵ Matson 1938, 18

¹⁶⁶ Suomen Matkailu 1937:3, 28

"Meidänkin maassamme on avaria auringonpaahtamia hiekkarantoja, joilla sykkii vilkas kylpylä- ja huvielämä lyhyenä kylpykautena, meilläkin voi saada monenlaisin kylvyin parannusta reumaattisiin vaivoihin, vatsa- ja sydäntauteihin, rasittuneille hermoille ym. kiusallisiin vaivoihin, jotka ovat ehkä liiaksi sivilisoituneen elintavan seurauksena. Meidän ei tosiaankaan tarvitse mennä mer ta edemmäksi kalaan edes silloin kun olemme radiumpitoisen terveysveden tarpeessa..."

Kylpylöiden ylellisyyttä markkinointiin siis liiaksi sivilisoituneen elämän tuomien vaivojen vastavoimaksi. 1930-luvun monesti sairaaksi tai väsyneeksi mainostettu, stressihermoinen ja hieman sankariajasta kaikonnut, veltostunut ihmisparaka sai sitten täyttä vastinetta lomasijoitukselleen.

Niin ikään Helsinki mainosti itseään ja markkinointivälineitten käyttö monipuolistui edelleen; myös Suomi-Filmiä hyödynnettiin:¹⁶⁷

"...Ja joulukuussa, uuden vuoden kynnyksellä, tulee ensimmäinen kotimainen revyy-elokuva "SF-paraati 1940". Siinä esiintyvät Suomen parhaimmat näyttämö-, tanssi- ja laulutaiteilijat ja musikin säveltää itse Georg Malmsten. Elokuva on samalla Helsinki-elokuva, silmiemme ohi vilahtavat vahtiparaati, eduskuntatalo sekä monet julkit rakennukset ja turistiauton ikkunan läpi saamme tutustua kauniin pääkaupunkimme huomatta vimpiin nähtävyyksiin hurmaavan Ansa Ikosen johdolla..."

Hurmaava Ansa Ikonen oppaanaan potentiaalista Helsingin kävijää houkuteltiin sitten Pohjolan valkean kaupungin vangitseviin pauloihin mitä viihdyttävimmän "tutustumusiikin" säestämänä.

3.2.5. Matkailun kansainvälistyminen ja sen kansainvälistämissuunnitelmia

Matkailutoimintaa pyrittiin kansainvälistämään jo autonomian aikana, mutta varsinainen määrätietoinen toiminta alkoi

¹⁶⁷ Elokuva lukemisto 1939:13, 15

"Suomi on rauhallinen ja vielä melko tuntematon sopukka Euroopassa. Harvat englantilaiset tietävät siitä juuri mitään. He tosin ovat kuulleet Paavo Nurmesta, Sibeliuksesta, Suomen puutava rasta ja suomalaisesta saunasta, mutta syvempi tuntemus ja kansan elintavat ovat englantilaiselle yleisölle aivan tuntemattomat.

Silloin tällöin, kun joku englantilainen turisti tai kalastaja on käynyt Suomessa, palaa koti maahansa, kertoo hän Suomen olevan sangen vie raanvarainen maa, jossa luonto on kaunista ja kansa ystävällistä, sekä elämä erittäin haipaa. Mutta useimmat vain kohauttavat olkapäitään ja sanovat. Äh, Suomi! Sinne on niin pitkä matka!"¹⁶⁹

Toisaalta eivät suomalaisetkaan kaiketi niin kansainvälisiä olleet. Aina äimistelevään otsikkoon asti voitiin uutisoida: "Neekereitä vierailulla maassamme. Torstaina saapui 13-henkinen retkikunta *sivistyneitä*¹⁷⁰ neekereitä Amerikasta"¹⁷¹.

Kirjoitettiin ja propagoitiin - siinä sivussa matkailustakin. Ja aktiviteetti palkittiin. Matkailuaiheisten artikkeleiden osuus kansainvälisessä lehdistössä oli suurin kaikesta Suomesta kertovasta materiaalista - joinakin kuukausina matkailu muodosti yli 90% kaikesta ulkomailla julkaista Suomi-aineistosta. 1930-luvulla matkailuaiheiset Suomikirjoitukset olivat siten ratkaisevia Suomen tunnetuksi tekemisessä ulkomailla - näin voitiin päätellä mm. lukuisien Suomeen saapuneitten matkailijoitten lausunnoista.¹⁷²

Myös "Suomen Matkailu"¹⁷³ analysoi matkailumahdollisuuksia ja ulkomaan turistien saapumisten ehtoja. Lähdettiin siitä, että jo tuolloin Suomi oli läpi lyömässä itseään kansainvä-

¹⁶⁹ Englantilaisen vaikutelmia Suomesta, H.S. 24.07.1935

¹⁷⁰ kurs.J.A.

¹⁷¹ Kaleva 18.07.1936

¹⁷² Sandberg 1945, 53

¹⁷³ Suomen ulkomainen matkailupropaganda, Suomen Matkailu 1937:1, 5

matkailun taloudellisen ja poliittisen merkityksen oivaltamisen yhteydessä itsenäisyyden alkuvuosikymmenten Suomessa. Maahan haluttiin maksavia turisteja, ja nyt pohdinnan keskiöön nousivat miten-kysymykset. Miten Suomeen saataisiin suunnattua kansainvälinen matkailupäätös, miten Suomi voitaisiin erilaistaa lukuisien kohdevaihtoehtojen joukosta, mitkä olisivat maan oleellisimmat houkuttimet? Miten ne voitaisiin kaupallistaa?

Ennen halun muodostumista vaadittiin kuitenkin tietoa. Suomesta ylipäänsä tiedettiin perin niukalti. Niinpä uutiskynnyksen murtaminen eurooppalaisiin ja yhdysvaltalaisiin sanomalehtiin oli niin Suomen kuin suomalaisen matkailuelinkeinonkin tärkeimpiä tehtäviä 1920-1930 -luvulla. Kansainvälinen lehdistö oli keskimäärin suhteellisen kiinnostumaton perifeerisen Suomen tapahtumista. Tai jos olikin kiinnostunut, saattoi kirjoittaa "väärin" ja siksi-kin Finlandia-toimisto perustettiin.¹⁶⁸

"Toimisto ryhtyy julkaisemaan ulkomaan sanomalehdille noin 20 000 kappaleen painosta ja kuudella eri kielellä painettavaa maamme eri aloja selvittelevää tiedonantolehteä. Eräitä ulkomaisia kirjailijoita, jotka kirjoittavat laajempia teoksia maastamme, on toimisto niin ikään opastanut ja pitänyt vieraanaan. Parhailaan on laadittavana myöskin kortisto kaikista ulkomailla asuvista Suomen ystävistä."

Toimisto toimi yksityisin lahjavaroin mutta ymmärrettävästi sillä oli toimivia yhteyksiä myös valtionhallinnon eri sektoreihin.

Suomi oli ollut periferiassa, tunnustettiin. Uskottiin englantilaisen lehtimies Lucyn lausuntoon.

¹⁶⁸ Oikeita tietoja Suomesta ulkomaille. Finlandia- uutistomisto perustettu. H.S.20.11.1938

lisillä mutta kilpailluilla matkailutantereilla. Oltiin havaittu, miten ilmaisia ja vaikuttavia olivat henkilökohtaiset kertomukset onnistuneesta matkailukokemuksesta: tyytyväinen asiakas on paras mainos. Luonnollisesti näitä onnen kokemuksia ja niistä viestimistä olisi enennettävä.

"...Suomi alkaa vähitellen herättää huomiota kansainvälisenä matkailumaana. Täällä käyneet ulkomaalaiset ovat palanneet kotimaahansa yleensä tyytyväisinä, jopa monet suorastaan ihastuneina matkaan. Kuten tunnettua tällaisten henkilöiden tekemä propaganda on mitä suuriarvoisinta ja tehokkainta, sillä heidän suosittelujensa perusteella lähtee todistettavasti paljon uusia matkailijoita liikkeelle."¹⁷⁴

Sitten porauduttin lähemmin syihin miksi juuri Suomeen olisi syytä matkustaa. Vedottiin kulkemisen ja elämisen halpuuteen - suhteellisesti varatonkin voi Suomessa miellyttävästi operoida ja niinpä esitettiinkin juuri huokeuden ottamista yhdeksi mainosapelliksi.

"Maassamme vallitsevat alhaiset elin- ja matkakustannukset, jotka ovat ulkomaisille vielä alhaisempia edullisen valuuttamme takia, ovat omiaan houkuttelemaan ulkomaalaisia matkustamaan tänne. Nämä olosuhteet eivät kuitenkaan ole tunnettuja edes ulkomaiden matkatoimistoissa, saati sitten matkailijan kansainvälisen yleisön keskuudessa. Mainostamalla maamme halpuutta voimme odottaa matkailijaliikenteen lisääntyvän myöskin sellaisista maista, joiden vähävaraisetkin kansankerrokset tekevät ulkomaanmatkoja."¹⁷⁵

Suomessa vallitsi niin ikään suhteellinen rauha. Luonnon rauhallisuus oli toki jo aiemmin tiedotusvaltina tiedotettu mutta nyt voitaisiin sen ohella korostaa myös poliittista turvallisuutta: Täällä eivät houkot väkijoukot heilimöi, pölyytä ja mahtaile.

¹⁷⁴ Suomen ulkomainen...Suomen Matkailu 1937:1, 5

¹⁷⁵ emt.

"Keski- ja Etelä-Euroopan maiden epävarmat poliittiset olot ovat suuresti vähentäneet niihin suuntautuvaa matkailijaliikennettä. Voidaan jo nyt havaita tämän liikenteen hakeutuvan osaksi pohjoismaihin, joita nimitetään Euroopan rauhalliseksi kolkaksi. Tätä silmällä pitäen Skandinavian maiden propagandajärjestöt ovat saaneet käytettäväkseen suuria propagandamäärärahoja. Jotta pystyisimme menestyksellisesti kilpailemaan niiden kanssa ulkomaisista matkailijoista tai saamaan niihin saapuvat ulkomaalaiset ulottamaan matkansa myös Suomeen, on meidän käytettävä nykyistä enemmän varoja propagandaan."¹⁷⁶

Komento Suomessa oli siis oli vakaata, parlamentaarista, demokraattista ja yksilön oikeuksia kunnioittavaa. Lisäksi, huomautettiin, jos Suomi ei ryhdistäydy houkuttelukilpailussa, muut pohjolan maat ottavat kernaasti myös meidän pottimme masseihinsa.

Suomen hyvä kansainvälinen maine olisi myös kaupallistettava. Matkailu oli havaittu valuuttaa tuovaksi elinkeinoksi. Suomen urheilijoiden ja taiteilijoiden urotyöt olisi sidottava Suomen matkailuun: mikä on tuo kiintoisa maa, joka tuottaa tuon kaltaisia jättiläisiä? Yhdysvaltojen goodwilliä lisäksi myös suomalaisten nuhteettomuus: klassisten huutoonsa vastaamisen hyveitten mukaan Suomi maksoi velkansa. Jo kolmekymmenluvun puolivälin Suomen Matkailulehdessä kirjoitettiin Yhdysvaltain mittaamattomista, velan maksusta kirkastuneista, mahdollisuuksista:

"...Johtaja Latvala, joka on aikaisemmin työskennellyt Amerikassa ja tuntee hyvin amerikkalaisen mentaliteetin, joka on erikoisen taipuvainen sensaatioon, olisi sitä mieltä, että puolella miljoonalla markalla voitaisiin koko asia järjestää loistavasti. Kaikkein huokeimmaksi ja tehokkaimmaksi tulisi suullinen mainonta, joka lehtien välityksellä leviäisi laajoihin piireihin. Olisi lähetettävä hyviä puhujia tekemään Suomea tunnetuksi."¹⁷⁷

Hyveellisen kansan lisäksi suomalaisia "suosittelisi"

¹⁷⁶ em. Suomen ulkomainen...

¹⁷⁷ Nyt olisi mainostettava Amerikassa! Puolella miljoonalla voisimme saada sieltä ensi kesänä kymmeniä miljoonia, Suomen Matkailulehti 1934:8-9, 3

jenkeille Suomen ihana nainen. Hänen viehätysvoimansa purisi erityisesti Amerikassa, olihan tuo maa vanhastaan jo lännen valloituksesta ollut naisten palvonnan tyyssija ja vasitenkin kauniiden naisten. Suomellahan niitä puolestaan oli, aina internationaalisilla kilpailukentilläkin "kyvykkyytensä" osoittaneita.

"...Ja luonnollisesti meidän Miss Europamme myös. Hän voisi pelkällä hymyllään tehdä siellä enemmän kuin kymmenen täysivaltaista lähettilästä monen vuoden työllä...

...meillä on vielä Miss Europa, mikä seikka naiskauneutta palvovassa Amerikassa myös painaa paljon meidän eduksemme."¹⁷⁸

Vaikka ajan henkeen saattoi kuuluakin naiskauneuden selittämättömän mystisen vetovoiman kultraava kuorrutus, niin oli toki helpottavaa myös uskoa tietynlaisten oikoteiden olemassa oloon, markkinointiponnisteluissakin - ja Amerikassa.

Oli siis korkea aika havahtua taalojen kilinään. Mutta kuka tai ketkä Suomea propagoisivat? Valtion kykyyn nopeaan toimintaan ei uskottu, niin tärkeää kuin otteellisuus olisikin. Niinpä olisi käännyttävä privaattien businesspiirien puoleen - yhdistää julkinen ja yksityinen etu.¹⁷⁹

"Me olemme myös sitä mieltä, että tilaisuus olisi ehdottomasti käytettävä hyväksi. Luonnollisinta olisi, että valtio rahoittaisi ja järjestäisi tämän Suomi-propagandan, sillä se olisi varmasti vähintään 100-prosenttinen kannattava yritys. Mutta valtion kiireet ovat hitaita. Siksi olisi parempi, että yksityiset liikemiespiirit ottaisivat tämän aloitteen käsiinsä. Eivätkö esimerkiksi ne vientiteollisuutemme, joilla on markkinoita Amerikassa, voisi ottaa asian omakseen? Siihenhän ne samalla voisivat yhdistää oman mainontansa."

Maine ja nimenomaan hyvä maine pitäisi sitten pukea matkustusinnoksi. Tässä olisi markkinointiviestinnälle runsaasti työosarkaa semminkin kun kilpailu turismin tantereillakin oli kova.

¹⁷⁸ em. Nyt olisi...

¹⁷⁹ em. Nyt olisi mainostettava Amerikassa!

"Maamme hyvä maine ulkomailla olisi sopivin propaganda toimenpitein muunnettava maamme suun tautuvaksi matkailuhaluksi. Tosiasia näet on, että ainoastaan propagandan avulla ulkomaalaiset saadaan matkustamaan Suomeen, siksi kireä on kilpailu matkailumarkkinoilla nykyisin.

Edellä mainituista syistä olisi rinnan kotimaisten matkailuolojen kehittämisen kanssa tehostettava ulkomaista matkailupropagandaamme, joka nykyisissä edullisissa oloissa saavuttaa tuloksia suhteellisen helposti ja pienin kustannuksin."¹⁸⁰

Yleisemminkin pohdiskeltiin tuon ajan yleismaailmallisen poliittis-sotilaallisen kuohunnan vaikutuksia maamme matkailuponnisteluihin ja havaittiin kansainvälisen matkailun informoiva ja sinällään "tukea tuova" vaikutus. Matkaajat levittävät mahdollisesti positiivista tietoa maastamme -ja tietoa sen olemassa olostä ylipäänsä. Tämä luonnollisesti olisi pienvaltion etu valtapolitiikan näyttäessä syömähampaitaan niin Italian Abessinian retkellä kuin Japanin Kiinan sodassakin. Matkailu-Espanja puolestaan soti verisesti sisällään.

"Lopuksi on syytä korostaa, että maamme ei tulisi jättää näinä poliittisesti epävarmoina aikoina käyttämättä hyväkseen kansainvälisen matkailun tarjoamia verrattomia tilaisuuksia tutustuttaa ulkomaalaisia omakohtaisesti maamme. Se halvin ta ja samalla parasta työtä mitä voi ajatella Suomen tunnetuksitekemiseksi maailmalla."¹⁸¹

Ulkomaan matkailuintoa kasvattivat valtakunnan päälehden suosimat kuvaukset maailmojen turuilta. Aari Surakka kertoi esimerkiksi päivästä Bukarestissa¹⁸² ja kapteeni T. Hannus kuvaili peräti kahden päivän tarinassaan "matkahavaintoja pikaiselta lentomatkalta Lontoo-Helsinki-Lontoo".¹⁸³ Karja-

¹⁸⁰ Suomen ulkomainen... Suomen Matkailu 1937:1; 5

¹⁸¹ em. Suomen ulkomainen...

¹⁸² Surakka, Päivä Bukarestissa, H.S. 3.10.1936

¹⁸³ Hannus, Matkahavaintoja pikaiselta lentomatkalta Lontoo-Helsinki - Lontoo, H.S. 12.8. ja 13.8.1936

lassa perehdyttiin Monacoon, Rivieran helmeen.¹⁸⁴ Konkreettisesti Euroopan keskustaa nuuhkimaan kutsui myös Helsingin Sanomalehtiyhdistyksen retkitoimikunta; "Seuramatka Brysselin maailmannäyttelyyn ja Pariisiin!"¹⁸⁵ Skandinaviasta matkustusta pyrittiin sujuvoittamaan ns. pohjoismaisten matkashekkien käyttöön otolla kesällä 1939.¹⁸⁶

Ja joillakin oli myös varaa matkata ulkomaille: kun vuoden 1920 paikkeilla ulkomaille matkusti keskimäärin kaksi suomalaista tuhannesta niin vuonna 1938 jo viisitoista;¹⁸⁷ ulkomaan matkat lähes kaksinkertaistuivat 1930-luvulla.¹⁸⁸

Vaikka kotimaisuus olikin suositeltua, ulkomaille matkailijoihinkin suhtauduttiin kuitenkin suvaitsevasti:¹⁸⁹

"...Liikenne Suomesta ulkomaillekin kasvaa jatkuvasti, ja vaikka tätä tietä virtaakin vuorostaan maastamme rahoja pois, joten siitä eräässä mielessä on meille taloudellista tappiota, täytyy meidän myöntää, että kuitenkin suurin osa Suomesta tehdyistä ulkomaan matkoista tehdään vakavassa mielessä, joten niistä on suorittajilleen suoranaista hyötyä, joten ne siis ovat täysin oikeutettuja ja kannattavia. Huomioon on myöskin otettava, että Suomesta tähän mennessä tehty paljon vähemmän ulkomaanmatkoja kuin päinvastoin ulkomailta Suomeen matkoja. Siksi onkin aivan ilmeistä, että varallisuuden ja sivistystarpeiden kasvaessa vuosi vuodelta tehdään meidän maastamme yhä useampia ulkomaanmatkoja; varsinkin kun viime vuosien pula-aika on suuresti rajoittanut matkustusmahdollisuuksia ja kun varmaan hyvin monet ovat kauan odottaneet tilaisuutta päästäksensä suorittamaan ehkä jo vuosikausia suunnittelemansa matkan."

¹⁸⁴ Karjala 14.06.1939

¹⁸⁵ H.S. 14.4.1935

¹⁸⁶ Pohjoismaiset matkashekit otetaan Skandinavian maissa käytäntöön heinäk. 1 p:nä. Ne helpottavat matkailun rahallisen puolen järjestämistä ja edistävät Pohjolan eri kansojen keskinäistä kanssakäymistä, Karjala 18.06.1939

¹⁸⁷ Haatanen 1974, 71-72

¹⁸⁸ Suomen Tilastollinen Vuosikirja = STV 1941, 177

¹⁸⁹ Matkailukauden alkaessa, H.S. 21.4.1935

Näin monipolvisesti ja pitkävirkkeisesti, sivistystarpeisiin, siveellisyyteen ja rationaaliseen utiliteettiin vedoten kansallinen kolmekymmenlukulainen uskaltautui sitten ulkomaille yhteisön liiemmittä paheksunnoitta. Ja esimerkiksi Saksan matkoja saattoi hyvin oikeuttaa tuolloin niin monipuolisesti tärkeän saksan kielen opiskeluun sitoen - ja viitaten.¹⁹⁰

"Saksaan suunnitelluista kiertomatkoista mainittakoon erikoisesti kieliopintomatkatarkoituksessa tapahtuvat retkeilyt, jotka on järjestetty siten, että osanottajat voivat matkansa päätepisteessä 3 viikon aikana käytännön kielenharjoituksen ohella saada joka päivä 2-3 tuntia teoreettista saksan kielen opetusta. Majoitus tapahtuu perheissä. Tämä seuramatkamuoto on tullut hyvin suosituksi."

Saksaan ja muualle, yksin ja seurassa, ulkomailta turisti oli isänmaan 'edustaja', ja retkeilläkin tiettenkin sopi, kunhan sitten 'Suomen mannekiinina' ei itseään vaatetuksellaan kompromettoisi. Oli syytä noudattaa parisittaren neuvoja siitä millainen oli viimeisin muoti ulkomailta:

"- Hyvinpukeutuneisuuden ja eleganssin ensimmäinen ehto on siisteys ja puhtaus, sanoo parisitar. Jos päällä on alusta loppuun saakka puhtaat ja ehyet vaatteet - ,siis myöskin häikäisevän puhdas kaulus ja puhtaat olkanauhat, - eikä koskaan yhtään lukkoneulaa, jos kengänkannat ja sukan "jakaukset" ovat aina suorat, ja jos tukka on aina siististi kammattu, eikä hiuksia ja hilsettä ole kauluksella, niin aivan varmasti on sellainen ihminen sekä elegantti että ilo silmälle."¹⁹¹

Tärkeää oli myös muistaa Katharinan yksityiskohtainen ja pedagoginen toteamus Suomen matkailulehdestä, että varsinkin matkustavan naisen pukeutuminen alkaa jo alusvaatteista. Miehet nyt kumminkin antavat reissun rähjäännyttä:¹⁹²

¹⁹⁰ Vilkas matkailukausi odotettavissa, Aamulehti 23.03.1938

¹⁹¹ Viimeisin muoti ulkomailta, Matkailija 1935:näytenumero, 19

¹⁹² Naisen pukeutuminen alkaa jo alusvaatteista, Suomen matkailulehti 1935, n:o 3-4, 54

"Naisten pukeutumiskulttuuri on Suomessa korkealla tasolla. Se alkaa siitä mistä pitääkin: alusvaatteista. Naiset oivaltavat, mikä merkitys on valiolaatuisilla, hygieenisillä kerrastoilla. Miehet eivät kiinnitä alusvaatteisiinsa suurta kaan huomiota, mutta kyllä naiset. Kun mies lähtee matkalle, muistaako hän useinkaan varata riittävästi alusvaatteita matkalle? Tuskin vain. Naiset sensijaan ottavat huomioon, että he matkoilla joutuvat tarvitsemaan enemmän alusvaatteita kuin kotiloissa."

Kerrastoa tai ei - mannermaisuuutta ihailtiin. Monet 1920- ja 1930-lukujen kulttuurihenkilöt olivat matkailijaesikuvia, esimerkiksi kirjailijat olivat köyhiä mutta varsin kekseliäitä maailman matkaajia. Jo heidän aiemmat kolleegansa olivat ulkomaan boomin aloittaneet. Kiviniemi mainitsee Juhani Ahon kirjoittaneen "Firenzen ilma on niin jumalaista että se tekee ihmisestä taiteilijan"; Berliiniä pidettiin "Helsingin esikaupunkina".¹⁹³

Luonnollisesti 1920- ja 1930- luvuilla Pariisi oli pakko: jokaisen kirjailijan oli siellä käytävä. Pariisin taiteilijat pitivät keskuksenaan Montparnassen ns. Vavinin kulmaa ja kuvasivat kirjoissaan hehkutellen sen kansainvälisyyttä. Se oli läpi vuorokauden kiehuva ja kuohuva boheemisuuden Baabeli, joka kuhisi partaisia ja baskeripäisiä jenkkejä, humalaisia skandinaaveja, epämääräisiä slaaveja, pederasteja ja saksalaisia ekspressionisteja...¹⁹⁴

Kiviniemi jatkaa: "Mutta kirjallisen korkeakoulun approbatureita suoritettiin myös Italiassa, Englannissa, Espanjassa, Sveitsissä, Itävallassa, Unkarissa. Baltian maista Viro oli tärkeä etappi. Otto Manninen ja Anni Swan kävivät Kanarian saarilla jo vuonna 1933!"¹⁹⁵

Tärkeintä tuntui kuitenkin olevan itse liike, matkustami-

¹⁹³ Kiviniemi, Kotiväki sai kortteja ja kirjeitä, joissa hehkuvat värikkäät tunteet, Helsingin Sanomat 21.10.1992, vrt. Paasivirta 1991, 183

¹⁹⁴ Pulla 1971, 85

¹⁹⁵ Kotiväki..., Kiviniemi 1992

nen. Varsinkin juna kiehtoi mielikuvitusta. Pikajunan vauhti ja tempo tuudittivat matkalaisen lepoon, jota kiduttavat, arkiset ajatukset eivät häirinneet. Junassa ihminen saattoi olla kasvoton ja anonyymi. Nuori Mika Waltari antoi romanttisen rakkaudentunnustuksensa puuskuttavalle pikajunalle: "Kun kerran kuolen, tahtoisin kuolla junassa, joka kulkee sadan kilometrin vauhtia tuntematonta kaupunkia kohti, vuorien siintäessä taivaanrannalla, vaihdelyhtyjen syttyessä iltahämärään."¹⁹⁶

Ja Kiviniemi hehkutti: "Nämä litteräärit matkailijat eivät koskaan katsoneet junan ikkunasta kyynisten mustien lasien läpi, vaan sallivat itsensä haltioitua ja hurmioitua - milloin mistäkin".¹⁹⁷

Toisinaan kotimaan ankarasta säädyllisyydestä vapautuneet kirjailijat suorastaan vauhkouduivat suurkaupunkien yössä. Tarjolla oli keimailevaa intohimoa, kihelmöiviä paheita, kimallusta ja poreilua. Ja tästä kaikesta kirjoitettiin hehkuvia, hehkutettuja, yksityiskohtaisia kertomuksia: Joel Lehtosen vaimo sai lukea seikkaperäisiä selvityksiä siitä, kenen naisen vieressä kirjailija oli milloinkin yönsä viettänyt, ja Mika Waltari kuvaili haikean nuoruutensa haihtumista pariisilaiseen porraskäytävään. Paheiden hakeminen oli leimallista 20-luvulle; 30-luvulla sitten innostuttiin urheilusta ja ruumiinkunnosta.¹⁹⁸ Ihmiset kokivat, lukivat -ja Eurooppa tuli lähemmäs.

Konkreettisemmin "maailma lähentyi", kun ulkomaalaiset turistit tulivat ihastelemaan Suomen luontoa, jylhyyttä, järvien sineä ja toivat tullessaan tuulahduksia 'isosta maailmasta'. Virallinen ja todellinen optimismi vallitsi matkailuväen keskuudessa ja Helsingin Sanomissa kirjoitettiin vuoden 1935 matkailukauden alkaessa:¹⁹⁹

¹⁹⁶ Waltari 1978, 226

¹⁹⁷ Kotiväki..., Kiviniemi 1992

¹⁹⁸ Kotiväki..., Kiviniemi 1992

¹⁹⁹ Matkailukauden alkaessa, H.S. 21.4.1935

"...Suomi on yhä enemmän alkanut vetää ulkomaalaisia matkailijoita...valuuttasuhteet, halvat hintamme, maamme kohtaan tunnettavan mielenkiinnon lisääntyminen sekä ennen kaikkea maamme luonnonkauneus ja uusien onnistuneitten matkailureittien avaaminen maahan, mm. helppo pääsy Jäämerelle..."

Ja optimismiin oli syytä, sillä vielä parempaa oli matkailuelämään tulossa, jotakin ainakin Euroopan tasolla kansainvälisesti perin kilpailukykyistä, niin imevää, että huoletti saattoi hehkuttelevaksi ennustajaksikin heittäytyä:²⁰⁰

"... varmana voimme myös pitää, että niin pian kuin suunnitellut luonnonsuojelualueet, jotka mielenkiinnossa, viehättävyydessä ja suuremmissuudessa tulevat kilpailemaan ainakin Euroopan parhaimpien nähtävyyksien kanssa, saadaan vahvistetuiksi ja järjestetyiksi, nämä tulevat huomattavissa määrin lisäämään maahan suuntautuvaa matkailijaliikennettä."

Vaikka Englanti olikin Suomen suurin kauppakumppani sotien välisenä kautena²⁰¹, matkailullisesti sen merkityksen ylittivät Ruotsi, Saksa ja Viro. Norjalaisten, tanskalaisten ja ranskalaisten määrä kasvoi kolmekymmenluvulla tasaisesti mutta jäi kokonaisuudessaan pieneksi. Venäläisiä vakoojia ei merkitty matkailutilastoihin.

²⁰⁰ emt.

²⁰¹ vrt.liite 3, asetelma 3

Asetelma 1: Suomeen saapuneet ulkomaalaiset jaoteltuina kansallisuuksittain vuosina 1930, 1934, 1938 ja 1939²⁰²

kansalaisuus	1930	1934	1938	1939
ruotsalaisia	9 542	19 106	34 619	34 444
norjalaisia	1 519	1 636	3 990	3 762
tanskal.	2 032	2 519	3 255	3 269
virolaisia	5 601	6 839	12 848	13 077
saksal.	6 258	6 228	12 259	9 291
englantil.	2 849	4 700	9 496	4 387
ranskal.	322	781	1 165	786
amerikkal.	3 352	4 847	6 102	4 007

Asetelmassa eivät kuitenkaan olleet kaikki Suomeen saapujat: 1930 -luvulla täällä käväisi myös 11 000 latvialaista, Puolasta saapui 8 000 turistia, Tsekkoslovakiasta 5000, Unkarin veljeskansaa 4000 ja tulipa tänne Italiastakin 3000 matkailijaa Suomea ihmettelemään.²⁰³

Ruotsalaiset olivat merkittävin ryhmä jo vuonna 1930, ja vuosikymmenen loppuun mennessä heidän määränsä oli yli kolminkertaistunut - absoluuttisestikin he olivat tuolloin luvultaan ylivertaisia. Heinäkuu oli tärkein ruotsalaisten saapumiskuukausi, kesäkuu seurasi vahvana kakkosena ja elokuu kolmantena. Muitten kuukausien Suomeen matkailu oli merkittävästi pienempää.²⁰⁴ Vuosina 1933-1934 Suomi avautui enenevästi naapurikansojen turisteille, uusia matkakohteita ja matkustusmuotoja introdusoitiin. Skandinavian matkailijoille laadittiin myös uusi koko Suomen maata käsittelevä matkaopas.²⁰⁵

²⁰² STV 1931, 1933, 1935, 1937, 1939, 1940

²⁰³ Sandberg 1945, 62

²⁰⁴ Levämäki 1987, 24

²⁰⁵ 250 000 reklaamijulkaisua, Uusi Suomi = U.S. 23.02.1935

"Skandinavian matkailijat poikkesivat vielä muutamia vuosia sitten yksinomaan Ahvenanmaalle. Jo viime kesänä ja sitä edellisellä vuonna osoittivat Ruotsin, Norjan ja Tanskan matkailijat huomattavaa innostusta myös muihin maamme osiin ja suunnasivat kiertomatkan tavallisesti Itä-Suomeen asti."

Saksalaiset ja virolaiset kamppailivat tasapäisesti toiseksi tärkeimmän matkailijaryhmän asemasta. Molempien määrä noin kaksinkertaistui vuosikymmenen kuluessa. Kolmikymmenluvun puolivälissä kirjoitettiin:²⁰⁶

"Virolaisia Suomessa käy vuosittain 6.000-7.000, joista kuitenkin useimmat ovat viipyneet ainoastaan muutamia päiviä Helsingissä. On kuitenkin syytä olettaa, että varsinkin Sortavalassa pidetäville Kalevala-juhlille matkustaa runsaasti virolaisia."

Uutisesta ilmeni myös virolaisten omasteltu matkailuattraktio - Suomen kulttuurielämä. Kun virolaiset saapuivat pääsääntöisesti kesä- ja toukokuussa, saksalaiset pitivät enemmän heinä- ja elokuun mahdollisuuksista.²⁰⁷ Matkailumaailmaan vaikuttavia tekijöitä seurattiin tarkoin ja niinpä pelättiin kolmikymmenluvun puolivälin saksalaisten ulkomaan Suomeenkin kohdistuvan matkailuinnon vähenevän maan kotimaisuutta suosivan finanssipolitiikan muutoksen vuoksi:²⁰⁸

"...Mitä saksalaisiin tulee niin näyttää siltä, että saksalaisten maassamme käyminen supistuisi saksalaisilla laivoilla satamakaupungeissa pisäytäviin matkailijoihin, sillä Saksan valuutatasaannostely estää saksalaisia tekemästä pitempiä ulkomaan valuuttaa vaativia matkoja."

Huolen aihetta lisäsi siis yksinomaan saksalaisten laivojen käyttö - "purjehdussääntö" matkailuliikenteeseen sovellettuina. Huoli ei kumminkaan lannistanut: Saksaan lähetettiin yli 40 000 Suomeen innostavaa julkaisua.²⁰⁹

²⁰⁶ 250 000 reklaamijulkaisua, U.S. 23.02.1935

²⁰⁷ Levämäki 1987, 24

²⁰⁸ 250.000 reklaamijulkaisua, U.S.23.02.1935

²⁰⁹ 250 000 reklaamijulkaisua...

Englantilaisten Suomen into kasvoi merkittävästi kolmekymmenluvun puolivälissä. Vuodesta 1934 vuoteen 1936 englantilaisten Suomen turismi lisääntyi yli kolme neljännestä. Matkustusta lisäsi varmastikin Lontooseen vasta perustettu Suomeen erikoistunut matkatoimisto;²¹⁰ toisaalta - mainonnan tuloksellisuutta pois sulkematta - kiinnostus Suomen maata kohtaan oli yleisestikin lisääntynyt.²¹¹

"Englannissa on Suomi jo pitemmän aikaa ollut nousukurssissa, ei vain taloudellisella ja siviis-tyksellisellä alalla, mutta myös matkailun näkökulmalta. Poikkeuksetta kaikki Suomessa käyneet englantilaiset matkustajat ovat tuoneet julki ihastuksensa maahamme. Onkin luultavaa, että englantilaisia saapuu maahamme ensi kesänä ennätysmäärä."

(Suur)sotavuosi 1939 vähensi ymmärrettävästi niin saksalaisten, englantilaisten kuin amerikkalaistenkin kävijöitten määrää.

Amerikkalaisten suhteellisesti suuri määrä - pitkstä maantieteellisestä välimatkasta huolimatta - johtui pääosin "Amerikan emigranttien" lisääntyneestä halusta palata juurilleen - ainakin matkailijoina. Iloisen 20-luvun matkaaaja oli aikaisempaa vauraampi, ja vielä vuosisadan vaihteen tuskaisina koetut Atlantin ylitykset olivat laivojen parantuessa muodostuneet *huvimatkoiksi*. Hytit olivat kellovillisia, tarjolla oli maukasta ruokaa, ja useissa laivoissa monenmoiset viihdyttäjät huolehtivat siitä, että matkailija ei pitkästynyt.²¹²

Maailemansotien välisenä aikana Suomessa kävi noin 58 000 amerikansuomalaista, ja kun tiedetään, että heidän Suomessa viipymisensä olivat kestoltaan pisimpiä,²¹³ heidän tuomiaan dollarimääriä ei voida lainkaan väheksyä. Varsinkin vuosina

²¹⁰ vrt. Huomattava englantilainen yritys, Satakunnan kansa 31.12.1935

²¹¹ 250 000 reklaamijulkaisua U.S.23.02.1935

²¹² vrt. Kero, 1994, 145

²¹³ Dyhr 1979, 37

1926-32 Suomi olikin melkoisen kiinnostuksen kohteena: yli puolet kaikista amerikansuomalaisista matkailijoista vieraili silloin.²¹⁴ Mutta vielä 1930-luvun puolivälissä suh-
tauduttiin perin toiveikkaasti amerikkalaisten - niin Amerikan suomalaisten kuin muittenkin - Suomen turismiin; se olikin esimerkiksi vuodesta 1933 seuraavaan vuoteen kasvanut yli 60%.²¹⁵

"Tuhansia kertoja mainitun "velanmaksun" ansiosta ovat erityisesti Amerikan suomalaiset saaneet uutta innostusta Suomi-harrastukselleen. He saapuvat suurina retkikuntina ensi kesänä syn nyinmaataan katsomaan. Myös varsinaiset amerikkalaiset ovat alkaneet tuntea mielenkiintoa Suomea kohtaan."

Amerikanserkkuja yritettiin saada saapumaan jo kesäkuun alussa: oli vietettävä juhannus Suomessa. Ja nimenomaan juhannusta, keskikesän juhlaa heille myös markkinointiin - olihan toivoa, että äveriäs matkailija yksin tein viettäisi koko kesän Suomessa. Kuitenkin selkeästi suurin amerikkalaisjoukko saapui vasta heinäkuussa. Ja mikä jenkin Suomessa viipyillessä, sillä tunnetusti... "amerikkalaiset pitivät suurimpana ihmeenä ja houkutusena kesäyön aurinkoa"²¹⁶... ja ainakin Lapin yötön yö "oli hereillä" aina pitkään elokuuhun. Ja Lappiin sekä Petsamoon amerikkalaiset myös runsaina hakeutuivat²¹⁷. Suvi olisi vain totaalaisesti pilvistä puhdistettava.

Aivan kolmekymmenluvun loppupuoli herätti huolestumista. Amerikan turistit eivät edellisen mallisesti Suomeen tulletkaan. Kyseessä oli kuitenkin ns.transitioturismi - syy vähennykseen olikin naapurissa²¹⁸

²¹⁴ Kero 1994, 145

²¹⁵ vrt.250 000 reklaamijulkaisua, U.S. 23.02.1935

²¹⁶ Maassamme toimivien...Kaleva 24.04.1936

²¹⁷ vrt. Ennätyksellisen vilkasta, Kaleva 24.09.1936

²¹⁸ 250 miljoonan markan matkailutulot 1938, Suomessa vierailleiden luku 94500. Eniten kävi ruotsalaisia turisteja, Kaleva 17.01.1939

"...Syynä amerikkalaisten maassamme käyneiden turistien lukumäärän vähenemiseen lienee se, että Venäjän matkat ovat loppuneet... matkailaan he tavallisesti viipyivät pari kolme päivää Suomessa."

Parin päivän matkailutulo jäi siten saamatta.

Maan eri osat ja niihin perustetut matkailuyhdistykset suorastaan kilpailivat Amerikan taaloista. Esimerkiksi Varsinais-Suomen matkailijayhdistys "suitsutti" nimenomaan amerikansuomalaisille vuoden 1934 esitteessä:²¹⁹

"Kun näin silmäilet tätä maata...alat huomata, että tämä Varsinais-Suomi on sittenkin hedelmällisin kohta tästä maasta, alat pitämään siitä."

Mainoksena ei tämän kaltainen maaperän paikalliseen hedelmällisyyteen kohdentuva vetoamus kumminkaan liene erikoisen raflaava preerian vehnäpeltoihin tottuneelle Amerikan turistille. Tuskinpa tietoisuus alueen rukiin vehreästä kasvusta vielä valintatilanteessa preferenssiin riittää.

Syy tai seuraus, yllättävää ei siten ollutkaan Börje Sandbergin tiedotus matkailukongressissa siitä, minne Suomen ulkomaanpropaganda olisi kohdistettava. Myös välineet olisivat tuttuja:

"Matkailijapropaganda on keskitettävä Skandinavian maihin, Englantiin, Saksaan ja Amerikan Yhdysvaltoihin. Niiden rinnalla on katsottava toisarvoiksi mutta silti merkittäviksi Ranska, Viro ja muut Baltian maat, muista Euroopan maista Puola, Tšekkoslovakia ja Unkari, ja muista Länsi-Euroopan maista Hollanti ja Belgia. Ainakin Lontooseen ja myös Pariisiin olisi perustettava matkailu toimisto. Muissa maissa propagandaa olisi tehostettava palkkaamalla matkailuasiamies Itä-Euroopan ja yhteisesti Hollantia ja Belgiaa varten. Tärkeimmät mainonnan välineet ovat mainosjulkaistut, kuvapropaganda, sanoma- ja aikakauslehtien timiesten kirjailijoiden ja ulkomaisten esitelmöitsijöiden tutustuttaminen maahamme."²²⁰

²¹⁹ Piesanen 1993, 17

²²⁰ 120 000 olympialaisvierasta, H.S. 20.11.1938

Ja pieni SRM säästi Suomen kansainvälistämisinnossaan"... palkataan retkeilyasiain todellinen asiantuntija toimitusjohtajaksi...silloin voimme ruveta mainostamaan Suomea retkeilymaana ulkomaillekin..."²²¹

Matkailuelämän yhtenä oleellisena piirteenä itsenäisyyden alkuvuosikymmenten Suomessa olikin juuri sen tuettu kaupallistaminen ja kansainvälistäminen sekä niiden keinona rahoituksen ohelta laajamittainen kommunikaatioaktiiviteetti, kehittyvän ja edistettävän markkinointiviestinnän yleistyvä yksityinen sekä julkinen käyttöön otto. Ponnistelut vaikuttivatkin matkailuansioon - sinänsä suoraan "markkinoinnille säilytettävää" Suomeen tuotavan matkailurahan lisäystä on vaikea tarkkaan arvioida.

Nämä ulkomaisen matkailun maahan tuomat tulot olivat esimerkiksi vuosina 1929-1934 noin 3% Suomen viennin arvosta;²²² matkailutasekin oli positiivinen 1931-1935.²²³

Suomeen matkailu toi rahojen ohelta Suomelle ja suomalaisille toki lukuisia ystäviä, mutta samalla se paljasti myös Suomesta myös sen kaltaisia "itse aiheutettuja" puutteita, jotka vähensivät sen viehättävyyttä ulkomaalaisen silmissä. (Englantilainen) Suomen ystävä tilitti Helsingin Sanomissa ulkomaisen matkailijan ilmoittautumisvelvollisuuden tuomia hankaluuksia:²²⁴

²²¹ Koulumatkatoimisto valtion laitokseksi. Retkeilymajajärjestö laajentaa toimintaansa, H.S. 21.11.1938

²²² Hirn & Markkanen 1987, 307

²²³ emt.305

²²⁴ H.S.4.8.1936.

"Kun turisti on tullut rantaan ja antanut leimata passinsa, niin antakaa hänen matkustaa ympäri maata vapaasti, ilman että hänen on mentävä aina poliisilaitokseen leimauttamaan passinsa, jos hän sattumalta viipyy jossain kaupungissa tai kylässä kauemmin kuin 24 tuntia, sillä se on hänestä kovin hankalaa ja hän kärsii sellaisesta epäkohdasta...monet laivaosakeyhtiöt ja matkailuseurat uhraavat paljon aikaa ja työskentelevät ahkerasti houkutellakseen turisteja Suomeen katsomaan maailman kauneinta maata, mutta vapaasti vietetty kaunis kesä- tai talviloma Suomessa on parhainta propagandaa ja houkuttelee englantilaiset tulemaan aina uudestaan takaisin maahanne, jos ette vaivaa heitä tyhjänpäiväsillä tutkimuksillanne."

Paljon kohennettavaa oli siis vielä Suomen oloissa ennen kuin matkailumaan imago tänne kitkoitta istuisi. Matkailuelinkeino nousuun tietysti uskoi.

3.2.6. Olympia- ja naisuineito Suomen matkailu

Jo ennen vuoden 1940 olympialaisten myöntämistä suomalaiset pohtivat valppaasti näiden mahdollisten suurjuhlien vaikutuksia Suomelle, sen taloudelle ja matkailuelämälle. Liiketaito kertoi esimerkin omaisesti artikkelissaan jo vuodelta 1936 talviolympialaisten mainonnasta Saksassa²²⁵, ja sitten seuraavassa numerossa spekulointiin, mitä kaikkia asioita oli huomioon otettava, jos kilpailut Suomeen saataisiin. Kysymysasettelun keskiöön nousivat urheilullisuuden ohelta matkailijaliikenteen järjestäminen, Suomen ja etenkin Helsingin hotelliolot, kisojen rahoitus ja merkitys Suomen liike-elämälle²²⁶.

Tokion olympiaisännys kariutui Aasian sotamelskeisiin ja sittemmin tieto olympialaisten myöntämisestä Suomeen sai eri matkailutahot tositoimintaan²²⁷. Olympia-intoa lisäsi Suomeenkin lanseerattu Leni Riefenstahlin jättiläisfilmi Berliinin olympialaisista. Juhlien valtavat mittasuhteet paljastuivat.

²²⁵ Liiketaito 1936:1, 15

²²⁶ Liiketaito 1936:2, 27-28

²²⁷ Tuomisto 1987, 27

Hufvudstadsbladet kirjoitti²²⁸: "Filmiä ei pidä nähdä - yhden kerran - se on nähtävä kaksi tai kolme kertaa..." Iltasanomat, Karjala ja Uusi Suomi julkaisivat omat ylistyksensä. Helsinkiläinen teatteriyleisö riemuitsi, "ovathan meidän poikamme mukana tässä Lenin suuressa filmissä. 10 000 metrin juoksu on sen dramaattisimpia kohtia, sitä paitsi näytetään Bärilund, Kalevi Kotkas ja katsojien joukossa itse Paavo Nurmi..."²²⁹. Ja omat olympialaiset olivat tulossa. Ensin piti luonnollisesti suunnitella, pohtia kisojen arvattavasti monenlaisia vaikutuksia Suomelle ja sen matkailuelämälle:²³⁰.

"Olympiakisojen kesällä 1940 Suomeen johdattamien ulkomaalaisten lukumäärä tulee olemaan poikkeuksellisen suuri, oletettavasti useampia kymmeniä tuhansia. Varmana voidaan myöskin pitää että melkoinen osa heistä, vaivauduttuaan kerran ehkä etäältäkin olevista kotimaistaan meille saakka, haluaa käyttää harvinaista tilaisuutta tutustuakseen samalla useimmille sa tuhohteiseen ja uteliaisuutta herättävään "tuhatjärvien maahan"."

Matkailijavirtojen onastelu aiheutti luonnollisesti matkailuelinkeinoon monenlaista puuhaa. Etenkin majoitusresurssit huolestuttivat²³¹:

"Vaikkakin olympiakesäksi valmistuu useita uusia matkailumajoja samalla kuin todennäköisesti entisiä siihen mennessä myöskin laajennetaan ja vaikkakin yksityisten toimesta parhaillaan rakennetaan eri puolilla maata uusia hotelleja, voidaan olla varmoja siitä, etteivät silloin käytössä olevat vakinaiset majoitustilat tule lähimainkaan riittämään..."

Niin tultiinkin tulokseen, että myös yksityiset suomalaiset voisivat tunnetusti vieraanvaraisina hyvin osallistua ulkomaan matkailijoiden majoitukseen, olivathan olympian kisat kaikkien suomalaisten yhteistä omaisuutta:

²²⁸ Elokuva lukemisto 1938:13 takakansi

²²⁹ emt. 6

²³⁰ Suomen Matkailu 1938:4, 9

²³¹ emt.

"Sopivana ajankohtana Suomen Matkailijayhdistys toimittaa julkisuuteen vetoimuksen, joka kohdis tetaan kaikkiin luonnonkauneilla paikoilla sijaitseviin yksityiskoteihin, jotta nämä avautuisivat olympiakisojen aikana vastaanottamaan ulkomaisia vieraita..."²³²

V.A.M. Karikoski arvioi "Olympia-ajan matkailuliikenteestä" -artikkelissaan mm. eri maista saapuvien matkailijoiden määriä ja heidän kulutuskäyttäytymistään, sen kaupallista hyödyntämistä, olympiaturisteille järjestettäviä oheispalveluja sekä kisojen merkitystä Suomen globaaliin matkailukuvaan²³³:

"...ja yleensä skandinaavit ovat varakasta väkeä, joten tässä suhteessa ei ole minkäänlaisia esteitä olemassa turistimatkojen suorittamiseen...viipyisi jokainen saksalainen vain 3-4-vuorokautta Suomessa, joten heille ei jäisi saottavasti aikaa turistimatkojen suorittamiseen...kuitenkin mahdollista, että eräät saksalaiset järjestöt panevat toimeen turistimatkoja Suomessa... Amerikan suomalaisia saapuu ennakoilmoitusten mukaan useita tuhansia...suorittavat verraten runsaasti matkoja Suomesa...englantilaisten matkustushalu on tunnettu, kunhan heidän mielenkiintonsa saadaan heräämään matkailureittejämme kohtaan...Etelä-Amerikan rannikoita suunniteltu valtamerilaivan lähettämistä Suomeen..."

Huolestumista herätti, miten pieni, syrjäinen Helsinki ja köyhä mutta kaunis Suomi pystyisivät tyydyttämään suuren maailman turistien monenmoiset urheilukilpailujen ulkopuoliset tarpeet. Aihetta pohdintoihin ilmeisesti olikin, sillä olivathan turismitutkimuksien ja -kyselyiden vastajat monesti kiinnittäneet huomionsa juuri Suomen kansainvälisesti värittömän laineaan iltaelämään²³⁴:

"...Mutta varsinkin valitettiin sitä, että Suomen kaupungeissa on iltaisin vaikea löytää sopivia huvittelupaikkoja ja taidenautintoja..."

Myös matkailuelinkeinolle siten urheilun ohelta tuleva

²³² Suomen Matkailu 1938:4, 9

²³³ Karikoski, Suomen Matkailu 1939:3, 15

²³⁴ vrt. Maassamme toimivien...Kaleva 24.04.1936

moderni "kansainvaellus" nähtiin "totuuden hetkenä"; suurkaupunkielämän kimmellyksen vastavetoomukseksi olisi kehitettävä houkuttelevia suomalaisia attraktioita. Jos Helsinki varustuksellaan yksinään ei kykenisikään palvelemaan vaativaa maailmanmatkajaa, voitaisiin myös maaseudun ja maaseutukaupunkien omaleimaista, tai ainakin sellaiseksi mainostettua, tarjontaa hyödyntää. Olympialaisten matkailullisia oheispalveluja oli syytä suunnitella kattamaan laajemmaltikin Suomea, saataisiinhan silloin myös kisa vieraiden tuoma mahdollinen taloudellinen siemen maata myös kokonaisuutensa hedelmöittämään²³⁵:

"...Helsingissä lienee mahdotonta tarjota vieraille samanlaisia mahdollisuuksia ajanviettoon kilpailujen ulkopuolella kuin suurkaupungeissa, missä kisat viime aikoina on pidetty. Näin olen lähellä on mahdollisuus, että ulkomaalaiset mielellään haluavat viettää iltansa kaupungin ulkopuolella, mikäli heille pystytään järjestämään mukavia matkoja ja ruokailumahdollisuuksia Helsingin ulkopuolella saaristossa tai muilla paikkakunnilla Porvoosta, Hämeenlinnaa ja Hankoa myöten..."

Useissa kirjoituksissa painotettiin runsaasti myös olympiakisojen kaikenpuolisen onnistumisen merkitystä Suomen matkailumaaimagoon. Olisi ryhdyttävä tarmokkaaseen työhön varsinkin maaseudun palveluvarustuksen kohentamiseksi. Onnistunut turistien tarpeiden tyydytys sekä monipuolisesti kelvolliset olympiajärjestelyt poikisivat tulevaisuudessa paljon hyvää niin Suomelle kuin sen matkailuelämällekkin, Karikoski aprikoi edelleen:

"Matkailijatulva maaseudulle kesänä 1940 tulee joka tapauksessa olemaan niin suuri, että on pakko ryhtyä erikoisiin toimenpiteisiin voidaksemme tyydyttää vieraat eri paikkakunnilla. Jollempä pysty niin tekemään, aiheutamme suuria tappioita matkailullemme seuraavina vuosina. Päinvastaisessa tapauksessa saattavat kisat olla aiheena maahamme suuntautuvalla matkailulla, josta pitkät ajat kisojen jälkeen tulemme hyötymään, jos osaamme leiviskämme oikein hoitaa..."²³⁶

²³⁵ vrt. Karikoski, Olympia-ajan matkailulikenteestä, Suomen Matkailu 1939:3, 15

²³⁶ em. Karikoski

Luonnollisesti myös liike-elämä arvioi olympialaisten vaikutuksia. Pohdiskeltiin, olivatko kotomaan jäyhiin asiakkaisiin tottuneet suomalaiset kaupantekijät ylipäänsä riittävän kohteliaita ja palvelevaisia vaativille ulkomaan asiakkaille. "Annamme me liikealalla toimivat itsestämme saapuville vieraille riittävän edustavan kuvan", Heikki Huhtamäki kyseli?

Turun matkailulautakunnan puheenjohtaja Huhtamäki edelleen esitti, että nimenomaan liikeapulaiset, kaiketi ensimmäisen suomalaisen palvelukuvan antajina, olisi saatava heräämään PR-tietoisuuteen. Heidän tulisi näin ollen ainakin jossain määrin perehtyä paikkakuntansa nähtävyyksiin, tietää paikallisten museoiden yms. aukioajat ja pääsymaksut ja olla selvillä paikkakunnan liikenneyhteyksistä. Juna-, laiva- ja autoaikataulut olisi oltava käsillä.

Liikeapulaisten olisi myös tiedettävä, mistä saa lähempiä tietoja turistipalveluista ja niin ikään kyettävä neuvomaan uupunut turisti johonkin hotelliin tai retkeilymajaan. Olisi luonnollisesti kerrottava sympaattisesti kotipaikkakunnasta ja sen tarjoamista matkailumahdollisuuksista sekä opiskeltava kohteliaana ainakin sen verran jotain vierasta kieltä, että äännähdyksistä asiakas kokee liikeapulaisen "ainakin yrittäneen". Liikkeet, joissa oli kielitaitoisia myyjiä, ilmoittakoot siitä ulkoakkunan merkinnöin²³⁷. Siinäpä puotipuksulle vapaa-ajan puuhastelua!

Kiinnostuttiin enenevästi myös siitä, mitä ulkomaiset tulevat olympiavieraat suomalaisista ajattelivat ja Suomesta ylipäänsä tiesivät. "Mielenkiinto Suomea kohtaan suuri kaikkialla maailmassa," otsikoi vuoden 1939 toukokuun viimeisen päivän innostunut "Karjala".²³⁸

Heti tuoreeltaan olikin syytä lukea ruotsalaisen lehtimie-

²³⁷ vrt. Huhtamäki, Suomen Matkailu 1939:4, 22

²³⁸ Karjala 31.05.1939

hen miellyttävän kannustavaa arviota Suomesta. Suomi oli näet tulevaisuuden maa²³⁹:

"Ennen kaikkea herätti Suomessa ruotsalaissympatiaa tunne siitä, että olemme nuori elinvoimainen kansa, jolta ei puutu aloitekykyä sen parhaimmin aineellisten kuin henkisenkään kulttuurin alalta..."

Ja kaikkea sitä teräväsilmäinen ruotsalainen huomasi: Suomessa kun oli läpi yhteiskunnan säätyjen runsaasti muualla kaiketi harvinaista ns. sydämen sivistystä.²⁴⁰

"...jopa on sattunut sellainenkin harvinaisuus meille kunniaksi, että ruotsalainen joka katselee Tampereella juopottelevaa (kurs.J.A.) työväestöä ihmettelee sen hillittyä käytöstä..." (! J.A.)

Koottiin uutiskirjoja Suomesta julkaistuista kirjoituksista. Matkailumaailma esitteli "viimeaikaisia Suomi-juttuja":²⁴¹

"...Lukuunottamatta iskusanaa tuhansien järvien maasta tietää maailma Suomesta hyvin vähän. Urheilijat tuntevat tietysti Paavo Nurmen nimen, Wallstreet antaa Suomelle täyden tunnustuksen rehellisenä velkojen maksajana. Mutta muuten vain harva tietää, että suomalainen Sally Salminen on saanut Nobelin kirjallisuuspalkinnon."

Jos tuolloin kolmekymmenluvun loppupuolella esitetty uniikki kirjallisuustieto oli jäänytkin vain pieniin kulttuuri-piireihin, niin tätä nykyä se ilmeisesti on muistojuhlitta vallan unohtunut! Epäilemättä miespuolinen oli seuraava Helsingin esittelijä, joka kaiketi omille naisilleen ojenukseksi ihmetteli suomalaisten sukupuolten välistä tasa-arvoa...naisetkin kärräävät puukuormia...mutta hekumoi myös

²³⁹ H.S. 02.08.1936

²⁴⁰ emt.

²⁴¹ Suomi, armas synnyinmaa.
Mitä ulkomaalaiset meistä kirjoittavat. Matkailumaailma
1938: 5, 10

saunan, tosin epiteettömistä hierojattarista:²⁴²

"... Mikä ennen kaikkea pistää Olympiakävijän silmään tässä ihanassa, tummanpunaisesta graniitista rakennetussa kaupungissa on naiset, jotka kaikkialla ovat tunkeutuneet miehisten ammattien etulinjalle. Sinä saat ihailia somia "bussneitejä", lukuisia naisherrainkähertäjiä, naisasema päällikköjä, naispuuntyöntekijöitä, jotka urheasti ja voimallisesti kantavat valtavia puukuormia. Vieläpä höyrykylpylät ovat naisten vallassa. Höyrykylpyä ilman "saunarouvaa", joka hikoilu kuurin jälkeen antaa saippuavaahtohierontaa ei olisi ajateltavissa..."

Naisherrainkäherrystä lienee, mutta jo vuoden 1934 Suomen Matkailulehdessä haastateltiin englantilaista Mr.J.M Kilburnia eikä hänkään ollut voinut olla huomaamatta suomalaista naista. Nainen olikin tuolloin ilmeisesti aivan oma ihmislajinsa, jonka vetoavaa 'kummallisuutta' sitten psykofyysisesti verrateltiin vaikkapa kansojen kesken:²⁴³

"Suomalainen nainen on "chic" omalla tavallaan. Hän on yleensä lujarakenteisempi kuin englantilainen nainen ja hänen ryhtinsä on aina loistava perusteellisen harjaantumisen johdosta koulussa. Hänen äänensä on matalasointuinen ja musiikillinen, hänen piirteensä tavallisesti rauhalliset."

Vuoden 1934 syyskuussa pelkästään yksilö Ester Toivosen uro"työstä" suitsutti Taipaleen Matti "...tapaus oli suurimerkityksellinen...Suomen tähän astinen epävirallinen nimi *the land on the thousand lakes*...muutettiin...nyt *the land of beautiful women*...",²⁴⁴ ja oli mieltä kohentavaa lukea myös Helsingin Sanomien haastattelua, jossa "kaiken nähnyt" monikansallisen mainostoimiston Euroopan johtaja Mr.Weddell tilitti Lontoon "naiskokemuksiaan":

²⁴² Suomi, armas synnyinmaa., Matkailumaailma 1938: 5, 11

²⁴³ Suomi - ystävällisyyden maa, Suomen Matkailulehti 1934:1, 15

²⁴⁴ Suomen Matkailulehti 1934:6, 7

"...lopuksi kertoi Mr. Weddell hauskan tapauksen Miss Ester Toivosen käynnistä Erwin Wesley & Companyn Lontoon konttorissa, jossa kaikki olivat yllättyneitä viehättävästä asiakkaasta. Vaikkeuta aluksi oli se, ettei Miss Toivonen osannut englantia, mutta erään tilaisuuden jälkeen, jossa eräät Erwan miehet olivat tanssineet Miss Toivosen kanssa, he vakuuttivat, ettei Miss Toivosen tarvinnut osatakaan englantia, koska hän tanssi niin suuremmoisesti."²⁴⁵

Näin huomattiin taas opetetusti, miten helppoa olikaan aidosti kommunikoida, silloin ei kielikursseja tarvinnut, mutta tanssitaito oli oltava sitä myöten sitten parempi - ja hymy.

Suomen Matkailulehden vuoden 1934 marras-joulukuun numerossa nimimerkki Jap. oli jo pohtinut suomalaisen naisen säteilevää erikoisuutta ja sen mystistä vaikutusta ulkomaan (mies)turisteihin, jotka vallan äimistyneinä ja henkeä haukkoen jumaloivat ylväinä ohii kulkevia generoituneita ester toivosia, joiden ulkoiseen 'imevyyteen' yhdistyi mitä herttaisiin sisäinen sulo ja jalo luonteenlaatu. Millainen matkailuattraktio meillä olikaan pelkän oivallisen geenien jakautumisen vuoksi. Miten se voitaisiinkaan kaupallistaa? Arkisen suomalaisen miehenkin tuli oivaltaa että 'oikeasti' tuo pönäkkä naapurin nainen olikin tällainen:

"Hänen ryhtinsä on loistava, intoilevat ulkomalaiset turistit. Kieltämättä, ja juuri hänen ryhtinsä ja vartalonsa joustavuus korvaakin runsaasti kasvopiirteiltä ehkä joskus puuttuvan milolaisen plastillisuuden ja sopusuhtaisten viivojen ihastuttavan leikin. Elleivät hänen kasvonsa aina ole piirteiltään täysin aito kreikkalaiset, ilmenee niistä runsaammin henkevyyttä ja luontaista älyä. Tämä "sisäinen säteily" tekee hänet vastustamattomaksi."²⁴⁶

Kolmikymmenluku oli laajemmaltikin tietynkaltaisen rotuhygienian vuosikymmen ja näin viimeistään Suomen naiset

²⁴⁵ Mainonta muuttumassa uutisluontoiseksi tavaran esittelyksi. Sanomalehti valtaa yhä tärkeämmän aseman ilmoitusvälineenä, H.S 14.06.1935

²⁴⁶ Naisia maailman eri maista, Suomen Matkailulehti 1934:8-9, 19

olivat omiaan karkottamaan suomalaisille vanhastaan annetun kalmukin maineen. Silmänurkan mongolinpoimu tuskin olisi matkailun vetonaulana toiminutkaan. Maata kokonaisuudessaan oli myös mainiota puffata erityisesti ulkomaan turisteille todistellen, että kunnan naisia löytyy täältä "joka lähtöön" - laajan Suomen vaihteleva maisema lienee muovannut naisolennot myös maantieteellisesti erilaatuiseksi. Samalla tosin naisen etsijöille suositeltiin turkis- ja hattumaaailman hallintaa: se kelpoistaisi ystäväkandidaatin ja loihtisi suhteellisen edun Suomen omiin uroisiin nähden.

"Loistavaryhtisimmät ja parhaiten puettut naiset näemme Helsingissä, kirkassilmäisimmät "Saarijärven salomailla" ja uskollisimmat puoliset löydetään, kansatietouden mukaan "majasta mata lasta". Kaikille yhteistä on kuitenkin suuri halu kantaa turkiksia ja omistaa viimeisimpiä hattuuksia, mikä seikka nykyisinä riistaköyhinä aikoina tuottaa maan miespuoliselle väestölle paljon päänvaivaa."²⁴⁷

Matkailumainonta hyödynsi myös Suomen naisten kelpoista mainetta. Kansainväliseen välitykseen oli suunnattu "6 "All Expense" Tours in Finland". Jostain oli löydetty raitiovaunun kaksi työasuista naista valokuvaankin. Jäykistettyinä he seisovivat merkitetyissä koppelakeissaan raitiovaunun edessä. Erityisen hemaisevilta he eivät - vaikkakin "ratikkamannekiinejä"- kumminkaan suomalaisesta näyttäne. Kuva-teksti paljasti sitten, että kyseessä on raitiovaunukonduktöörejä Helsingistä.²⁴⁸

Saman oppaan sivulla 19 esitettiin rantakuva..tyypillinen...mutta oletetusti Terijoelta. Etualalla makoili vatsallaan neljä tyttöä täys- tai puolimustissa kokovartaloumapuvuissaan - ei mitään hempukoita sillä henkevimällä heistä oli ylioppilaslakki päässään!²⁴⁹ Kieltämättä hivenen vekkulilta houkuttimelta näytti puolestaan muikeasti hynyi-

²⁴⁷ emt.

²⁴⁸ "6 "All Expense" Tours in Finland" s.a.11, liite 14, ylin kuva

²⁴⁹ emt.19, liite 14, keskimäinen kuva

levä, muinaisasuun puettu Viipurin Pyöreän Tornin tarjoilijatar laakeine, valkoisine mahtikauluksineen.²⁵⁰

Liike-elämä ja nimenomaan markkinointiviestintä kiinnostui olympialaisista luonnollisesti myös siksi, että oli perin nasevaa yhdistää ja tietenkin naisten mainostamina joitain tuotteita mahtikilpailujen positiivisiin saattomielteisiin kudottuina "olympialaisiksi". Siinä sai kuin ilmaiseksi jotain urheilujuhlien gloriasta oman tavaransa fantasiakerästä kohentamaan. Suoranaisimmillaan yhteen nitominen ilmeni konkreettisenä tuotenimen antona, kuten Pohjoismaiden kahvikomppania o.y. ideoi:²⁵¹

OLYMPIAN MERKEISSÄ valmistetaan nyt
jaloa juhlien juomaa **OLYMPIA**-kahvia.

Kilpailullisena vastauksena Kahvi Oy kehitti perheenemäntiin vedoten esimerkiksi Stadion-merkkiperheen: niiden ostajan ilmoitettiin tukevan olympiastadionin rakentamisesta.²⁵² Myös Paulig "paljasti" lahjoittavansa osan kaikkien pakettikahviensa ja Sinetti-teen hinnasta olympiamiesten valmennusrahaan.²⁵³

Vuoden 1940 olympialaiset jäivät tosin pitämättä, mutta kisa-ajatukseen oli jo totuttu, ja vuonna 1952 Helsinki juhli sitten olympiaisännyyttä. Kisojen ounastelu oli kuitenkin jättänyt itsenäisyyden alkuvuosikymmenten matkailuelinkeinoihin paljolti pohtimista.

²⁵⁰ "6 "All Expense Tours 9n Finland, s.a., 15, liite 14, alin kuva

²⁵¹ Suomen matkailu 1939:2, 5

²⁵² emt.25

²⁵³ Suomen Matkailu 1938:2, 3

4. MATKAILUELINKEINO ITSENÄISESSÄ SUOMESSA ENNEN II MAAILMANSOTAA

4.1. Kuljetuslaitoksen kehityksestä²⁵⁴

4.1.1. Maantiestö moottoriliikenteen pohjana

Maantieverkosto oli huonokuntoista vielä 1900-luvun alkupuolella, ja se oli rakennettu pääsääntöisesti hevosliikenteelle. 'Kunto' perustuikin aikanaan varsin uudistavaan vuoden 1734 lakiin, jossa säädettiin päätteiden leveys - 10 kyynärää - sekä teiden kunnostaminen ja ylläpito; se kuului maanomistajille jyvityksen perusteella. Eniten vaivaa tuottivat sillat ja ne korvattiinkin usein lossiyhteyksillä. Lain määräyksiä ei kuitenkaan aina voitu noudattaa, olihan Suomi pinnanmuodoltaan mäkisenä ja kumpuilevana tien rakentajan painajainen.

Eksymistä ei muinaisen matkalaisen kuitenkaan tarvinnut pelätä. Matkaoppaista tärkein oli Georg Biurmanin "Vägvisare", joka ilmestyi lukuisina uusintapainoksina jo vuodesta 1743 lähtien. Biurmanin kartta kuvasi Ruotsin itä- sekä Suomen länsi- ja etelärannikon tiet ja kestikievarit tarkkaan; lisäksi oli ohjeita myös oikoteistä ja vaihtoehtoisreiteistä.²⁵⁵

Tieverkosto oli 1930-luvun alussa jo suhteellisen kattava nykyiseenkin verrattuna, mutta teiden kunto edelleen sangen alkeellinen. Tämä hidasti erityisesti Lapin avautumista matkailijoille. Liikenteellistä merkitystä moottoriajoneuvot saavuttivat kaikesta huolimatta jo 1920-luvulla.

Vuoden 1921 alusta maanteiden rakentaminen ja kunnostaminen siirrettiin valtion tehtäväksi. Vuonna 1927 säädetyn lain mukaan valtio huolehti maanteistä, kunnat kunnanteistä ja

²⁵⁴ Matson 1938, 25 "kuva" matkaoppaassaan ulkomaalaisille Suomen kulkuneuvojen kehittyneisyyttä, liite 15

²⁵⁵ vrt. Hirn&Markkanen 1987, 11-14

talot tieosakkaina kyläteistä.²⁵⁶ Kestopäälyysteisiä teitä oli maassamme 1930-luvun lopulla vielä vajaa 200 km, kestopäälystys yleistyiikin maassamme vasta 1960-luvulla. Kolmikymmenluvun pula-ajasta johtuen Suomen tieverkostoa tehtiin usein työttömyystöinä. Vuodesta 1921 talvisotavuoteen matkailulle merkittävä maantieverkko pitenikin yli kolmanneksen, kolmikymmenluvun yhdeksänvuotiskaudella lähes 4500 kilometriä eli noin 15%. Työttömän lapio heilui!

Taulukko 1: Tieverkon pituus vuosina 1921-1939, km.²⁵⁷

	Maantiet	Kunnan- ja kylätiet	Yhteensä
1921	24 600	23 400	48 000
1925	26 350	26 000	52 365
1931	29 354	25 895	55 249
1935	32 125	30 734	62 859
1939	33 775	34 362	68 137

Teitten rakentamisen esteettisen puoleen kiinnitettiin myös huomiota. Suomen Matkailussa kysyttiin huolestuneina "ruumentavatko tiemme maisemia?"²⁵⁸ Varsinkin autojen matkailukäyttöön teiden kelvollinen luontoon sijoittaminen tietenkin vaikutti; maisemien ihailumahdollisuus on oleellinen osa automatkailun viehätystä.

"Maassamme on monia kauniita teitä, teitä, jotka kiertelevät erämaajärvien rantoja, teitä pitkin harjuja ja pitkin tuntureiden lakia, teitä halki asutusseutujen. Itse tie ei ole kaunis, vaan maisema, jonka halki se kulkee. Mutta kuinka on laita tien ja sen kauniin ympäristön välillä? Räikeät mainokset koristavat teiden varsia usein kaupunkien lähistöillä ja ammottavat sorakuopat antavat niille kaikkialla keskentekoisen leiman. Lienee myös syytä kysyä, vastaavatko monet kaukusarvojen kustannuksella suoritettut teiden oikaisut tarkoitustaan..."

Huolenpurkauksensa lopussa kirjoittaja vaati tienrakentamisen epäkohtien poistamista ja matkailijain ja luonnonystäv-

²⁵⁶ Leppänen 1967, 121

²⁵⁷ Leppänen 1967, 121.

²⁵⁸ Suomen Matkailu 1938:4, 20

vien kauneudelle asettamien 'luonnollisten' vaatimusten kunnioittamista.

Kun otettiin huomioon, että suurin osa matkailusta - varsinkin Suomen kaltaisessa maassa - tapahtui moottoriajoneuvoja käyttäen, oli selvää, että sovelias tiestö ja tienvarsiensien matkustamista helpottavat ja mukavoittavat oheispalvelut olivat Suomen kaltaisen matkailumaan kehittymisen ehtoja. Tämän tietäen valtiolta olikin itsenäisyyden ajalla ryhtynyt saavutettavuutta parantavaan matkailun tuotekehittelyyn ja suunnitellut erityistä **matkailutieverkkoa** turistisia tarpeita tyydyttämään. 1920- ja 1930-luvuilla otettiin sen rakentamisen ensiaskeleita.

Eräänlaisen legendaarisen maineen saavutti tie Rovaniemeltä Liinahamariin - Pohjois-Euroopan ainoa Jäämeren rantaan asti tuolloin ulottunut autoiltava väylä. Liinahamari oli 1930-luvun lopulla maamme suosituimpia matkailukohteita, ja sinne kulki mm. vuonna 1938 linja-auto Rovaniemeltä jopa kolmasti päivässä!²⁵⁹

4.1.1.1. Kaupallistuva autoilu matkailuyrittäjyydessä

Markkinointiviestintä runsastui ylipäänsä 1920-luvulta lähtien, ja erityisesti auton, vuosikymmenen hurmiotulkin, mainonta kasvoi,²⁶⁰ ja urbaanit elementit sen sisällössä painottuivat. Samalla hellittiin myös virkistävän vapaa-ajan ja kaupungin kuluttavan palkkatyön vastakkaisuutta.

"HUVIMATKA vapaaseen luontoon halki metsien ja lakeuksien huomattaville paikkakunnille tai luonnonkauniille seuduille on raskaan työviikon paras päätös Ford Touring -autolla sujuu matka mukavimmin, miellyttävimmän ja halvimmin".

Näin Ford ilmoitteli Kotiliedessä kaupunkien "raskaan työn

²⁵⁹ Lappalainen 1987, 24

²⁶⁰ Hovi 1990, 120

raatajille" vuodelta 1925.²⁶¹

Auto, etsivän levottomuuden, vapauden ja ajan itsestään liikkuvuuden symboli, kiihottikin monenkaltaisesti - kirjallisestikin - fantasiaa. Suomen kansa sai lukea esimerkiksi maalailevia runoja auton rajoja rikkovuudesta, kyvyttöä laventaa maailmankatsomusta. Olavi Paavolainen fabuloi "Punaisessa Fiatissaan": "Autolla läpi Euroopan! Kaupunkeja, kyliä, linnoja kuumana virtana..." ja Mika Waltari lumoutui "Hopeahaikarassaan" auton "eteenpäin syöksymisen mielettömästä ihanuudesta".

Automainonta hyödynsi sitten voimakkaasti matkailun luomaa vapauden illuusiota, ihmisen huikaisevia mahdollisuuksia ja horisontissa houkuttelevana siinteleväää avointa taikatulevaisuutta. Oli vaikkapa tiedettävä, että kauniina talvipäivänä voitiin tehdä *ihania huvimatkoja*²⁶² Ford-Tudor Sedan -autolla... "kuitenkaan ei ainoastaan talvisaikana vaan koko vuoden - sateisena syksynä tai keväänä, tahi kauniina kesäpäivänä - on se aina valmiina käytettäväksi."²⁶³

Myös konkreettisten automatkailumahdollisuuksien markkinointiviestintä heräsi. Yksityisautoilijoille Liinahamarin tietä mainostettiin ensiluokkaisena autotienä. Tienvarsipalvelut olivat sangen kehittyneitä: Bensiiniasemia riitti vaativallekin tankkaajalle ja riittävät majoitustilat Suomen matkailijayhdistyksen majataloissa olivat uuden aikaisia ja hyvinhoidettuja. Näin saattoi englantia taitava mielihyvin todeta kolmikymmenluvun puolivälin autoreittitiedotteesta.²⁶⁴ Jo vuoden 1921 SMY:n matkailulehteen Ernst Lampén²⁶⁵ kirjoitti artikkelin Petsamon maa ja Lappi matkailukohteena:

²⁶¹ emt. 122

²⁶² kurs.J.A.

²⁶³ Kansanlehti 21.02.1925

²⁶⁴ Automobile-Routes in Finland 1934, 18-19

²⁶⁵ Lampén 1921 n:o 2, 9

"Matkailu Suomessa on Petsamon omistamisen ja Lapin kulkuneuvojen kehityksen ²⁶⁶ kautta saanut tuntevan laajennuksen. Aivan uusia ja uudenlaisia maisemia on tullut lisäksi. Olemme saaneet kolme uutta nähtävyyttä: tunturit, vuonot ja valtameren."

Rohkeasti kirjoitettu, kun menneisyyden kinttupolut kiemurtelevat elävinä jäänteinä yli tuntureiden. Mutta toisaalta myös autoilun kupeelta mainostettiin. Ei ole syytä väheksyä autoon ja autoiluun liittyvää tietoannosta, joten kirja käteen!²⁶⁷

ÄLKÄÄ LÄHTEKÖ

automatkalle tahi autoanne ohjaamaan ennen kuin olette tutustuneet autoilijan parhaaseen oppaaseen

AUTO-KIRJAAN

Tietyn kaltaista kätkeytyä Petsamon ja Lapin mainontaa edusti puolestaan Prof.Dr.G.Braunin kirjanen Finisch-Lappland und Petsamo. Reiseberichte und Studien jo vuodelta 1925. Ja viestintä Jäämeri-attractiosta puri, kuten Suomen Matkailijayhdistyksen vuoden 1931 vuosikertomuksesta voidaan lukea:

"Näyttää siltä, että tieto maailman ainoasta Jäämerelle johtavasta tiestä on lyönyt itsensä läpi, sillä matkustajia oli lähes kaikista Euroopan maista."²⁶⁸

Petsamon merkityksen oivaltaminen ja sen kaupallistaminen erityisesti Lapin matkailun katalysaattorina oli 1920- ja 30 -luvulla huomattava.

Mitään rakettivauhtia ei noiden vuosikymmenien suomalainen matkailija kohteeseensa päässyt - siitä piti valtiovalta nopeusasetuksin huolen. Luonnollisesti nopeus tuli myös sopeuttaa tien kunnan mukaiseksi.

²⁶⁶ kurs J.A.

²⁶⁷ H.S. 09.06.1923

²⁶⁸ Jääskeläinen 1987, 63

Taulukko 2: Asetusten mukaiset autojen suurimmat sallitut ajonopeudet (km/h).²⁶⁹

	Asetus annettu				
	14.10.1922		18.1.1929		30.12.1937
		21.5.1926		31.7.1931	
Ajoneuvolaji					
Henkilöauto	45	55	65	70	70
Linja-auto	-	30	40	45	60
Pakettiauto	-	30	40	35	60
Kuorma-auto	30	30	40	35	45

Oli siis syytä varata runsaasti aikaa jos mieli autokyydillä Petsamoja ihailemaan.

Myös autoilijoiden tiedon tarpeeseen kiinnitettiin huomiota. Julkaistiin erilaisia esitteitä, joissa autolla kulkijaa opastettiin, miten Suomessa vaivatta liikutaan. Suomen autoreittijulkaisuja painettiin vuosina 1932-1939.

Automatkailumainonta lähti usein siitä perustoteamuksesta, että 1930-luvulla Suomessa voitiin jo hyvin liikkua omalla autolla, mikä aiemmin oli ollut mahdotonta. Mainittiin myös, että vaikka Suomeen jo vanhastaan oli ollut joitain autoiluun kelpaavia teitä, niin niitä sittenkin oli ollut riittämättömästi ja monien ajettavuus oli ollut keho. Ja kuin kontrastina menneeseen ilmoitettiin, että maanteiden kunto oli (nyt) runsaasti parantunut kun niiden hoitaminen oli tullut valtion huoleksi ensimmäisen maailmansodan jälkeen.

Myös autoistumisen paineen todettiin parantaneen tiestöä. Henkilöautojen määrä olikin itsenäisyyden alkukymmeninä noin 25-kertaistunut niin, että talvisotavuonna "voorteja" hyrräsi Suomessa liki 30 000. Ja totta kai tällaiselle automobiilirunsaudelle oli teitä tehtävä! Niinpä julkaisuissa väitettiin 1930-luvun hyväkuntoisten valtateiden

²⁶⁹ Komiteanmietintö 1954: 6, 55.

verkon ulottuvan kaikkialle Suomessa.²⁷⁰

Turvallisuuden tunteen lisäämiseksi oli myös syytä uskoa automainoksia: "Te ette voi löytää kuoppaista tietä ajaessanne vuoden 1935 Studebakerilla!"²⁷¹ tai jos kuitenkin sattuisi löytymään, avattaisiin taas Helsingin Sanomat:²⁷² "...oikea tasapainotus yhdessä General Motorsin synkronisoidun polviniveljousituksen kanssa estää vaunun (=Chevrolet'n J.A.) heittelehtimästä ja keikkumasta..."²⁷³

Ajettavat tiet eivät toki autoilijalle vielä riitä: tarvitaan myös oheispalveluja. Mutta tärkein niistä oli kummin-kin kunnossa, sillä vilkas paikallinen autoliikenne oli tuonut myös bensäiniasemat kaikkialle. Rauma & Pallari Oy., Autoliike Rovaniemeltä vetosi huutomerkitettynä suoraan suomen, ruotsin, englannin ja saksan kielisessä mainoksesaan turistiautoilijoihin: matka-auto on tarkastettava ennen reissulle lähtöä!²⁷⁴

Turistiautoilijat! Tarkastuttakaa ja kunnostakaa autonne ennen matkalle lähtöä! Rauma & Pallarin autokorjaamo ja Shell-huoltoasema takaa Teille huolettoman automatkan.

Ja naapurin kilpailija Aarne Ahon Autoliike lupasi tosin yksikielisesti autorikkojen sattuessa lähettää myös apuvau-
nun ja korjaajat paikalle.²⁷⁵

Autoilua mutta myös matkailu-Lappia edistäen öljy-yhtiöt mainostivat suomalaisille ja esimerkiksi yhteen nivoivat automatkailun ja talvisen urheiluaktiviteetin. Mainoksen apelleina olivat nähtävissä vauhdin kokemisen hurma ja sen saavuttamisen mahdollisuus autoillen, lasketellen ja toki

²⁷⁰ vrt. Matson 1938

²⁷¹ H.S.11.4.1935

²⁷² H.S.25.4.1935

²⁷³ kurs.J.A.

²⁷⁴ Suomen Matkailulehti 1935, n:o 7, 109

²⁷⁵ emt. 108

parhaiten nämä yhdistämällä. Kätkeytyksi pelattiin myös Lapin julman autiuden uhalla - huollettu auto ei jätä pakkaseen - sekä korostettiin auton arvoa. Luonnollisesti arvokasta autoa oli huollettava, ja parhaiten se kävi asiantuntevien huoltomiesten palveluna. Toiminta ei tietenkään ollut "aineetonta" hyminää vaan auton konkreettista tarkastamista ja mahdollista kohentamista. Tämä tietäen mainokseen saatiin sisällytettyä huoltoasematuotteiden yleisempääkin mainontaa:²⁷⁶

"Tunturihiihto ja autoilu

- KAKSINKERTAISTETTUA VAUHDIN HURMAA!

Tuntureille siis vauhdin hurmasta ja auringosta nauttimaan. Suorittakaa sinne matkaaminen autolla.

Välineet ja niiden huolto ratkaisevat nautinnon täydellisyyden.

Esso-huoltoasemat tarjoavat huolellista palvelusta tuntureille matkatessanne. Antakaa autonne Esso-huoltoasemien ammattitaitoisten henkilökuntien huollettavaksi. Silloin voitte olla täydellisen huoleton siitä, että autoanne - joka edustaa huomattavaa pääomaa - hoidetaan huolella.

Käyttäkää Esso-bensiiniä, Essolube-öljyä ja Esso-huoltoa!"

Esitetyn kaupallisesti tiedotti Esso Suomen Matkailussa,²⁷⁷ ja lohduttavaa tietoa puolestaan ulkomaan matkailijalle ilmensi "virallisen" matkaoppaan toteamus: ... joten matkailijain ei suinkaan tarvitse ottaa omia polttoainevarastoja mukaansa.²⁷⁸

Oman auton bensiinin mahdollisesti joskus loppuessa tien poskeen ulkomaalainen voi lisäksi perin onnellisena muistaa, että Suomen vilkkaaseen paikallisliikenteeseen kuuluvat myös linja-autot, joilla maininnan mukaan 1930-luvulla

²⁷⁶ Suomen Matkailu 1939:2, 6

²⁷⁷ Suomen Matkailu 1939:2, 6

²⁷⁸ Automobile-Routes in Finland.
Publ.Finland-Travel 1934, 3

pääsee jokaiseen suomalaiseen kylään.²⁷⁹

Myös muun kaltaista informaatiota jaettiin. Oppaissa kerrottiin esimerkiksi Suomen autoilijoitten enemmistön ajavan ympärivuotisesti. Talvi ei ole siis mikään syy olla Suomeen tulematta, sillä lumiauraukset on keksitty ja niitä käytetään. Silti ulkomaan matkailijoille suositeltiin toki Suomeen tuloa toukokuun lopusta syyskuun alkuun: Ulkoilmaelämä on silloin virkistävimmillään, on mahdollista uida Suomen lukuisissa kirkaissa järvisä ja teltailla Suomen kauniissa, metsänvihreässä suvessa.²⁸⁰

Automatkailujulkaisuissa annettiin yksityiskohtaisia ohjeita ulkomaan matkustajille niistä toimenpiteistä, joihin heidän oli syytä ryhtyä Suomen matkapäätöksen jälkeen ja täten ne sisälsivät myös runsaasti puhtaasti käytännöllisiä neuvoja auton käytöstä Suomessa.

4.1.1.2. Kehittyvä, kehitettävä autoilu

Automatkailun pulmiin kiinnitettiin myös huomiota. Auto-liitto oli perustettu autoliikenteen etujärjestöksi ja se otti jämäkästi kantaa myös matkailuliikenteen selvittämiss-komitean mietintöön: Komitea ei sen mielestä tajunnut autoilun lisääntyvää merkitystä matkailukuljetuksissa.²⁸¹ Autoliiton hallitus kommentoi:

²⁷⁹ Matson 1938, 24

²⁸⁰ VA.SMLA, painotuotteet (Suomen Matkojen julkaisut) 1931-1940. Automobilrutter i Finland. Publ, Finlandsresor. Helsingfors 1937, 3. Ha13

²⁸¹ Matkailuliikenteen kehittämiseksi perustettava suuri keskusyhdistys, H.S.03.02.1938

"...komitea on mietinnössään kiinnittänyt aivan liian vähän huomiota automatkailuun siitä huolimatta että auto myös nimenomaan matkailuliikenteen²⁸² palveluksessa vuosi vuodelta on saavuttanut yhä tärkeämmän sijan ja aivan erikoisesti soveltuu matkailuun. Suomessa, jossa rautatieverkko on harva ja matkailunähtävyydet suurimaksi osin luonnonnähtävyyksiä, jotka parhaiten ja yksinomaankin voidaan saavuttaa vain auton välityksellä, samalla kun auto saattaa toivotulla tavalla matkailijat läheiseen yhteyteen kansan elämän²⁸³ kanssa."

Suomi oli harvaan asuttu, laaja maa ja ratkaisevasti riippuvainen sujuvista kuljetusyhteyksistä niin maahan, maasta kuin maassa. Ja auton tärkeys kansainvälisenkin kontaktin muodostajana oli selviö puhumattakaan sen taloudellisesta ja yhteiskunnallis-sivistyksellisestä funktiosta.

"Niistä automatkailun kannalta tärkeistä erikois kysymyksistä joihin komitean mietinnössä ei ole riittävästi huomiota kiinnitetty, tehostaa liitto lausunnoissaan aivan erityisesti kysymystä parempien yhteyksien saamiseksi Etelä-Suomesta Keski-Eurooppaan. Tämä asia on erittäin vakava, sillä säännöllisten laivavuorojen kuljetuskyky - kuljetusmaksujen kalleudesta puhumattakaan - on siinä määrin suppea, että se tuskin sallii minkäänlaista automatkailuliikenteen laajentamista nykyiseltään, ja täten syntyy vaara, että esim. Petsamo-liikenteemme Suomen osalta yhä enemmän alkaisi rajoittua vain linjaan Tornio-Petsamo. Tällöin kuitenkin jäisi Suomi matkailijan mielessä kuvastamaan hedelmättömänä miltei arktisena alueena minkä ohessa taloudellinen hyötykin tästä matkailusta jäisi perin vähäiseksi."²⁸⁴

Matkailu kiinnosti vakuutuslaitostakin, ja niinpä automatkailuproblematiikan innostama vakuutusjohtaja H.A. Parmala pohdiskeli ääneen sitten Suomen matkailukongressissa vuonna 1938 millaisia toivomuksia kotimaisella ja ulkomaisella automatkailijalla mahtaa olla suomalaisia maanteitä huris-

²⁸² kurs. J.A.

²⁸³ kurs. J.A.

²⁸⁴ Matkailuliikenteen kehittämiseksi perustettava suuri keskusyhdistys, H.S. 03.02.1938

taessaan.²⁸⁵

Esitelmässään hän valitteli että "...ulkomailta tänne suuntautuva automatkailu on laivausten varassa eikä vuoro-laivojemme kuljetuskyky ole riittävä...." Hän suosittikin sitten kelpoisen, Itämeren maiden kautta kulkevan matkailureitin avaamista. Tähän tarvittaisiin luonnollisesti kansainvälistä yhteistyötä.²⁸⁶

Toinen huolenaihe oli pääkaupungin pysäköintimahdollisuuksien niukkuus. Se häiritsi helsinkiläistäkin; infernaaliselta sen täytyi vaikuttaa ulkomaan turistin silmiin. Myös maan sisäiset yhteydet vaativat ennen kaikkea nopeuttamista ja niinpä autoilua Petsamoon olisi matka-ajallisesti voitava lyhentää.²⁸⁷

"...Helsingistä Petsamoon johtava valtatie n.o 4...siten rakennettava, että se sallisi suuria keskinopeuksia käytettäväksi, koska etäisyydet ovat suuret...". Sinne minne taloudellisesti oli mahdollista, olisi vedettävä kestopäällysteteitä; Suomi muutenkin oli paljon muita sivistysmaita jäljessä kestoteitten rakentamisessa. Tiet ja matkan teon vaivattomuus vaikuttivat luonnollisesti myös matkailumaa-imagoon.²⁸⁸

Rajamuodollisuuksia olisi Parmalan mukaan yksinkertaistettava, sillä vitkaiset tullitarkastukset ym. toimet luonnollisesti hankaloittivat esimerkiksi ulkomaan turistien mahdollisia Neuvostoliiton matkoja Suomen läpi.²⁸⁹

Olihan selvää, että myöskään Skandinavian kierroksia ei tulisi turhaan vaivalloistaa, virkistäisiväthän yhteispoh-

²⁸⁵ Suomen Matkailu 1938:4a, 19

²⁸⁶ 120 000 olympialaisvierasta, H.S. 21.11.1938

²⁸⁷ vrt. tämän tutkielman taulukko nopeusrajoituksista

²⁸⁸ vrt. em. 120 000...

²⁸⁹ emt.

joismaisten yhteensopivien reittien käyttöön otot myös Suomen matkailuelämää. Skandinavia attraktiona olisi luonnollisesti vielä Suomea isompi ja vetävämpi, jos esimerkiksi kaukomaitten - lähinnä Yhdysvaltain - "moottoroituja" turisteja ajatteli.²⁹⁰

Parmalan mukaan myös olisi suositeltavaa, että liian niukoihin mutta toivottavasti runsastuviin matkailukarttoihin auton käyttäjille merkittäisiin myös leirintäpaikat.²⁹¹

Parmala päätti suomalaise(n) vetoavasti: "Lopuksi vielä automatkailijain harras toivomus: päästäkää meidät saunaan! Matkailumajojen ja hotellien saunojen tulisi olla aina lämpimiä."²⁹²

Niin ikään kolmekymmenluvun automatkailujulkaisuissa kiinnitettiin huomiota automatkailureittien oikeaan valintaan. Matkailu pyrittiin tekemään mahdollisimman antoisaksi ja niin keskityttiin tarjoamaan vain olëtetusti parasta. Reittitietoja jaettiin suomen lisäksi ruotsiksi, englanniksi ja saksaksi.

Vuosikymmenen ajan esitteiden rungon muodostivat seitsemän eri reittiä Helsingistä aina Jäämeren rannalle asti. Vuoden 1937 ruotsin kielisessä "Automobilrutter i Finland" mainittiin kymmenen autoilureittiä pituuksineen ja reittikuvauksineen.²⁹³ Pisin esitellyistä reiteistä oli Viipurista Imatran, Savonlinnan, Joensuun, Kölin ja Kajaanin kautta Ouluun yhteensä yli 900 km. Oli siinä matkaajalle köröttelemistä!

Suomen-Matkat r.y. julkaisi runsaasti taskukokoisia ja erikielisiä Suomen matkailukarttoja helpottaakseen ulkomaa-laisten liikkumista ja houkutellakseen heitä maahan, jossa

²⁹⁰ vrt. em. 120 000...

²⁹¹ emt.

²⁹² emt.

²⁹³ Automobilrutter i Finland 1937

eksymistä ei tarvitse pelätä. Yksin matkaesitteissä olevat pienet kartat matkareiteistä eivät näet enää riittäneet tyydyttämään Suomessa autolla liikkuvien tarpeita.

4.1.2. Linja-autoliikenne

4.1.2.1. Voitokas, monimuotoistuva linja-autoliikenne

Jo v.1905 avattu Turku-Uusikaupunki -linja aloitti linja-automatkailun maassamme. Linja-autoliitto oli perustettu vuonna 1928 ja sitä seurasi Oy Matkahuolto Ab vuonna 1933. Matkailumuotona linja-auton käyttö yleistyi 1920-luvulla usein tosin rautatien 'oheisverkostona'.

Linja-autoverkosto laajeni 1920-luvun puolivälin jälkeen nopeasti, sillä teiden rakentaminen mahdollisti pääsyn alueille, jotka olivat ennen jääneet matkailijalta pimentoon. Linja-autojen määrä kasvoi niin ikään. Kun vuonna 1924 noin 500 linja-autoa mönki läpi Suomen niin viisivuotiskautena vuoteen 1928 mönkijöitten määrä oli liki viisinkertaistunut.²⁹⁴

Kysyntä kasvoi nopeasti ja autoliikenteen kasvu aiheuttikin sisävesi- ja rautatieliikenteelle ongelmia: toisen vehnäleipä on toisen pettu, jopa nälkäkuolema. Hevosmatkailua autoliikenne luonnollisesti köyhdytti tuntuvasti.²⁹⁵ Sen kehittyminen teki vanhan maatalousyhteiskunnan matkustusoloihin soveltuvan **kievarilaitoksen** tarpeettomaksi 1920-1930-luvuilla - rautateitten varsilta se oli jo aiemmin kadonnut.

Niinpä kyyditysten määrä väheni 370 000:sta 21 000:een parissa vuosikymmenessä, kestikievareitten määrä 1124:sta 257:ään sekä kyytiasemien ja -pysäkkien määrä 171:stä 111:een.²⁹⁶ Vuoden 1920 kyytilaki pyrki tosin auttamaan kievarielinkeinoa. Sen mukaan kestikievariin menot määrättiin maksettaviksi valtion varoista, mikäli kievariin palveluksista kertyneet tulot eivät tehneet kyytilaitosta

²⁹⁴ vrt. tämän tutkielman seuraava taulukko

²⁹⁵ Lappalainen 1987, 9

²⁹⁶ Viitaniemi & Mäkelä 1978, 203.

kannattavaksi. Tämän uudistuksen jälkeen kestikievari-
monin paikoin hyvin vähäisiksi käyneet matkustajaluvut
kasvoivat jonkin aikaa, kunnes toiset liikennemuodot sekä
muut kestikievari- toimintoja korvaavat palvelut tekivät
koko laitoksen tarpeettomaksi.²⁹⁷

Kievarit kuihtuivat paljolti juuri ammattimaisen autoliik-
kenteen vuoksi. Lisääntyneet henkilövuokra-autot ja syrjä-
kolkkiinkin kulkevat linja-autot vähensivät kestikievari-
tarvetta - autoistuminen kasvoi yleisemminkin.

Lama-aika toi linja-autoliikenteellekin monia haasteita.
Selvää oli matkustuselinkeinon sisäisen kilpailun kiristy-
minen. Tämä osui linja-autojen palveluiden hintaparametriin
matkalippujen halventumisena sekä tuotekehittelyyn ns.
pika-autoliikenteenä.

Pika-autoliikenne oli nimenomaisesti eteläpohjalainen
yritys ja ilmiö. Se soveltui parhaiten pitkille reiteille,
joilla pysähdyksiä vähentämällä ja ajonopeuksia lisäämällä
voitiin säästää runsaammin aikaa. Tällaisia reittejä Matti
Viitaniemi²⁹⁸ mainitsee esimerkiksi Vaasa-Pori ja Vaasa-
Pietarsaari. H.J. Holmströmin pika-autoina mainostetut
henkilöautot alkoivat alkukesästä 1929 kilpailla k.o.
reiteillä ja jo pitemmän aikaa linja-autoliikennettä har-
joittaneiden yrittäjien kanssa.

Pika-autoliikenteen taksat olivat alkujaan vakiovuoroja
korkeammat, mutta kova hintakilpailu yhdenmukaisti hintoja.
Tämä uusi liikennemuoto ei varsinaisesti ennättänyt lyödä
itseään läpi - linjat olivat matkalippujen 'pakollisen'
huokeuden ja matkailijoiden vähyden vuoksi kannattamatto-
mia. Matkaava yleisö kuin vanhasta muistista piti hitaam-
paa, perinteistä, tuttua ja turvallista, totuttua linja-
autoilua miellyttävämpänä ja niinpä 1930-luvun alkuvuosina
pika-autoliikenne konkreettisesti loppui. Matkustaminen on

²⁹⁷ Järvinen 1936, 166, vrt. Paasikivi 1958, 741

²⁹⁸ Viitaniemi 1978, 82

myös psykologinen kokemus. Idea jatkokehittelyineen jäi kumminkin teille itämään.²⁹⁹

Seuraavasta taulukosta voidaan huomata paitsi yleinen autokannan voimakas kasvu - erityisesti linja-autoliikenteen vilkastuminen 1930-luvun loppua kohti - myös laman aiheuttama autokannassa tapahtunut taantuminen vuosina 1930-1935.

Taulukko 3: Autokannan kehitys Suomessa vuosina 1922-1939.³⁰⁰

Vuosi	Henkilö- autoja	Linja- autoja	Kuorma/paketti- autoja	yhteensä
1922	1 131	-	623	1 754
1924	4 200	523	1 955	6 678
1925	7 641	1 335	2 945	11 921
1926	11 813	1 297	4 120	17 230
1927	16 905	1 286	6 185	24 376
1928	22 079	1 265	8 846	32 190
1930	22 888	1 169	10 724	34 781
1932	19 857	1 275	9 711	30 843
1935	19 905	1 856	12 050	33 811
1936	20 835	2 322	13 401	36 558
1937	23 985	2 721	16 593	43 299
1938	26 179	3 096	17 951	47 226
1939	29 002	3 160	19 609	51 771

Mutta huomattava oli myös notkahdus!

1940	8 824	2 482	15 855	27 161
------	-------	-------	--------	--------

Linja-autot olivat määrältään liki kolminkertaistuneet kolmikymmenluvulla ja niitä tarvittiinkin paitsi linjaliikenteeseen myös tilausliikenteeseen.

4.1.2.2. Linja-automatkailun ihanuus ja arki

Miksi sitten ylipäänsä piti matkustaa linja-autossa? Suomen Matkailulehdessä kolmekymmenluvun puolivälistä kirjoitet-

²⁹⁹ vrt. Viitaniemi 1978, 82

³⁰⁰ Leppänen 1967, 123.

tiin, että "rahalla saa ja linja-autolla pääsee". Jutussa viitattiin ensinnäkin markan kantavuuteen linja-autoa käytettäessä: bussimatkailu oli huokeata, ja toiseksi siihen, että "onnikalla" oli todella mahdollisuus päästä mitä mielenkiintoisimpaan Suomen ääreen, aina Petsamo myöten. Nimenomaisesti Suomen suveen linja-autoilu sopi Suomi-neidon auetessa kutsuvan vehreänä, tuoksuavana ja upeitten maisemien vilistäessä ikkunoiden ohi.³⁰¹

"Kesämatkailukausi on linja-autojen aikaa. Maamme linja-autoverkosto on siksi tiheä, että täällä voidaan kulkea paikasta toiseen aina Lappia ja Petsamo myöten. Ja linja-auto on halpa kulkuväline, muutama kymmenpenninen kilometriä kohti ei ole suuri raha, kun samaan maksuun saa silmäillä ohitse kiitäviä maisemia, mikä seikka turis-
timatkailijalle on myös "rahanarvoista tavaraa"."

Linja-autoilukysymyksestä voitiin tehdä osin myös 'metafyysinen', ja Mika Waltarin vastauskin sopi hyvin kansallishenkiselle ja sosiaalipedagogiselle kolmekymmenluvulle ja oli kuin alkutörähdyksenä myöhemmälle "linja-autossa on tunnelmaa" -sloganille:³⁰²

"...Mutta apropos autobusseista! Autobusseissa ja urheilukilpailuissa saavuttaa jälleen uskonsa tähän kansaan, jos joskus penseinä hetkinä tahtoo sitä epäillä. Autobussit ovat kasvattaneet yhteistä solidaarisuuden tunnetta ehkä enemmän kuin mikään muu opetus. Bussissa jokainen uhraa oman mukavuutensa valmistukseksi tilaa tien varresta tuleville. Joskus vielä voi nähdä jonkun koppava na tiuskaisevan jotain, mutta silloin muut hymähtävät vähän sääliävästi, että 'näkyä tuolla olevan vielä oppimista'..."

Matkailukulkuneuvona linja-auto oli lähinnä junan kilpailija ja tämä tilanne tiedostettiin. Näennäisesti puolueeton "Matkailija" tuki piiloisesti linja-autoilun markkinaekspansiota artikkelillaan "Juna - linja-auto", jossa "julistettiin" kilpailu tulevan kesän rengasmatkailijoiden suosiosta. Jutun mahdollinen tilattuus ja 'suositeltu' sisältö

³⁰¹ Rahalla saa ja linja-atolla pääsee, Suomen Matkailulehti 1935:5, 69

³⁰² Waltari, Matkailun psykologiaa, Matkailija 1935:näytenumero, 9

paistoi kerronnasta.

Jutussa lähdettiin taitavasti alkuasemasta, jossa kuvattiin negatiivissävyytteistä ennakkoaprikointia linja-auton soveltuvuudesta pitkähköön matkustamiseen. Nasevasti, annettua kuvaa vastakohtana käyttäen, ilmaistiin sitten, miten monipuolisen mainio reissusta syntyikin. Kertojina toimivat suomalaiset subjektit: me, ja tämä, yhdessä kasvollisen kuljettajan kanssa, toivat matkustustarinaa luotettavuutta ja tavallaan viittasivat kaikkien mahdollisuuteen toistaa meidän kokemus.³⁰³

"Meidän täytyy myöntää, että kun viime kesänä jouduimme pyynnöstä hra Kerhoseksi ristityn kuljettajan ohjaamaan pitkään, vihreään bussiin, ja aloimme aikaisemmin mainitun 1000 kilometrin taipaleen, epäilimme suuresti sitä, että matkasta millään tavoin muodostuisi miellyttävä. Mutta siitä syntyi suuremman hauska, viisautta ja voimaa s.o. uusia näkemyksiä, elämyksiä ja uudistettuja hermosäikeitä antava matka."

Tämän jälkeen matkustamisen mainiosuus selitettiin yksinkertaisesti. Syynä ei ollut sen kummempaa kuin perin mukava ja ulkoisesti äänetön kulkuväline - sisäradio saattoi ajoittain soittaa jotain helksyvää, kulkemista entisestään jouduttavaa sävelmää, jonka rydittämänä suomalaisen luonnon vehreys ja järvien sini saivat miellyttävän lisäsävyytyksensä matkan nauttijan tajuntaan, joka on mukavien penkkien vaivuttamana vajonnut pehmustettujen istuimien uinulaan. Tästä kokemuksesta oli tarkoitus indusoida sitten sääntö: tällaista on nykyinen bussimatkustus.

³⁰³ Juna - linja-auto, Matkailija 1935:näytenumero, 9

"Syytä oli vain se että hra Kerhosen kuten kaikki en muidenkin nykyisten linja-autoilijoiden bussit ovat ihmeen hienoja ja vieroja. Ne eivät juuri pidä minkäänlaista ääntä. Ne eivät tärise, vaan kulkevat vakaasti ja arvokkaasti. Ne eivät puuduta matkustajiaan, vaan vaivuttavat hänet pehmuksella istuimilleen, jossa hänen ei tarvitse tehdä mitään muuta kuin pitää silmänsä avoinna, ja kaikki suomalaiset maisemat metsineen, järvineen, vaaroineen, kylineen, karjoineen ja kaupunkineen avautuvat näkyviin. Autossa soiva kovaa ääninen päästää silloin tällöin ilmoille musiikin, jonka helskyvässä tahdissa taival katkeaa vieläkin nopeammin kuin muuten."³⁰⁴

Pysähdyspaikoissa vartosi reipasta matkailijaa sitten ravintola, ja kirjoittaja korosti kuin mahdollisia rautateitten etuapelleja mitätöntäen että "tässäkin suhteessa on linja-autoliikenne ennättänyt rautatieliikenteen tasalle".

Myös rooliltaan silkasti kaupallisissa tiedotteissa kilpailu tietenkin näkyi. Suhteellisen suuressa Helsingin Sanomien mainoksessa esimerkiksi "International" esitteli pontevasti ja maalailien etujaan. Mainoksen yläosassa oli kaksi piirustusta "laatikoissa", vasemmalla hevosen vetämistä diligensseistä sekä oikealla jyrkkää ylämäkeä jurruttavasta voimakkaan näköisestä linja-autosta, ja rajattujen piirrosten ulkopuolella kuvattiin luonnosteltua yksilöimätöntä Suomen kesän metsä- ja järviluontoa. Vierestä voitiin lukea teksti:³⁰⁵

"Yleisö matkustaa mielellään bussilla ja karttaa junaa. Matkustajista kilpaillessanne Te voitatte, jos asetatte heidän käytettäväkseen **INTERNATIONALIN**. **International** on maanteitten mukava pikaväline."

Bussimainos oli mitä suoranaisin hyökkäys rautateitten käyttöä vastaan...karttaa junaa... Samalla se oli realistinen ilmaisu kilpailutilanteen olemassa olosta. Linja-autoliikenne oli siis jo ilmeisesti tutkinut markkinoita.

³⁰⁴ Juna - linja-auto, Matkailija 1935:näyttenumero, 9

³⁰⁵ H.S. 22.4.1928

Varsinaisen leipätekstin otsikosta nähtiin sitten viittaus yläosan matkustamisen kehittymistä esittäviin piirustuksiin.

ENTINEN JA NYKYINEN AIKA

Tilavissa ja ilmavissa International Autobusseissa matkustaa yhtä nopeasti kuin boggievaunussa. Tarkastelkaapa vain hyvin topattuja, pehmeitä ja avaria nojatuoleja, avaran näköalan tarjoavia ikkunoita, tiiwiisti sulkeutuvia ja tomua sisään päästämättömiä ovia, tilavia matkaverkkoja ja ennen kaikkea neljännessoikeilla apujousilla varustettua jousijärjestelmää, joka tekee tämän vaunun kulun niin tasaiseksi ja joustavaksi, että voisi luulla sen liukuvan kiskoilla.

Mainos oli selkeästi sekä yleisemmin linja-automatkailun että spesifisti tietyn linja-automerkin edistämistä. Reklaamin apelleina käytettiin ensiksi matkustamisen väljyyttä: oli tilaa ja ilmaa. Lisäksi oli perin miellyttävää köllöttää pehmeissä, avarissa, pölyttömissä nojatuoleissa katsellen puolisilmin näköalaikkunoista avautuvia alati vaihtuvia maisemia matkan sujuessa joutuisasti ja heittelehtimättä kohti määränpäättä.

Teknisten detaljien esittely, paitsi ajan tekniikan ihailun indikaattorina, osoitti myös kilpailijan mahdollisen "suhteellisen edun" huomioon ottamista. Tietyn kaltainen kätetty tunnustus näet annettiin myös rautateitten yksityiselle mainosvetoomukselle: pyrittiin omimaan ilmeisesti junamatkailun markkinoinnin lanseeraama "matkustamisen pehmeä kiitävyys" - ei ainoastaan veturi kulje "kuin kiskoilla".

Myös linja-autokaupan sisällä kilpailu oli kovehtunut: kuka kuljettaa Suomen matkaaajat? Autobusineksessa liikkuivat isot rahat ja autonvalmistajat pyrkivät luonnollisesti saamaan juuri omia autojaan käyttöön jurruttamaan pitkin Suomen suvisia teitä, ja niinpä amerikkalaisen Internationalin mainokseen vastasi jo seuraavassa kuussa saksalaisen

Rochet Schneiderin edustaja Daimler-Mercedes.³⁰⁶

Yritys ei voinut tietenkään haukkua kilpailijaansa tahi ylistää junaliikennettä vaan sen oli yritettävä positiivisesti erottautua. Mutta miten? Matkustusmukavuuteen ja teknisiin yksityiskohtiin ei kannattanut Internationalin jälkeen vedota. Kestävyys ja taloudellisuus menköön, niitähän International ei ollut käyttänyt...

Apellien valinnoissaan mainitusti suomalainen osakeyhtiö Daimler-Mercedes vetosi sitten kansainvälisiin liikesuhteisiinsa korostaakseen niihin implikoituvaa autonsa laadukkuutta - Internationalhan oli jo nimeensä ympäröinyt kansainvälisyyden vaateet - sekä myös sitä että lukuisat yrittäjät olivat jo loistoauton edut huomanneet. Saatavuuden maininta, tässä tapauksessa yrityksen toimintapaikkojen ilmoittaminen: Helsinki ja Viipuri, "avoimen kätkeytyksi" osoittivat myös auton levinneen Suomen elinhermoihin. Mainoksessa tiedettiin toki, että myös auton valinnassaan ihmiset kernaasti toimivat toistensa kaltaisesti...kahdeksattakymmentä...ja jos mahdollista joitain mielipidejohtajia seuraten, onhan ostossa niin paljon "rahaa liossa".

Samoin D-M:ltä ovelaa oli liehitellä potentiaalista ostajaa mainitsemalla kaupasta kuin automaattisesti säkenöivän ostajan ajattelukyky ja harkitsevuus, sekä että niin monen kaltaiset "tahot" ovat Rochet Schneideriin tyytyväisiä: omistajat, autoilla matkaava yleisö kuin myös viranomaiset.

Mainosotsikon tarkoitus oli hätkähdyttää jokaista lehden lukijaa, jopa semmoista, joka auton hankkimista ei haaveilekaan. Vedotaan tehokkaasti ihmisen "tirkistelyviettiin"...tuommoistakin!...sensaatioiden haluun ja mahdollisuuksiin täyttää ihmisaivoja unelmoittava reaalimaailma myönteisillä kummallisuuksilla.³⁰⁷

³⁰⁶ H.S. 16.5.1928

³⁰⁷ emt.

MITENKÄ ON MAHDOLLISTA?

myydä sellaista korkealuokkaista merkkiä Suomessa
kuin on

Rochet Schneider

kysyvät usein meidän ulkomaiset liikeuttavamme.
Vastauksemme on: 5-vuotisella luottamuksellisella
tehtaan ja meidän välisellä yhteistyöllä sekä
yhteisillä uhrauksilla olemme onnistuneet valmis
tamaan

AUTOBUSSEJA

joita nyt jo kahdeksattakymmentä on liikenteessä
eri linjoilla Suomessa, ja ovat ne kestävyytensä,
voittamattomien parannuksiensa sekä taloudellisuus-
tensa tähden voittaneet ostajien täyden luotta-
muksen niin että

ROCHET SCHNEIDER

autobussit nyt ovat ajattelevan autobussin omista-
jan että yleisön ja viranomaisien
suosikkeja!

**SUOMALAINEN OSAKEYHTIÖ
DAIMLER-MERCEDES**

Bulevardi 3 Helsinki * Viipuri Karjalankatu 16

Tietynkaltaiselta linja-autoilun matkailumainokselta vai-
kutti myös Mika Waltarin kirjoitus "Matkailun psykologiaa".
Kirjoitus henki paikan vaihdoksen virkistävyttä. Uudet
maisemat karkoittavat masennuksen ja huolet - spontaanista
vain bussiin ja pika-tour Porvooseen:³⁰⁸

"...Kerran olin hyvin alakuloinen, huolet painoi-
vat ja elämä maistui katkeralta mielestä. Tulin
silloin kävelleeksi linja-autoaseman ohitse ja
näin, että juuri sillä hetkellä oli bussi lähdös-
sä Porvooseen. Nousin siihen ja puolentoista
tunnin kuluttua kävelin Porvoon katuja ja katse-
lin tuomiokirkkoa linnavuoren kupeelta, leveää
jokea ja vanhaa kaupunkia. Puolen toista tunnin
kuluttua olin jälleen Helsingissä eikä kukaan
edes tiennyt, että olin tehnyt matkan ja levännyt
henkisesti enemmän kuin jos olisin maannut pari
päivää lepotuolissa."

³⁰⁸ Waltari, Matkustuksen psykologiaa, Matkailija 1935:näy-
tenumero, 8-10

Valtaosa matkailuliikenteeseen spesifioitumattomista yrittäjistä oli kumminkin ilmoittelussaan perin maalailettoman niukkaeleistä. Ilmoituksen ja mainoksen ero näkyy selkeänä esimerkiksi Suomen elinkeinoelämän valtasuonen, Helsingin - Tampereen bussiyhteyden tiedottamisessa... tyyliin "jos nyt jostain syystä joudutte matkustamaan, niin tässä se on":³⁰⁹

AUTOLIIKENNE TAMPERE-HELSINKI

Tampereen ja Helsingin välillä alkaa auto-omnibus liikenne 21 hengen International-vaunuilla. Ensimmäiselle matkalle lähdetään 5 p:nä toukokuuta puoli 5 ip. ja säännöllinen liikenne alkaa 3 samanlaisella vaunulla 15p:stä toukokuuta."

Tämän jälkeen ilmoituksessa esitettiin tarkemmat pysähdyspaikkakohtaiset aikataulut ja tiedotus että Tampereelta lähdettiin Verkatehtaan luota ja Helsingistä Simon- ja Heikinkadun kulmasta. Mainittiin, että kuljetaan Tampereelta käsin Pälkäneen, Hämeenlinnan, Turengin, Hikiän ja Hyvinkään kautta Helsinkiin ja sitten niin, että Hämeenlinnassa ja Hyvinkäällä oli mahdollisuus 15 minuutin ravintolassa käyntiin. Koko 6 tunnin 10 minuutin kuljetus maksoi 45 markkaa. Perin lakonista tekstiä, jossa piiloisina apelleina voisi nähdä linja-auton laatumerkin mainitsemisen ja linjansuunnittelijan "kahvittelutaukomyönnytykset".

Myöskään Hämeessä ei matkailua huokuttavaksi kuorrutettu vaikka/koska matkailuautoa käytettiin. Potentiaaliselle kuluttajalle riitti tieto, että Padasjoelta pääsi viidesti viikossa Hämeenlinnaan, eikä kaupunkiin tarvinnut jäädä, sillä myös takaisin oli mahdollista tulla, jos sattumoisin osui auton lähtöaikoihin.³¹⁰

Padasjoen Matkailu-auto

tulee kesäkuun 6:pstä lähtien välittämään säännöllistä liikennettä Padasjoen Auttoisilta Hämeenlinnaan ja päinvastoin viisi kertaa viikossa.

Sinänsä liikennöinti-ilmoitus saattoi kyllä olla suuriko-

³⁰⁹ H.S. 05.05.1928

³¹⁰ H.S. 09.06.1922

koinen, kuten Vaasa-lehdessä liikennöinnin aloittamisen tiedottaminen toukokuulta 1923.³¹¹

"Säännöllinen
Matkustus-
AUTOLIIKE
Lapua-Alajärvi-Lapua
Lähtö Lapuan kevarista joka tiistai ja
perjantai kello 9 ap.
Lähtö Alajärven kirkonkylästä samoina
päivinä kello 3 i.p.
Ensi matka tiistaina toukokuun 29:pnä
Myös väliltä otetaan ja välille jätetään.
Kaikkina päivinä autoa tilauksesta saatavana.

OSKARI
HUHTALA
LAPUA "

Huomattavaa on, että yrittäjät mainitsivat usein lehti-ilmoituksissaan Huhtalan kaltaisesta mahdollisuudesta saada auto 'ylimääräiseen ajoon'. He laajensivat myös tuotevalikoimaansa matkailutoiminnan suuntaan ja järjestivät hyvä-tuottoisia kierrosajeluja sekä markkinarahvaan torikuljetuksia, kuten Heinolassa tapahtui.³¹² Ja Matka-Autot Oy mainosti suitsuttamatta:³¹³

LINJA-AUTOJA RETKEILYÄ VARTEN
voidaan tilata
MATKA-AUTOT OY:ltä
Turku, Aningaistentori 1. Puh. 2326 ja 4021

Automatkailun harrastajiin vedottiin puolestaan Porissa. Käytettävissä puhelimen päässä olisi tarjolla tottuneita kuljettajia ensiluokkaisine autoineen.³¹⁴

AUTOMATKAILUN HARRASTAJAT!

Kun matkustatte Poriin, kysykää JUHO HUHTALAN linjavaunuja. Ensiluokkaiset autot, tottuneet kuljettajat. Puhelin 706.

³¹¹ Vaasa 24.5.1923

³¹² Viitaniemi 1978, 118

³¹³ Linja-autojen kulkuvuorot 1932

³¹⁴ Suomen Matkailulehti 1935:6, 95

4.1.2.3. Busseilla Tampereelle, Petsamoon ja Imatrallekin

Suomen linja-automatkailu yleistyi ja laajeni. Jo 1920-luvun alkupuolella juhlapyhinä saatettiin järjestää matkoja turistikohteisiin - mm. Kuusamoon ja Petsamoon ja 1930-luvulla Lapin-matkat jatkuivat. Pitkät tilausmatkat lisääntyivät merkittävästi 1930-luvulla - teiden ja kaluston parantuminen mukavoitti matkustamista jopa pohjan perukoilla. Vuodesta 1937 alkaen oli mahdollista matkailla linja-autolla aina Enontekiön Peltovuomaan saakka, jonne oli aloitettu seka-autoliikenne.³¹⁵

Tilausajon luonne muuttui itsenäisyytemme ensimmäisinä vuosikymmeninä. 1920-luvulla merkittävimpiä olivat lähiseutupiipahdukset erilaisiin juhliin, näyttelyihin ja hengellisiin tilaisuuksiin. Helsingistä päästiin Tampereen messuille.³¹⁶

Automatkoja järjestää Tampereen messuille

halvalla Järvinen. Ilmoitettava puhel.
5445, kaikkina päivinä
Sunnuntaina ainoastaan klo 5:den jälkeen

Vähitellen ryhdyttiin myös pitempiin kuljetuksiin. 1930-luvun keksintöä olivat turistimatkat kotimaan attraktioihin ja luonnollisesti autoilijat, erityisesti turistiseuduilla, saattoivat osallistua matkailuaktiviteettiin. Se ei tietenkään välttämättä sulkenut pois muunlaista liikennöintiä: molempi parempi - kuorma-automahdollisuus osoitti yrittäjän laaja-alaisuutta: pelkkiin matkailukuljetuksiin keskittyminen saattoikin olla riskialtista, matkailu kun tunnetusti on ja tuolloinkin oli perin suhdanneherkkää.

³¹⁵ vrt. Viitaniemi 1978, 113-114

³¹⁶ H.S. 16.06.1922

**NYT MATKAILUKAUDEN
ALKAESSA**

huomioikaa, arvoisa yleisö!

Tilavia ja siistejä vuokra-autoja tilattavissa
PUHELIN 421

R o h k e n e n t a r j o u t u a yleisön
palvelukseen kaikille matkoille

V. J. NÄNTINEN, Rovaniemi

Myös kuorma-auto tilattavissa
kuljetuksiin.³¹⁷

Juhannuksen kupeella Rovaniemelläkin oli alkanut matkailu-
kausi. Mielenkiintoista oli ilmoituksen media: Joensuulai-
nen "Karjala"- sillä tavoitettaisiin Viipurin Lapin ystä-
vätkin. 1930-luvun puolivälistä uskaltauduttiin linja-
autolla ulkomaillekin.³¹⁸

Linja-auton tärkeys matkailukuljetuksissa oli itsenäisyy-
temme alkukymmeninä selvä, ja niinpä vuoden 1938 matkailu-
kongressissa insinööri Y. Vanttinen alustikin linja-autolii-
kenteen silloisesta ja tulevasta merkityksestä Suomen
kokonaismatkailun kentässä.³¹⁹ Hänen mukaansa pahimpia es-
teitä linja-automatkailun kehittymiselle oli tarpeellisten
linja-autoasemien puute. Muuallekin kuin kaupunkeihin, ensi-
sijassa tärkeimpien linjojen seisontapaikkoihin, olisi
saatava edes vaatimattomia asemia, joista myytäisiin vir-
vokkeita ja joissa olisi toimiva ja siisti WC.³²⁰

Markkinointiviestintä ja nimenomaan mainonta tulivat mukaan
kaupallistettuun matkailuun jo 1920-luvulla. Tiettyjä
reittejä nimenomaan markkinoitiin ns. turistilinjoina.
Rovaniemen - Petsamon liikenteen kehitys perustuu paljolti
juuri matkailijakuljetuksiin.

³¹⁷ Karjala 22.06.1939

³¹⁸ Viitaniemi 1978, 113-114

³¹⁹ Suomen Matkailu 1938:4a, 19

³²⁰ 120.00 olympialaisvierasta..., H.S. 21.11.1938

Helsingin Sanomat uutisoi puffinkaltaisessa jutussaan Petsamon matkailun kymmenkertaistuneen viidessä vuodessa kehuen samalla kulkuneuvojen alati kehittyvyyttä ja tuoloin saavutettua erinomaisuutta. Juttuun on päässyt myös Lapin eksotiikan ja maisemien ihanuuden ilmaismainontaa kuten tuon ajan matkailukirjoittamistyyliin kuuluikin.³²¹

"Miksi Petsamonmatkat ovat niin suosittuja. Siksi että niillä nähdään laajan Lapin tarjolla olevia luonnon nähtävyyksiä enemmän kuin ehkä osataan aavistaakaan, koetaan korven elämää ja tullaan tuntemaan seutuja, joilla on sadun hohdetta ja tarun taikaa niin suomalaisten kuin ulkolaistenkin silmissä. Mutta mukavuutta harrastaville nykyajan ihmisille eivät nämä houkuttimet yksin riitä. Pitkän matkan vaivat ja rasitukset pelot tavat elleivät kulkuneuvot ole hyvät... Postihallitus on äskettäin hankkinut uusia ajanmukaisia autoja, jotka välittävät liikennettä 6 kertaa viikossa kumpaankin suuntaan. Lapin Autokeskuksen omistamat 18-hengen ns. Lapin junat kulkevat 5 kertaa viikossa ja tänä keväänä perustetun Petsamon Auton komeat bussit 6 kertaa viikossa."

Myös Viitaniemi kuvaili kirjassaan Suomen linja-autoliikenteen historia Petsamon "bussillista" avautumista matkailuuntoisille turisteille. Siinä oli seikkailun makua, kulku kun ei aikuun ollut valian helppoa!

"Suurin osa matkailijoista saapui rautateitse Rovaniemelle, josta ei vielä 1920-luvulla ollut yhtä jaksoista maantietä Petsamoon. Silti esim. v. 1928 tämä n. 530 km:n pituinen matka voitiin kulkea puolessatoista vuorokaudessa. Rovaniemeltä ajettiin ensimmäisenä päivänä linja-autossa 295 km:n taival Ivaloon, josta jatkettiin aamulla Pitkäjärvelle."³²²

Tiet olivat vielä kehittymättömiä tai puuttuivat kokonaan ja vesikuljetuksia oli käytettävä. Tärkeintä kuitenkin oli, että Petsamoon, tuonne Jäämeren El Doradoon,³²³ oli ylipäittäinen mahdollisuus päästä. Viitaniemi jatkoi:³²⁴

³²¹ H.S. 02.06.1928

³²² Viitaniemi 1978, 115

³²³ vrt. tämän tutkielman Tigerstedt-puffi

³²⁴ Viitaniemi 1978, 115

"Tältä jouduttiin keskeneräisen tien vuoksi matkustamaan vesitse Salmijärvelle, josta oli valittavana kaksi vaihtoehtoista tapaa jatkaa matkaa. Paatsjokea pitkin voitiin jatkaa vesitse Kolttaköngäälle, josta höyrylaiva "Juho Vesainen" kuljetti matkailijat kahdesti viikossa Petsamoon. Toinen vaihtoehto oli linja-auto: Petsamoon johti Yläluostarin kautta vastavalmistunut maantie. Liikennöitsijä tarvitsi siis kaksi linja-autoa tällä vesimatkan katkaisemalla linjalla, kunnes yhtenäinen tie tuli valmiiksi v.1931."³²⁵

Mutta Petsamon moniulotteiseen merkityksellisyyteen havahdumisen jälkeen myös liikenneyhteydet sinne pikku hiljaa paranivat. Uudet yrittäjätkin tulivat kilpaan mukaan.

"Vuonna 1928 Petsamon-Rovaniemen linjalla olivat Postilaitoksen lisäksi yrittäjinä Lapin Autokeskus ja Petsamon Auto. Yhteyksiä Petsamoon voidaan pitää erinomaisina, sillä yhteensä sinne ajettiin 17 vuoroa viikossa."³²⁶

Toinen suosittu linja kulki Kajaanista Ouluun. Muutamina kesinä 1920-luvulla turistiliikenne oli varsin vilkasta ja niinpä vuonna 1927 juna tulikin kilpailijaksi tälle matkailureitille.³²⁷

Petsamon yhteyden merkitys ja nimenomaan matkailukuljetuksissa selkeni edelleen. Kulku oli pitkällistä, niin tavalliselle matkaajalle kuin turistillekin, myönnettiin, ja pohdittiin, olisiko mitään tehtävissä matkanteon nopeuttamiseksi. Vuoden 1932 kesällä matkan kesto lyhenikin. Huomionarvoisaa artikkelissa oli myös automatkan sitominen rautatieyhteyksiin - junan kulku "ratkaisisi" myös Petsamon suhteellisen etäisyyden turistille. Niin ikään majoituselinkeino mahdollisesti konfliktoivat intressit olisi huomioon otettava.³²⁸

³²⁵ emt.

³²⁶ emt.

³²⁷ emt. 117

³²⁸ Petsamon-matkat ensi kesänä yhä nopeammiksi, Kaleva 14.01.1932

"...tämä auto lähtee Rovaniemelta klo 10.00 ja saapuu Petsamoon klo 24 yöllä sekä lähtee Petsamosta iltapäivällä saapuen Rovaniemelle ennen aamujunan klo 5.20 tapahtuvaa lähtöä. Tälle vuorolle Etelä-Suomesta saapuvain on kuitenkin yövyttävä Kemissä ellei junien kulkua saada järjestetyksi siten että yöpyminen Kemissä kävisi tarpeettomaksi."

Varsinaiseen verbaalivyörytykseen ei Petsamon matkojen mainonnassa ollut tarvetta ryhtyä: Nimi ja siihen yleisesti oheistetut myönteiset saattomielteet palvelivat houkuttimina mitä toimivimmin. Jäämeren rannikon päämäärän lisäksi usein ilmoitettiin koko kulkumatkan perinteelliset nähtävyydet -luonnollisesti ne pyrittiin valitsemaan niin, että turisti sai mahdollisimman kattavan tieto- ja elämyspaketin kesäisen Suomen ihanuudesta ja viekoittelevuudesta.

"Muunmuaistetut" Vaitolahti, Kolttaköngäs ja Kirkkonieni tarjosivat raikkaita, merisiä tuulahduksia pohjan peruilta; Inarissa järven aisti "syvästi ja pitkästi" ja läntisen peräpohjolan kutsun saattoi elävimmän kokea Torniossa tai Haaparannalla. Luonnollisesti matka kävi kalaisan Kuusamon jylhien koskien ohi ja läpi kansallisromanttisen Paanajärven. Vieläkö kuului tuo kuuluisa tuohitorven törähdys, jossa isoava nuoruus päräytti haasteensa kasvavalle elämälle? Ja ei matkaa ilman maan kuulua lyyrisen helskyävää Keiteleen vehmasta Viitasaarta. Matkantekoa sopi, totta kai, apelloida vielä vetoamalla kotimaisuuteen - koto-Suomen rakkaita äidinkasvoja nyt taas tutkittiin - se oli velvollisuus ja kunnia!

K O T I M A I S E T M A T K A T K U N N I A A N I

Autobussimatkat Kuusamon ja Paanajärven kautta
kautta

PETSAMOON 18. - 30.07.

Koulumatkailutoimisto O/Y ³²⁹

Helsingin Imatran linjaa mainostettiin niin ikään turisti-reittinä jo vuonna 1927 ja kotimaisten matkailijoitten ohella ja nimenomaisesti - sitä suositeltiin ulkomaisille turisteille. Liikennettä tällä linjalla hoiti "Imatran

Turistiautoliikenne", joka vaativan matkailijan kansainvälisiä tarpeita huomioon ottaen hankki käyttöönsä varustelutasoltaan erinomaisen linja-auton.³³⁰

Helsingin Sanomat uutisoi:³³¹

"SÄÄNNÖLLINEN AUTOLIIKENNE HELSINGIN JA IMATRAN VÄLILLE,
kolme edestakaista vuoroa. Tänään klo 10 ap.
lähtee auto
kauppatorilta ensi matkalleen.

Tämän vuoden turistissa on jo mainittu autolinja Helsinki - Imatra, jolla yksi 18 hengen Reo-auto tekee kolme edestakaista matkaa viikossa. Tänään klo 10 ap. lähtee auto ensimmäiselle matkalle kulkien Etelä-Suomen kaupunkien kautta. Tämä matka on koematka ja siihen ottavat osaa vain kutsuvieraat."

Mielenkiintoista jutun sisällössä oli maininta kutsuvieraista. Se osoitti yrittäjän oivaltaneen *suhdetoiminnan* merkityksen: kutsuvieraskaarti oli luonnollisesti koottu siten, että ns. mielipidejohtajia ja muita tiedottamisen erikoishenkilöitä oli siihen valikoitu. Pyrittiin siis sekä viralliseen että epäviralliseen ilmaisen business-tiedon levitykseen kuin myös luonnollisesti myönteisen yrittäjä- ja yrityskuvan luomiseen merkittävien mahdollistajain tajuntaan.

Myös tässä nimenomaisessa uutisessa liikennöijä mainittiin ja kuvailtiin hänen aiempaakin innovaattorin rooliaan. Mahdollisesti maksava yleisö osasi yhdistää henkilön menneisiin miellyttäviin matkakokemuksiin.

"Liikenteen ylläpitämisen on järjestänyt Imatran turistimatkaliikenne ja on sen alkuunpanija liikemies Multala, joka täällä alkoi ensimmäisenä järjestää autobussilinjoja Helsingin ja sen lähipaikkakuntien välille. Imatran liikennettä varten on hankittu komea, erinomaisen mukavaksi nahkanojatuoleineen sisustettu autobussi. Yksin kertainen matka tulee tällä linjalla maksamaan 200 markkaa."³³²

³³⁰ vrt. Viitaniemi 1978, 117

³³¹ H.S. 12.6.1927

³³² H.S. 15.06.1927

Hintatiedot oli hyvä mainita mukavuuden kehumisen jälkeen, jolloin saatiin kuva...vain 200 mk... Uutinen sekoittui jälleen puffiin. Jotta ilmaisilmoittelu olisi vielä tehokkaampaa, sanomalehti palasi vielä Imatran linjan esittelyyn 15.6. artikkelissaan. Kerrottiin faktaa mutta myös ehdotettiin...Samalla Imatran attraktiot, komean viihtyisä Valtionhotelli ja klassisen uljas koski palautettiin potentiaalisen matkailijan mieleen.³³³ Ja matka kun kesti ainoastaan 12 tuntia.

"Yksinkertainen matka pysähdysaikoineen kestää ainoastaan 12 tuntia niin että kun Helsingistä lähtee klo 10 aamulla on klo 10 illalla jo Imatran viihtyisässä Valtionhotellissa. Edestakaisin matka Helsingin ja Imatran välillä noin 728 kilometriä, suoritetaan siis kahdessa päivässä ja yhdessä yössä, jolloin saamme Imatralla käyttää 12 tuntia kosken ja muiden nähtävyyksien ihailemiseen..."

Samassa jutussa omasteltiin sitten linjaa perin sopivaksi myös ulkomaan turisteille. Se näytti tutustumisen arvoiset Etelä-Suomen pikkukaupungit, sellaiset joihin laivat ja junat vain kömpelästi kuljettivat jos ollenkaan, ja ulkomaan vierailijoita varten myös "service" parantui: sivistyskieliä taitava - ja ranskalais-espanjalaiseen malliin - tarjoilijapoika huolehti virvokkeiden saatavuudesta linja-autossa.

"...Varsinkin ulkomaalaisille se on sopiva kulku reitti Etelä-Suomen maaseutuun ja rannikkokaupunkien tutustumista varten sillä rautatie ja laivayhteys näille seuduille on, kuten tunnettua, vaivalloista ja aikaa vaativaa."Imatraan" järjestetään myöskin virvoitusjuomatarjoilu, jota tulee hoitamaan paitsi kotimaisia, myös joitain vierasta kieltä, saksaa tai englantia taitava tarjoilijapoika.

Pilettejä Suomen Matkatoimistosta Helsingistä ja Valtionhotellista Imatralla.³³⁴

Luonnollisesti myös itse matkailuliikenteeseen tarkoitettun linja-auton tuotekehittelyyn haettiin finessejä. Jos linja-

³³³ emt.

³³⁴ H.S. 15.06.1927

autoa aiottiin tarjota kansainvälisille turisteille, oli sen oltava myös internationaaliset kvaliteettivaatimukset täyttävä. Laatu perustuu mielikuviin ja esimerkiksi palveluun on liitettävissä sellaisia spesialiteetteja, todellisia tai 'suggeroituja', jotka ravitsevat matkailijan käsitystä nimenomaan hänen matkustuksensa ruhtinaallisesta eksklusiivisuudesta.

Uutinen kuvasi hehkutellen turistibussin sisustusta, sisäpuhelimia ja kuin laivamatkustuksen suhteellista ylellisyyttä mitätöntäen kertoi...tarinoivat kuin laivasalongissa...:³³⁵

"...Autokori...on jaettu kolmeen lasiseinillä toisistaan erotettuun osastoon. Keskellä on tilava kahdeksan hengen salonki, perässä kuuden hengen tupakkahytti ja etuosastossa kuljettajan ohella tilaa neljälle matkustajalle. Autoon sopii siis 18 matkustajaa ynnä kuljettaja. Sisustus on kaikin puolin ensiluokkainen, kaikki istuimet pehmeätäytteiset ja hienolla nahkalla päällystetyt. Keskisalongissa on pieni pöytä, jonka ympärillä matkustajat mukavasti istuvat ja tarinoivat kuin ensiluokkaisessa laivasalongissa. Eri osastot ovat yhteydessä keskenään puhelimen kautta. Ilmanvaihtolaitteet ovat hyvät, ikkunat voidaan ruuvata auki aina sen mukaan kuin tarve vaatii ja sää sallii. Lyhyesti sanoen "Imatra" on uuden aikaisin autobussi mitä meillä tähän saakka on rakennettu."

Kyllä uutisen loppuhuipennuksesta toimittajalle aina ilmaiset Imatran matkat voi antaa.

4.1.2.4. Edistynyt, viestivä linja-automatkailu

Jo vuonna 1926 oli Matkailijayhdistys hankkinut yhdessä Oulujärven Höyrylaiva Oy:n kanssa linja-auton Muhos-Oulu ja Oulu-Vaala -reiteille. 1930-luvulla turistilinjat lisääntyivät. Vuonna 1934 alkoi varsinkin ruotsalaisten matkailijoiden suosima Vaasa-Virrat matkailuyhteys.³³⁶

³³⁵ H.S. 15.6.1927

³³⁶ Viitanieniemi 1978, 117

Niinpä 1930-luvulla linja-autolla voitiin tilausajomatkojen lisäksi päästä matkailukohteisiin käyttämällä myös vakiovuoroja. Vaihtoyhteyksien avulla oli mahdollista matkustaa mukavasti pitkiäkin matkoja.³³⁷

"Res med buss genom Syd-Österbotten", mainosti M&S Haglund Vaasasta. Päivittäisiä kuljetuksia luvattiin sekä Vaasan ja Kaskisen että Kristiinankaupungin ja Porin välille sekä suoria jatkoyhteyksiä sitten Turkuun ja Helsinkiin sekä Tukholman ja Ahvenanmaan laivoihin. Tarkempaa telefonitietoa aiheesta sai tarvittaessa Vaasasta, Kaskisista, Kristiinankaupungista, Porista, Turusta ja Helsingistä.³³⁸

Myös Karjalasta kajahti:³³⁹

"KAUNIS KARJALA,
ISIEMME MAA..."

Oletko nähnyt sitä ?

TEHKÄÄ HUVI-, OPINTO-ym. retkeilyne Karjalassa linja-autoilla. Silloin vasta tulette tuntemaan ja tietämään kuinka loppumattoman paljon näkemisen arvoista ja kaunista on Karjalassa.

*

Retkeilkää linja-autoilla Viipurista joka suuntaan.

OSALLISTUKAA L.A.L.r.y. Viipurin Paikallisosaston järjestämiin huvimatkoihin.

Linja-auto on huokea, nopea ja mukava, sekä kaikille sopiva kulkuneuvo huvimatkoilla.

Tiedustelkaa seuramatkojanne varten linja-autoja VIIPURIN MATKAILU OY:ltä, Viipuri, Linja-autoasema.

Mainos vetosi näin Karjalan kauneuteen, suorastaan velvoitti sen kokemiseen ja painotti, kuinka mainio huvimatkakul-

³³⁷ emt. 117

³³⁸ Pohjanmaan matkailu 1939/3

³³⁹ Viitaniemi 1988, 46

kuneuvo bussi olikaan. Apelleina käytettiin kustannusten vähyyttä, matkanteon nopeutta sekä miellyttävyyttä. Kaikki ovat tervetulleita!

Kansainvälistymiseen liittyy aina myös työtä. Niinpä linja-autoliikennekin joutui yhä uusien parannusvaateitten eteen. Osaavaan asiakaspalveluun oli kiinnitettävä enenevästi huomiota: tyytyväinen asiakas on bussimatkailunkin paras mainos. Liikennetoimintaan osallistujien kielitaidottomuus varsinkin maaseudulla matkailukeskusten ulkopuolella hankaloitti ulkomaanturistin matkantekoa, vaikka kyllä hyvällä tahdolla suurimmista kommelluksista olikin vielä selvitty, Levämäki selvitti. Suomalaisen klassinen ja itse tiedostettu velvoittava ystävällisyys ja auttamishalu olivat eittämättömänä apuna.³⁴⁰

"Matkailukeskuksissa puhutaan kyllä kaikkia ns.sivistyskieliä, mutta esim. maaseutuautolinjoilla³⁴¹, joilla kielen taitamattomuus monesti tekee tilanteen vaikeaksi... vaikka kyllähän siitä aina hyvällä tahdolla joten kuten selvitty. Eri puolilla maata pitäisi ryhtyä nimenomaan matkailuliikenteen tarpeita silmällä pitäen opiskelemaan ainakin englantia eikä ruotsin kieltäkään olisi unohdettava, sillä puolet kai kista matkailijoista jotka vuosittain käyvät Suomessa, ovat ruotsalaisia."

Joten ei sitten muuta kuin maaseudun kuskit ja bussiemännätkin itseään kouluttamaan ja kursseille, joten: Ladies and gentlemen, stig framåt!

Bussimatkaa kaupungin tutkimiseen, "sight seeingia" suositeltiin niin ikään. Oivallista oli yhdistää mainostusmaailmalla itsensä läpi lyöneeseen Suomen naisen kauneuteen. Tällä kertaa autoemännät olivat ihailun esineinä:³⁴²

³⁴⁰ vrt. Matkailukeskusten ulkopuolella, Kaleva 09.08.1936

³⁴¹ kurs.J.A.

³⁴² Matkailumaailma 1938:5, 11

"Kiertomatka autobussissa on Helsingissä kiin toisampi kuin konsanaan matka yksityisautossa. Missä muualla maailmassa vieno naisen käsi ojentaa teille bussilipun... Neiti bussikonduktööri nauttii Suomessa suurta suosiota. Nuo vikkelät neitokset näyttävät tosiaankin kauniissa univormuissaan, mihin luonnollisesti myöskin kuuluu kiharakutripäähän painettu lippolakki, suuren moisilta ja ovat he ennen kaikkea vallanneet miehisten matkustajien sydämet. Heille ei sen tähden voi olla pahoillaan kun he vienosti hymyillen paukauttavat oven kiinni suoraan nenäsi edessä antaen lähtömerkin vaunulle".

Varmaa kyseisessä kirjoituksessa kyllä ei ollut, oliko kyse ironiasta vai oliko kolmekymmenlukulaisen suomalaisen naisen hymyävä ihanuus siinä määrin läpi tunkeva ja kaiken kattava että sitä kaukaa ja haikeana ihailien ja unelmiensa lämmittämänä kernaasti jäi vaikka "objektiivisiin" paukkupakkasiin värjöttelemään. Mutta luonnollisesti kaupallistetuissa matkailumaailmassa ei olekaan koskaan ole liikaa pakasta!

Varmaa sen sijaan on, että linja-autojen monenlaisesti lisääntyneestä matkailukäytöstä hyötyivät paitsi liikennöijä itse niin myös muut matkailuelinkeinot.³⁴³

³⁴³ Viitaniemi 1978, 113-117

4.1.3. Rautatieliikenne

4.1.3.1. Rautatiet ja matkailutarpeet

Rautatielaitoksen valtiollinen merkitys oli korostunut autonomian aikana - rautatiehallitus perustettiin jo vuonna 1877. Rataverkoston rakentamisen intressinä olivat liikenneyhteydet Pietarista Suomen läntisille rajoille. Itsenäisyyden ajan painopiste ratojen rakentamisessa painottui poikkiratojen rakentamiseen. Huolimatta autokannan voimakkaasta kasvusta säilyi junan asema liikennöintivälineenä vakaana. Rautatieverkoston pituus kasvoi tasaisesti vuodesta 1925 sotavuosiin lähes 30%. Talvisodan alkaessa verkosto oli yli 6200 kilometrin pituinen. Luovutetun Karjalan alueelle jäi sittemmin n. 1250 km rautateitä.³⁴⁴

Rautateiden rakennuspolitiikka oli suunniteltu lähinnä teollisuuden tarpeisiin. Pulakaudella tapahtunut siirtymä raakapuusta ja sahatavarasta puunjalosteisiin aiheutti rautateiden ulottamisen vesistöalueilta muualle maahan sekä hakuisuutta suurempiin satamakaupunkeihin - Helsinki, Hanko ja Turku olivat vielä 1930-luvulla Suomen ainoat talvisatamat. 1920-luvulla rautateiden rakentaminen itä-länsi - suunnassa palveli myös puolustuksellisia näkökulmia: haluttiin estää maan jakautuminen kahtia mahdollisen sotatilan sattuessa.³⁴⁵

³⁴⁴ vrt. Leppänen 1967, 115

³⁴⁵ Leppänen 1967, 116-117

**Taulukko 4: Henkilöliikenne Valtionrautateilla 1920-1939
(1000 henkilökilometriä).³⁴⁶**

1920	775 448
1925	908 471
1930	1 035 028
1935	947 038
1939	1 357 942

Vuonna 1930 Suomessa kuljettiin siis jo yli miljardi kilometriä rautateilla; itsenäisyyden ensi vuosikymmenen liikenteen kasvu oli noin kolmasosa. Kolmikymmenluvun keskivaiheilla kysyntä hieman laimeni, mutta nousi sitten talvisotavuodeksi; 1920-1930 -lukujen rautateitten henkilöliikennekäyttö lisääntyi kaikkiaan noin 75%.

Matkojen määrä oli suurimmillaan vuonna 1928, liki 30 000 mutta vakiintui sittemmin matka-alttiutta vähentäviä lamavuosia lukuun ottamatta hieman yli 20 000 matkaan vuodessa.³⁴⁷

Suhteellisen kattava rautatieverkko palveli teollisuuden ensisijaisten tarpeiden ohella myös matkustajaliikennettä. Rautatien merkitys *matkailun kannalta* rajoittui normaaliin matkustajaliikenteeseen. Toki jo 1920-luvun alussa valmiit rataosuudet pohjoisessa Rovaniemelle, koillisessa Kajaaniin ja idässä Viipurista Sortavalan kautta Nurmekseen sekä v.1930 avattu osuus Nurmee-Oulu muodostivat kattavia ulokkeita keskeisille matkailuseuduillemme.

Rautatieverkostoa suunniteltiin edelleen jatkettavaksi, nyt myös *matkailutarpeet* huomioon ottaen.

³⁴⁶ Suomen tilastollinen vuosikirja 1941, 165.

³⁴⁷ vrt. Suomen taloushistoria 3, 1983, 281

"Rovaniemi-Petsamo rautatiestä

näyttää lopultakin tulevan tosi. Tietystikin on kysymys rakennussuunnitelmasta, joka kestää vuosikausia, mutta jonka taloudellista merkitystä maamme pohjoisosiin nähden ei voida yliarvioida. Myös matkailijaliikenne tulee siitä suuresti hyötymään. Nykyisten ennakkosuunnitelmien mukaan tulee rata vedettäväksi Rovaniemeltä Meltauksen kautta Sodankylään. Sieltä eteenpäin on ratasuunta vielä epäselvä. Lappi lähestyy!..."

Miten mukavaa turistin olisikaan päästä junan pehmoisilla penkeillä aina Gallén-Kallelan tunnetuksi tekemälle paimenkoikain Paanajärvelle, ohi Kuusamon tyrskyinä pärskyvien koskien tiettömien, jylihen erämaiden taa tai vihdoin aina jopa rannattomana aukeavan Jäämeren äärelle, Petsamoon!³⁴⁸

4.1.3.2. Haastetut junat

Rautatiet olivat joutuneet kilpailutilanteeseen muiden kuljetuksien kanssa - niitten oli pyrittävä vastaamaan haasteeseen.

Juna oli, myönnettiin, menettämässä suhteellista merkitystään; tämä näkyi myös eräitten rautateitten palveluksessa olleiden hakeutumisesta linja-autoyrittäjiksi.³⁴⁹ Tosiasia esimerkiksi oli, että linja-autojen saavuttavuus oli paljon junia parempi, vuonna 1938 linjaliikenneverkko oli lähes seitsenkertainen rautatieverkkoon verrattuna³⁵⁰ ja jo vuonna 1937 linja-autojen henkilöliikenteen suorite oli kasvanut rautateitten suoritetta suuremmaksi.³⁵¹

Koska ratoja ei "noin vain" voitu lisää rakentaa, myyntiä pyrittiin lisäämään ensisijaisesti hintapolitiikan toimin: alennuslippujen käyttöönotolla - ja sen mainonnalla. Huo-

³⁴⁸ vrt. Rautatie Oulu-Kuusamo - Paanajärvi 15.7.1932 Kaleva ja Suomen Matkailu 1939:4, 25

³⁴⁹ vrt. Mäkelä 1978, 419

³⁵⁰ Viitaniemi 1978, 183

³⁵¹ emt.184

mattiin myös, että jos ei voi voittaa kilpailijaansa on joko liittouduttava sen kanssa tai suoritettava ns. nurkanvaltaus. Taloudelliset taustaehdot ohjasivat käyttäytymistä. Ja Kainuusta VR:n "vierailla vesillä kalastelu" tai tuotelajitelman laajennus alkoi.³⁵²

"Vuokatin ja Sotkamon välinen henkilöjunaliikenne osoittautui kannattamattomaksi. Kun laskettiin saavutettavan n 300 000 markan vuotuinen säästö, jos henkilöjunaliikenne lakkautettaisiin, niin rautatiehallitus päätti lakkauttaa sen toukokuun 15 p.stä 1931 lukien ja järjestää junaliikenteen tilalle sanotusta päivästä linja- autoliikenteen, joka ulotettiin Sotkamon kirkonkylään asti. Rautatien linja-autoliikenne oli siten saanut alkunsa."

Myös erilaisia variaatioita junan ja auton kombinoimiseksi kehiteltiin. Seuraava esimerkki oli Etelä-Suomesta. Jonkinlainen markkinaosuus henkilökuljetuksista piti säilyttää ja niinpä linja-autot ikään kuin täydensivät rautateitten palveluvarustusta. Sinänsä ne pelastivat junien olemassaolon tietyillä reiteillä. Lipunmyyntipolitiikka oli kieltämättä omalaatuista mutta kieli VR:n tarkoituksiperistä.

"Jotta edes osa matkustajia olisi saatu pysymään rautatien käyttäjinä, järjestettiin yhdistetty juna- ja autolinja Helsinki-Porvoo-Loviisa. Liikenne 49 km:n pituisella autolinjalla Porvoo - Loviisa aloitettiin joulukuun 1.pnä 1932. Rautatien linja-autojen kulkuvuorot järjestettiin sopivasti liittymään junien kulkuvuoroihin Porvoossa. Suoranaisia menolippuja myydään Helsingistä ja Helsingin ja Porvoon välillä olevilta rautatien liikennepaikoilta autolinjan kaikille pysäkeille, mutta suoranaisia menolippuja autolinjan kaikilta pysäkeiltä ainoastaan Helsinkiin. Suoranaisia edestakaisia lippuja myydään Helsingistä autolinjan kaikilta pysäkeiltä Helsinkiin. Automatkastakin kannetaan junan III luokan lipun hintaa vastaava maksu."³⁵³

Myös voimakeinoja käytettiin. Kilpailullisesti epäterveenä piirteenä näkyi pyrkimys estää linja-autoliikenteen tulo reiteille, joiden katsottiin kilpailevan rautateiden kanssa

³⁵² Valtionrautatiet 1912-1937 II 1937, 782-783

³⁵³ emt. 782

- rautatiehallituksellahan oli liikenneluvista lausunnonanto-oikeus. Tämä "oikeus", valta, näkyi sitten käänteisenä linja-autojen vinoutuneina reittikarttoina, kun monilla huomattavimmilla rautateiden suuntaisilla teillä ei ollut linja-autoliikennettä vielä vuonna 1929. Ja yksityinen matkaaaja tietenkin kärsi, asettihan väärä mahdin näyttö näiden välien haja-asetukset sekä etäällä rautatiestä olleet kylät muita seutuja huonompaan asemaan.³⁵⁴

Myös yhteistyötä linja-autojen kanssa ns. yhdysliikenteenä ja muutenkin yritettiin virallisoin sopimuksin. Tässä epäonnistuttiin. Viitaniemi kirjoittaa:³⁵⁵

"...VR:n kielteinen suhtautuminen kilpailijanaan pitämäänsä linja-autoliikenteeseen ja liikenteen harjoittajien pelko VR:n ja valtion liiallisesta puuttumisesta heidän asioihinsa aiheuttivat sopimuksiin³⁵⁶ perustuvan yhteistyön jäämisen jokseenkin merkityksettömäksi. Käytännön työssä yhteistyö sen sijaan oli hyvää. Linja-autot toivat junille suuret määrät matkustajia ja tavaraa, ja junissa saapuneet matkustajat sekä tavara pääsivät linja-autojen välityksellä määränpäähänsä."

Mutta positiivisestikin yritettiin toki kilpailla. Oli tavanmukaisesti kenties luettu myös uutisia naapurimaasta:³⁵⁷

"Ruotsin rautateillä...on omat kilpailijansa... muodostaa erikoisen kilpailijan vielä voimakkaasti edistynyt lentoliikenne. Kilpailusta tietoisena rautatiet tekevät voimakasta mainontaa julistein, lentolehtisin ja muilla mainoskeinoilla. Myös järjestetään erikoismatkoja, joiden halpuudesta ja kauneudesta kerrotaan yleisölle mainonnan³⁵⁸ avulla."

³⁵⁴ vrt. Viitaniemi 1978, 183-184

³⁵⁵ emt.191

³⁵⁶ kurs.J.A.

³⁵⁷ Ruotsissa voimakas matkailupropaganda, H.S. 02.06.1935

³⁵⁸ kurs. J.A.

Vaikka lentokoneet Suomessa eivät vielä olleet todellisia uhkia junien käytölle, niin matkailuliikenteen näkökulmasta uutinen antoi kuitenkin runsaasti ounasteltavaa tulevaisuuteen: Ruotsin kaltaisesta Suomi oli laaja maa ja lentäminen nopeaa... kuten myös kätkeytyksi suositti markkinointiviestinnän enentämistä ja sen elimellistä kytkemistä tuotesuunnitteluun ja -kehittelyyn. Mahdollisten erikoismatkojen ja niiden viestinnällisten kuorruttamisien luomia myönteisiä, kaupallistettavia mielikuvia pyrki koko rautatiematkustus luonnollisesti hyödyntämään.

4.1.3.3. Tuote ja hinta kilpailukeinoina

Kuljetusmuotojen hintakilpailuun osallistuen ja kenties osin sosiaalisinkin perustein VR segmentoi vuonna 1934 *hiihtoloma-alennukset koululaisille*.

Samana vuonna VR:n tuotevalikoimaa laajennettiin - tehtiin päätös viikonloppumatkojen järjestämisestä talvellakin. Tuolloin lanseerattiin tuotteina elinkelpoisiksi osoittautuneet Helsingin-Hyvinkään hiihtoliput ja lipuista julkaistiin mainoksia päivälehdissä läpi talven.

Kalevassa Valtionrautatiet ilmoitteli hiihtolippuja:³⁵⁹ "Hiihtolippuja Oulusta". Kun Muhokseen pääsi vielä 14 markalla, niin Nuojuaan joutui pulittamaan jo 30 markkaa. Kaikki matkat olivat meno-paluita kolmannessa luokassa ja liput kelpasivat lauantaista, joka ilmoituksessa sulkeissa todettiin pyhän aatoksi klo 12.00, maanantai-iltaan, joka sulkeistettiin pyhän jälkeiseksi päiväksi, kello 12.00:een. Validisuusaika ei siten pitänyt jäädä yksinkertaisemmallekaan hämäräksi. Mikä matkustaessa hiihdon hurmaan, kun suksetkin sai ilmaiseksi mutta omavastuisesti kuljettaa tavaravaunuissa. Järjestyksen säilyttämiseksi kehoitettiin sitten suksiin asettamaan osoitelaput.

Ns. hiihtoliput kotiutuivat rautiekäytännöksi ja niinpä

³⁵⁹ vrt. Kaleva 20.03.1936

vuoden 1939 saatettiin kirjoittaa:³⁶⁰ "Rautateitten hiihtolippujen käyttö on lisääntynyt."

"...tänäkin talvena on tavalliseen tapaan järjestetty niinsanottuja hiihtomatkoja Helsingistä, Viipurista ja Oulusta lähipaikkakunnilla olevaan sopivaan hiihtomastoon. Helsingistä myytiin tällaisia lippuja aikaisemmin ainoastaan Hyvin käälle, mutta tänä talvena on liitetty mukaan Lahti ja Aulanko."

Vanhat matkailukeskukset olivat saaneet seurakseen talviurheilun keskiönä tunnetun Lahden ja Hämeenlinnan, jonka uuden uutukainen hotelli Aulanko oli juuri 1939 alussa avattu. Nämä tulokkaat ryhtyivätkin rakentamaan uutta palvelua, kun VR:n hiihtolippuihin oheistettiin opastusta. Myös rautateitten näkökulmasta innovaatio oli myönteinen, saattoihan se toki lippujen kysyntään positiivisesti vaikuttaa.³⁶¹

"Lahti ja Hyvinkää ovat toimittaneet erikoiset hiihto-oppaat hyvine maastokarttoineen ja muine paikallistietoineen. Tällainen opas annetaan jokaiselle hiihtolipun ostajalle. Viipurista myydään hiihtolippuja Antreaan ja Pällikkälään ja Oulusta Rokunavaaran lähelle olevalle Nuojuan pysäkille..."

Opaskirjoja ja karttoja tai ei, mutta ennen kaikkea hiihtolippujen suosio nojasi niiden suhteelliseen huokeuteen: Hiihtoliput olivat runsaasti 30% halvemmat kuin tavalliset liput.

Alennushintapolitiikkaan uskottiin ja niinpä talviloman viettäjiä varten myönnettiin Punkaharjulle, Kolille, Kuopion, Sotkamoon sekä kaikille Lapin paikkakunnille matkustaville alkutalven ja lopputalven aikana 25%:n alennus. Niin ikään pienenä eleenä, kuin oheismyönnytyksenä matkustajille suotiin sunnuntai-iltapäivisin suksien ilmainen kuljetus Helsingin ympäristön paikallisjunissa, kuten myös linjoilla Viipuri-Soomes ja Pori-Mäntyluoto. Olihan takaisinkin päästävä ja Aulangolta tapahtuvaa sunnuntailiikennettä

³⁶⁰ Kaleva 04.02.1939

³⁶¹ emt.

varten palaajien mukavuudeksi järjestettiin kaksi lisävau-
na.³⁶² Kalevassa kirjoitettiin:³⁶³

"Hiihtolippujen käyttö on joka tapauksessa
lisääntynyt...toimenpide on osoittautunut hyvin
onnistuneeksi ja kohottanut omalta osaltaan mitä
suuremmassa määrin hiihtoharrastuksen leviämis-
tä..."

Hyvin 'miellyttävä' Yrjö Arpokarin keino mitätöntää omat
VR:n vaateet oli sitoa hiihtolippujen lanseeraus hiihtohar-
rastuksen levittämispyrkimykseen. Miksei: hiihtoakin puf-
fattiin mutta lippujen tärkein syy oli toki kaupallinen:
lisätä rautateitten käyttöä matkailukuljetusmuotona.

Myös innovaattorin toimiin VR oli ryhtynyt jo vuoden 1934
syksyllä. Pyrittiin luomaan Suomeenkin *talvimatkailukausi*.
Majoituksen järjestäminen pakkasen syleilemälle talvituris-
tille oli luonnollisesti tärkeää ja niinpä rautatiet mak-
soivat sekä mainosjulisteen että selostusvihkosen talvisis-
ta majapaikoista - näitä mainostamisen tapoja on sittemmin
alituiseen käytetty. Myös aikauslehtimainontaan ryhdyttiin.
Niin ikään Lapin matkailun mahdollisuuksia tutkittiin. VR
avusti vapaalipuilla retkikuntia, joiden tehtävänä oli
nimenomaisesti selvittää tunturihiihdon kehittämisen edel-
lytyksiä Lapissa. Ja paljon parantamista havaittiinkin, ni-
men omaan matkailuelinkeinon kehittämättömyys näkyi juuri
esimerkiksi majoitustoimen riittämättömyytenä. Kun se
saataisiin kuntoon, reipas talvilomailu mahdollistuisi Suo-
messakin, uskottiin.³⁶⁴

Elvyttääkseen Skandinavian maiden välistä matkailua Suomen,
Ruotsin, Norjan ja Tanskan valtiorautatiet ryhtyivät "yrit-
täjäkumppanuuteen". Yhteisen tuotesuunnittelunsa tuloksena
maitten rautatiet järjestivät sitten vuodesta 1933 ns.
pohjoismaisia kiertomatkoja. Kaupalliseen laatuun kiinni-
tettiin toki huomiota: värikäs, runsasnähtävyyksinen ja

³⁶² vrt. Rautateitten hiihtolippujen... Kaleva 04.02.1939

³⁶³ emt.

³⁶⁴ Komiteanmietintö 1937:4, 17

mainostettu kiertomatka Boden - Haaparanta - Tornio - Kemi - Rovaniemi - Petsamon Kolttaköngäs - Kirkkonieniemi - Nordkap - Narvik -Boden viihdytti vaativampaakin matkailijaa.³⁶⁵

Kolmannen pohjoismaisen mainoskongressin yhteydessä Helsingistä tavoiteltu ruotsalainen Axel Ekström arvioi yhteistyön onnistumista - idea kansainvälisestä yrittäjyyskumppanuudesta oli toteutunutkin kelpoisesti:³⁶⁶

"Neljän pohjoismaan rautateillä...on jo jonkin aikaa järjestetty yhteisiä kiertomatkoja, jotka ovatkin tulleet hyvin suosituiksi. Näiden kierto matkojen tarkoitus on lisätä matkailuliikennettä kaikissa pohjoismaissa...ajatus tällaisten eri maiden kautta kulkevien kiertomatkojen järjestämisestä on ollut hyvin onnistunut, sillä kierto matkoja on käytetty hyvin runsaasti."

VR:n kilpailukeinoista hinnan merkitys oli edelleen suuri ja niinpä yhteinen alennuspolitiikka näyttäytyi selvänä: kesäkauden aikana kiertomatkalippuja myytiin n. 30% alennuksella. Kesämatkailija pyrittiin totuttamaan 'halvan' junan käyttöön. Luonnollisesti hänen toivottiin uusivan - muistikuvansa pohjalta - kulutuksensa myöhemmin.

Rautatiet seurasivat aikaansa ja sen suurtapahtumia. Salpausselän kisoihin oli tapana saada Helsingistä ylimääräinen Lahden juna, mutta ylimääräinen janoiselle hiihtokansalle ei suinkaan ollut junaan liitettävä ravintolavaunu, jaksoihan ilmeisesti siellä käynnin jälkeen reippaammin kuljettaa ilmaiseksi mutta omavastuiseesti suksiaankin konduktöörivaunussa.³⁶⁷ Näin VR tuki osaltaan Suomen urheiluelämää ja kansan ulkoliikunnastakin ammentamaa "velvoitettua terveyttä".

VR oli osallistunut jo vuoden 1935 kesäkuun lopun Kalevalan riemuvuoden yleisiin laulu- ja soittojuhliin myöntämällä kansallishenkiselle musiikkiväelle 25%:n kulkualennuksia

³⁶⁵ Komiteanmietintö 1937:4, 17

³⁶⁶ Ruotsissa voimakas matkailupropaganda, H.S.02.06.1935

³⁶⁷ vrt.esim. H.S. 04.03.1931

Sortavalaan,³⁶⁸ vuonna 1936 matkailumessujen "järjestelyihin" Helsingin alennuslipuillaan, ja niinpä olikin siten jo perinteistä, että se otti huomioon myös Lahden tulevat vuoden 1938 maailmanmestaruushiihdot palveluissaan. Helmi-kuun puolenvälin jälkeisessä Etelä-Suomen Sanomissa olikin sitten ilmoitus kuljetusten organisoinneista Salpausselälle. Lisäjunia otettaisiin käyttöön Helsingistä, Riihimäeltä, Heinolasta, Kouvolasta ja Viipurista ja matkaajille myönnettäisiin 25%:n hinnanalennus Lahden matkoistaan.³⁶⁹

"...matkaa varten Lahteen ja takaisin sekä yöpymismatkoja varten Lahdesta annetaan matkailijoille puolitoista menolippua. Ne oikeuttavat sekä meno- että paluumatkaan, ja on molemmat liput kummallakin matkan osalla esitettävä konduktöörille. Liput matkaa varten voidaan ostaa etukäteen ja siten välttyä tungokselta lippuluukulla..."

Uutisesta voitiin huomata myös VR:n emustajan ja neuvojan roolit: väkeä tulee niin paljon, että taatusti on ruuhkaa lippuluukulla, joten viisas ostaa lippunsa etukäteen. Ja olivathan markat siten myös VR:n lakkarissa aiemmin! Myös konduktöörin käsittelyyn opastettiin.

Myös olympialaisten ounasteltuun tuloon vuonna 1940 oli Arpokarin mukaan varauduttu: kalustoa pyrittiin hankkimaan lisää. Olympiaturistit olisivat tervetulleita Suomen rautateille Suomeen tutustumaan, ja paremmin he oikeaan junaa osaisivat, jos Gunnar Stählen ideat matkalippuun painetusta lähtölaiturista ja asemien sivistyskielisistä opastuskylteistä toteutuisivat.³⁷⁰

Pieni mutta kiusallinen epäkohta Suomen ja Suomen rautateitten kansainvälisen imagon kannalta oli esimerkiksi kantajien puuttuminen rautatieasemilta.³⁷¹

³⁶⁸ H.S. 15.6.1935

³⁶⁹ Junayhteydet Salpausselälle Maailmanmestaruuskilpailuihin 24.-28.2., Etelä-Suomen Sanomat=E-S.S 17.02.1938

³⁷⁰ vrt. 120.000 olympialaisvierasta..., H.S. 21.11.1938

³⁷¹ Suomen Matkailu 1938:3, 43

"Maassamme on vain aniharvoilla asemilla kantajia yleisön käytettävänä. Koska varsinkin ulkomaalaisille³⁷² on hankalaa, ettei mm. niin tärkeillä liikennepaikoilla kuin Oulussa, Kemissä, Pieksämäellä ja Elisenvaarassa ole heille järjestetty tällaista apua, rautatiehallitus on antanut kaikille liikennejaksojen päälliköille määräyksen lähettää toukokuun kuluessa ehdotuksensa tämän puutteen korjaamiseksi käytettävissä olevin keinoin. Tärkeimmillä asemilla on tarkoitus joka tapauksessa tavalla tai toisella saada kantaja järjestelmä jo kesäkuun aikana käyntiin..."

Kun kantajaongelmakin ratkeaisi voisivat taakoistaan kirjoitetut olympiaturistit riemu mielessä kolkata palvelevilla rautateilla pitkin kauniin kesäistä laajaa Suomen maata.

4.1.3.4. Rengasliput

1934 VR:n tuotekehittäely ideoi kansainvälistä esikuvaa noudattaen erityiset suomalaiset kiertomatkat. Varsinainen innovaatio oli ennen kaikkea *rengaslippujen* käyttöön otto.

"Nyt jo "työmieskin" ymmärtää, ettei ihminen kerää viisautta pelkästään oman kamarin tapettikuvioiden tutkimisella. Kaikilla on halu liikkua, nähdä maailmaa, kuten sanotaan - koska ihmisellä on on merkillinen taito ja kyky uusissa oloissa aina luoda jotain uutta ja omalaatua, ja siitä on muualta tulevalle paljon oppimista. Sitä paitsi on Luojakin luonut tämän maailman niin monivivahteiseksi. Miks'ei ihminen silloin siitä iloitsi! Mutta - matkailu maksaa yhä vieläkin!

Näin tuumailtiin silloin, kevättalvella 1934, kun rautateiden rengasmatkojen järjestämiseen ryhdyttiin.

Tulos oli: halpoja ja vaivattomasti kaikkien ulottuvilla olevia matkayhdistelmiä.

Sen jälkeen annettiin ajan kulua, ei kuitenkaan kädet ristissä, ja tarkkailtiin numeroita selviytyksen saamiseksi mitä tästä lapsesta tuleman pitää..."

Rengaslippujen suosio kasvoikin nopeasti, sillä tosi pian myös Arpokarin lainausmerkein ympäröity työmieskin oli

³⁷² kurs.J.A.

näytetysti valmis ymmärrykseen, maailman näkemiseen ja uuden oppimiseen:³⁷³

Taulukko 5: Valtionrautateiden myymät rengasliput vuosina 1934-1938.³⁷⁴

<u>Vuosi</u>	<u>Myytyjen lippujen määrä</u>
1934	7 956
1935	16 825
1936	18 466
1937	22 960
1938	28 363

Viisivuotiskaudella 1934-1938 rengaslippujen myynti lähes nelinkertaistui; vuosien 1934-1935 matkojen määrän reilu kaksinkertaistuminen nojannee laivareittien liittämiseen kokonaisuuteen, ja vielä vuosina 1937-1938 "rengasmatkustus" kasvoi lähes neljänneksen.

Mutta annetaanpa Arpokarin havainnollistavasti jatkaa, miten vaikkapa jyvaskyläläisten olisi rengasmatkabuumissa saattanut käydä. Huomion arvoista esimerkissä on myös se, että matkakärpäsen fiktiivisestä kollektiivipuremasta huolimatta myös matkailuelinkeinon jatkuvuuteen kiinnitettiin huomiota!

"... Kuinka yksinkertaista on lyödä nämä numerot paperille ja lukea siitä! Mutta kuinka paljon ne kuivassa asiallisuudessaan sisältävätkään!

Merkitseväthän ne - jos asia halutaan jotenkin havainnollistaa - että viime matkailukautena (=1936 J.A.) Jyvaskylän kaupungin koko asujamisto hylkäsi kauniit rantansa ja lähti muiden rengasmatkalaisien mukana tutkimaan mitä kaunista muualakin Suomessa olisi. Kotiin jätettiin ehkä vain sen verran, että muualta Jyvaskylää ihailemaan saapuneet tulivat ravituiksi ja majoitetuiksi..."³⁷⁵

³⁷³ Arpokari, Y.: 45% enemmän kotimaisia matkailijoita, Suomen Matkailu 1937:4, 10

³⁷⁴ Lappalainen 1987, 9.

³⁷⁵ Arpokari 1937:4, 10

Suomen talouden yleinen parantuminen näkyi eittämättä myös lisääntyneenä matkailuna, rengaslippujen myyntinäkin. Myös rengasmatkojen laatu oli muuttunut: nyt "puhkuttiin" yhä pitempiä kierroksia halki ihmeellisen Suomen maan aina Lapin porteille asti. Pohjoiseen päätyvien matkojen suosio olikin kasvanut yli puolet.

"Parantuneen taloudellisen tilanteen vaikutus kuvastuu selvästi tilastoissakin. Aikaisempina vuosina olivat lyhyimmät ja siis halvimmat rengasmatkat hallitsevina; laajempien kierroksien myynti pysyi suhteellisen vähäisenä. Nyt sen sijaan on tapahtunut selvä muutos. Lukumäärältään ovat lyhyet matkat edelleen ylivoimaisia, kuten odottaa sopiikin, mutta jos ryhdytään tarkkailemaan myynnin suhteellista lisääntymistä, havaitaan, että pitkät matkat ovat kirkkaasti voiton puolella. Etelä-Suomesta Saimaan kautta Ouluun ulottuvan matkan kohdalla on lisääntymisprosentti 57 ja samaa reittiä Rovaniemelle ulottuvan 58. Samoin on laajempien, Etelä- ja Keski-Suomen piiriinsä sulkevien rengasmatkojen menekki lisääntynyt yli 50%. Lyhyemmät matkat ovat saaneet tyytyä 20-35%:n lisäykseen."³⁷⁶

Arpokari arveli myös yleisen arvostusmentaliteetin muuttuneen lisääntyneen varakkuuden mukana. Entistä enemmän kiinnitettiin huomiota elämän pieniin nautintoihin, vaikkapa mukavaan, rentouttavaan matkustamiseen viettelevän pehmoisilla junanpenkeillä kotimaan vaihtuvien maisemien alati muuttuessa matkaa taittavan "lokomotiivin" akkunoitten läpi ja sähkötolppien juostessa halki uudenaikaistuvan Suomen :

"Eräs toinenkin seikka viittaa parantuneitten aikojen vaikutukseen. Matkoja tehdään enemmän 2. luokassa. Ihmisillä on varaa matkustaa mukavammin ja siten lisätä matkan suomaa virkistystä. Ehkä yhä useammat ovat huomanneet laskea, että rengasmatkalla liikuttaessa (ja vähän muutenkin) ei lipun hinta ole ratkaiseva tekijä, joten pieni lisä siihen ei koko maailmaa ratkaise..."³⁷⁷

Myös muun kaltaisiin tuotekehittelyihin ryhdyttiin. Jotkut 'matkoista' olivat bisarrin tuntuaisia; kuten VR:n "laskuti-

³⁷⁶ Arpokari 1937:4, 10

³⁷⁷ em. Arpokari, 10

kulla lanseeraama" kahden vuorokauden junamatka Suomen ympäri. On aihetta epäillä, että kyseessä pikemminkin oli mainostempu. Pyrittiin osoittamaan, miten kattava rautatieverkko maassamme oli ja miten nopeita olivat junamme. Tuote ei ollut mikään varteen varteenotettava matkailuvaihtoehto kahden ylimääräisen vuorokauden käyttöön. Suomen Matkailulehdessä kumminkin kirjoitettiin:³⁷⁸

"Jos ketä huvittaa tehdä 48 tunnin eli kahden vuorokauden rautatiematka Suomen ympäri, antavat Valtionrautatiet siihen luvan jokaiselle matka lipun lunastaneelle. Taival on 1670 kilometrin pituinen, olettaen, että lähdetään esim. Riihimäeltä ja palataan lähtöpaikkaan... Matkan voi tehdä 48 tunnissa, mutta kukapa viitisisti istua koko aikaa junassa. Vähintäinkin viikko on varattava matkaa varten. Yksistään matkailun ja maan näkemisen kannalta tällainenkin matka on kyllin arvokas. Sen varrelta tulee näkemään Suomen luontoa melko paljon. Ainoastaan kaikkein pohjoisin osa sekä Koillis-Suomi jää näkemättä, ellei halua "suurrenkaaseen" yhdistää sopivia syrjämatkoja."

Miellyttävyyys, mukavuus, kansainvälinen esimerkki - oheispalveluja pyrittiin niin ikään liittämään rautateillä matkustamiseen ja niitä pohti myös tuolloinen liikennetarastaja Arpokari vuoden 1938 matkailukongressissa pitämässään alustuksessa "Valtionrautateitten matkailupalvelu".³⁷⁹

4.1.3.5. Markkinointiviestintä kiillottaa kiskoja

Tuotekehitystoiminnassa ja viestinnässä positiivinen kilpailu näkyi esimerkiksi siten, että kesällä 1933 järjestettiin Helsingistä ja Tampereelta viikonloppulippuja Hämeenlinnaan ja niistä ryhdyttiin tekemään kaupallisia ilmoituksia. Myynti saatiinkin nousemaan peräti viisinkertaiseksi - mainontapanos poiki seitsenkertaisena. Rautatiemainonta oli alkanut...

³⁷⁸ Kahden vuorokauden rautatiematka Suomen ympäri, Suomen Matkailulehti 1934:6, 16

³⁷⁹ Suomen Matkailu 1938:4a, 19

Suhdetoimintana tempaus oli niin ikään merkittävä - taitavasti tiedottaen rautateiden good-will -arvo nousikin matkustavan yleisön keskuudessa.³⁸⁰ Mainonta myös organisoitiin uudelleen. Erityinen rautateiden kotimaisen mainonnan hoitamiseen ja kehittämiseen keskittyvän henkilön virka avattiin liikennetoimistossa.

Talvimatkailua pyrittiin enentämään ja spatiaalisesti laajentamaan ja niinpä VR mainostikin virallisella "matkailufoorumilla":³⁸¹

"VIIKON LOMA TALVELLA VASTAA KAHTA KESÄLLÄ"

-vakuuttavat kokemuksensa perusteella kaikki ne, jotka käyttävät osan vuosilomastaan hiihdon tai muun talviurheilun harrastamiseen. Muutamat reippaasti vietetyt talvipäivät ovatkin paras lääke kevätväsymystä vastaan, mainio vastapaino menneelle syksylle ja vuoden pimeimmälle ajalle. Jotta teillä olisi tilaisuus järjestää matkanne huomioon ottaen myös taloudelliset näkökohdat, olemme järjestäneet

25 % ALENNUKSEN MATKOISTA määrätyille paikkakunnille alku- ja loppupalven aikana.

Ilmaiseksi asemilta ja matkatoimistoista saatte lehtisen, josta havaitsette talviloma-alennuksen vaivattomuuden ja edut. Lehtiseen sisältyy myös laaja luettelo talvisista majapaikoista talvisine hintatietoineen."

Mainoksesta havaitaan ainakin seuraavat apellit. Vedottiin matkailuaktiiviteettiin osallistuneen kasvottoman suosittelijan kokemukseen kätkeytyä "miksei myös sinun matkasi olisi ihana..." -väite, todisteltiin talvimatkailun ja siihen liittyvien urheilutoimintojen ihmisen terveyden psyko-fyysistä kohentavuutta sekä lomailun kustannuksellista huokeutta. Reklaamista oli nähtävissä myös eri matkailuelinkeinojen yhteistyöpyrkimys: majoituksen mahdollisuus ilmaistuna rautatie-esitteessä.

Vuonna 1936 julkaistiin vihkonen "Rautatiematka", jossa sanoin ja kuvin kerrottiin rautatiematkailun suhteellisista eduista. Puffattuja iskusanoja olivat täsmällisyys, turval-

³⁸⁰ vrt. Valtionrautatiet 1912-1937 II 1937, 788

³⁸¹ Suomen Matkailu 1938:2, 3

lisuus, mukavuus ja halpuus.

VR:n puuhakkuus ei pysähtynyt lippupolitiikkaan. Se ryhtyi myös kaupallisissa tiedotteissaan hyödyntämään moderneja mainosvälineitä, elokuvaakin:³⁶²

"Erikoisesti on mainittava rautateitten valmistutamat talviaiheiset lyhyet elokuvat, joita nykyisin on neljä. Ne ovat kiertäneet teattereissa kautta maan kertomassa Salpausselän, Kolin ja Lapin erinomaisista hiihtomaastoista. Tämänkin mainonnan tähänastiset tulokset ovat olleet hyvin rohkaisevia."

Myös SP-toimintaan ryhdyttiin: kesällä 1934 järjestettiin yhdessä Suomen Matkailijayhdistyksen kanssa lähinnä matkailua valaiseva näyttely Viipurin paikallismessuille; yleisöä palveli oma matkatoimisto. Kevään 1936 sähkömessuilla oli rautateillä oma osastonsa, ja olivatpa rautatiet myös vuoden 1936 elo-syyskuun vaihteen matkailumessuille järjestäneet matkatoimiston ja sen yhteyteen suppean propaganda-aineiston näyttelyn.

Kansainvälisyys ja ulkomaisten killinkien halu näkyi myös rautateillä. Valtiorautateitten ulkomaan matkailumainonta alkoi jo 1920-luvulla. Julkaistiin ilmoituksia ulkomaisissa matkailujulkaisuissa, sanomalehdissä ym. Euroopan suurempien rautateitten kanssa vaihdettiin mainosjulisteita: ne olivat kuvilla somistettuja aikataulujulisteita; myöhemmin niistä tuli yksinomaisesti jotain matkailullisesti mielenkiintoista paikkaa esittäviä kuvajulisteita. Rautatiet avustivat myös Tukholman ja Pariisin Suomi-toimistoja.³⁶³ VR osallistui myös aktiivisesti Suomen-Matkat r.y:n perustamishankkeisiin.

Suomen kehittyneisyyttä ja samalla junamatkailun sopivuutta Suomeen mainostettiin "virallisissa" ulkomaan matkaoppaissa väitteellä Suomen rautatieverkon kattavuudesta. Se olikin Ruotsin jälkeen Euroopan pisin maan asukaslukuun suhteutta-

³⁶² Valtionrautatiet 1912-1937 II 1937, 792

³⁶³ emt. 811-817

en.³⁸⁴ Rautatie ulottui, huomautettiin, aina Lapin porteille, 1930-luvulla jo Rovaniemelle asti. Junia oli ohjattava taiten ja tehokkaasti, sillä niiden etuna, mainosten mukaan, oli juuri täsmällinen, aikataulun mukainen kulku. Junamatkustajia palveltiin hyvin, ystävällisesti ja kohteliaasti; itse asiassa jo perinteet velvoittivat tähän.

³⁸⁴ Blomberg 1933, 25; VA, SMLA, painotuotteet (Suomen-Matkojen julkaisut) 1931-1940 ja Finnland. Das Land der 40 000 Seen. Publ. Finnlands Reisen, Helsinki 1932, 10, Ha 13

4.1.4. Lentoliikenne

4.1.4.1. Lentämisen aikupyrähdykset

Aero Oy - nykyinen **Finnair**³⁸⁵ - perustettiin jo vuonna 1923. Sen toiminta laajentui kuitenkin hitaasti, ja vasta maailmanlaajuisen laman väistyminen ja vakuuttavat ennusteet tulevasta nousukaudesta antoivat 1930-luvun alkuvuosina Aero Oy:n johdolle aiheen ryhtyä suunnittelemaan omien matkatoimistojen palveluverkon luomista. Vuonna 1935 toimi Suomessa vain kaksi matkatoimistoa, Helsingissä ja Vaasassa.³⁸⁶

Aero Oy:n ensimmäinen matkatoimisto perustettiin 26.8.1935. Turku oli jo vakiinnuttanut asemansa maamme matkailukartalla; asiaa edesauttoi myös kasvava myönteinen suhtautuminen matkailuun liiketoimintana ja elinkeinona. Jo vuonna 1926 Turun kaupunki oli alkanut suunnitella lentosatamaa Ruissaloon. Artukaisten lentokenttä vihittiin 25.8.1935, vuotta ennen Helsingin Malmin kenttää, joka otettiin käyttöön 16.12.1936.³⁸⁷

Aeron hallitus oli keväällä 1935 tehnyt Turun kaupungille esityksen 'matkatoimiston ylläpitämistä ja lentoliikenteen järjestelyjä varten'. Matkatoimiston tehtävänä tulisi olemaan myös juna-, laiva-, ja linja-autolippujen myyminen. Alkuun Aeron Turun matkatoimisto toimi myös postitoimistona, ja myytiinpä siellä muiden tehtävien ohella myös Kupittaaan Saven tuotteita - yksittäisen matkatoimiston ylläpitämisen ei uskottu olevan sinällään aluksi kovinkaan kannattavaa toimintaa.³⁸⁸

³⁸⁵ Suomen lentoliikenteen kehityksestä, liitteet 2 ja 3.

³⁸⁶ Jääskeläinen 1985, 6

³⁸⁷ emt. 7

³⁸⁸ emt.

"Vuonna 1935 toukokuun 3 päivänä kello 12 kokoontui Aero O.Y:n hallitus istuntoon kulkulaitosten ja yleisten töiden ministeriössä. Saapuvilla olivat hallituksen jäsenet Hohenthal, Ehrnrooth, Grönblom, Salovius ja Stähle. (...) Ilmoitettiin, että Turun kaupungin ja Aero O.Y:n välillä oli tehty sopimus Turun kauppatorille rakennettavan kioskirakennuksen vuokraamisesta Aero O.Y:lle matkatoimiston ylläpitämistä ja lentoliikenteen järjestelyä varten." ³⁸⁹

Pyörillä varustetuilla koneilla aloitettiin lentoliikenne Helsingistä Turkuun ja edelleen Tukholmaan joulukuussa 1936. Tukholman Bromman lentokenttä oli otettu käyttöön 23.5.1936. Muuten kolmikymmenluvun alussa oli vallinnut yleinen käsitys maamme soveltumisesta nimenomaan kellukkein - ja talvioloissa jalaksin - varustetuille lentokoneille 'tuhansien järviensä puolesta'. ³⁹⁰

Kiitoratoja tarvitsevien lentokoneiden yleistyttyä vuoden 1936 lopulla Suomessa ryhdyttiin rakentamaan lentokenttiä. Jo vuonna 1937 Aeron koneilla saattoi lentää kotimaan reiteillä Helsingistä Viipuriin, Tampereelle ja Turkuun. Imatra ja Vaasa tulivat mukaan seuraavana vuonna ja vuonna 1939 verkostoon liitettiin myös Oulu ja Kemi. ³⁹¹ 15.06. suoritettiin avajaislento. Myös Petsamon liittämistä lentoyhteyksiin suunniteltiin; vuonna 1939 lentokentän rakennustyöt oli jo aloitettu. ³⁹² Ja mikä Petsamoon oli lennetäessä: ³⁹³

"Aikaa ei tähän taipaleeseen paljon tarvita. Helsingistä Kemiin päästään nyt vajaassa 4 1/2 tunnissa, eikä kaukana ole aika, jolloin Lontoon sumussa herännyt englantilainen jo saman päivän iltana kesäyönauringon valossa heittelee uistin taan Petsamojoen välkehtivien lohien tavoitelta vaksi."

³⁸⁹ Jääskeläinen 1985, 7

³⁹⁰ emt. 6-7

³⁹¹ emt. 11

³⁹² vrt. Suomen Matkailu 1939:4, 25

³⁹³ Suomen Matkailu 1939:3, 27

Petsamon liittämistä lentoverkkoon tukivat myös lähestyvät olympialaiset ja niiden Suomen matkailumaaimagoa vavahduttavuus. Kansainvälinen nimityskin oli jo valmiina kunhan vain Jäämerelle päästäisiin!

"...todennäköisesti jo ensi kesänä, olympiakesäksi, voimme Kemistä edelleen Rovaniemen ja Ivalon kautta lentää Jäämeren rannikolle. Tämä lento reitti on jo saanut kansainvälisen nimensä: "Arctic Air Express"."³⁹⁴

Myös Lapin avaamista lentokoneille pohdiskeltiin. Se helpottaisi ja mukavoittaisi myös ja nimenomaan alueen matkailukäyttöä. Lentoliikennettä voidaan Lapissa harjoittaa, mikäli varustaudutaan eräiden ilmastollisten ja maantieteellisten erikoisuuksien varalle, tutkimuksessa todettiin.³⁹⁵ Olisiko esimerkiksi Pallaksen tunturihotellin lähelle mahdollisuus laskeutua?³⁹⁶

"...seuraavan lentomatkan tekee "Salama" Pallasjärvelle tutkiakseen ovatko sikäläiset lumisuhteet suotuisat kokeilutarkoituksessa aloitettavalle säännölliselle lentoliikenteelle linjalla Kemi-Pallasjärvi. Mikäli olosuhteet sallivat, tullaan "Salama" asettamaan tälle linjalle aivan näinä päivinä välittämään tunturihiihtäjien kuljetusta Pallastunturille."

Pallaksen lentokonereitti kariutui. Mutta Rovaniemelle suunniteltiin lentokenttää. Asia oli jo sovittu ja työt valmiina alkamaan. Sota pilasi tämä matkailuelämää monella tavalla hyödyttävän hankkeen.³⁹⁷

Ulkomaanliikenteessä Aero lensi Tallinnasta Helsingin ja Turun kautta Tukholmaan sekä reiteillä Helsinki-Tukholma, Turku-Tukholma ja Helsinki-Tallinna. Vuonna 1938 Aero avasi

³⁹⁴ Avajaislento Helsinki-Kemi suoritettiin eilen 4 1/2 tunnissa kaikin puolin onnistuneesti. AERO Oy:n kauan suunnittelema Petsamon lentoreitti lähellä toteutumistaan, Karjala 16.06.1939

³⁹⁵ vrt. Kaleva 04.04.1939

³⁹⁶ Lentoliikenne Kemi-Pallastunturi, Kaleva 30.3.1939

³⁹⁷ vrt. Lentokentän rakentaminen Rovaniemelle, Kaleva 04.04.1939

yhteistoiminnassa puolalaisen LOT-lentoyhtiön kanssa liikenteen linjalla Helsinki-Varsova sekä saksalaisen Deutsche Lufthansan kanssa reitin Helsinki-Tallinna-Riika-Kaunas-Königsberg-Berliini. Täten varsinkin Berliinistä muodostui suomalaiselle lentoliikenteelle huomattava kehitysaskel.³⁹⁸

Taulukko 6: Siviili-ilmailu Suomessa vuosina 1924-1939.³⁹⁹

Kotimaisten yhtiöiden säännöllinen lentoliikenne

<u>Vuosi</u>	<u>Yhtiöitä</u>	<u>Lento-km</u>	<u>Matkustajia</u>
1924	1	17 000	269
1926	1	99 000	1 771
1928	1	195 000	3 206
1929	1	233 000	4 964
1930	1	225 000	3 334
1931	1	244 000	3 318
1932	1	257 000	2 949
1934	1	159 000	5 767
1936	1	228 000	7 868
1937	1	312 000	7 207
1938	1	499 000	10 603
1939	1	609 000	12 722

Vaatimattomasta alusta johtuen 20-luvun loppupuolen lentoliikenteen kasvu oli huima. Nelivuotiskaudella vuodesta 1926 vuoteen 1929 lentokilometrit lisääntyivät 135% ja kuljetettujen matkustajien määrä kasvoi 180%.⁴⁰⁰ Luvuista voidaan päätellä koneitten täyttyneen entistä paremmin.

Kolmekymmenluvun 10-vuotiskaudella kuljetusmatkat pitenivät puolestaan 170% ja kuljetettujen matkustajien määrä yli 280%. Näistä luvuista on varsinkin nähtävissä matkustajamäärien voimakas nousu yhtä lentokilometriä kohden - im-

³⁹⁸ Jääskeläinen 1985, 11; Lappalainen 1987, 7

³⁹⁹ Vattula 1983, 313.

⁴⁰⁰ tarkemmin: liite 2

plisiittinen osoitus myös kotimaanlentojen aloittamisesta. Ja käänteisesti: vuonna 1937 ulkomaanliikenteen osuus kokonaislentokilometreistä oli 3/4 eli 235 000 km ja ja kuljetetuista matkustajista 4/5 eli 5775 matkustajaa. Vuonna 1939 vastaavat luvut puolestaan olivat 72% eli 440 000 km ja 88% eli 11258 matkustajaa.⁴⁰¹ Talvisotavuonna siviili-Finnair lensi ulkomailla 11 kertaa maapallon ympäri!

4.1.4.2. Matkailu, lentämispropaganda ja "Sinivalkoiset siivet"

AERO oivalsi pian perustamisensa jälkeen parantuvan markkinoitiviestinnän mahdollisuudet, ja niinpä Aarne Karjalaiselta tilattiin lentomatkustamisen hurmaa kuvaava ilmailujuliste jo vuonna 1929. Siinä vesitasokone lentää purjelaivan yllä; symboliarvoltaan mainio esitys uuden ja vanhan matkustamisen kohtaamisesta. Taustalla on Helsinki. Vuosina 1937-1948 Aero tilasi kokonaisen julistesarjan Scandinavian Air- julistekilpailussa vuonna 1933 palkitulta Jorma Suhoselta.⁴⁰² Värien tyylikäs käyttö ja sommittelu tekivät näistä uusista Aeron julisteista huomiota herättäviä.

Lentokonetta hyödynsi myös matkailumainonta. Luonnollisesti samalla propagoitiin myös itse lentokoneen käyttömahdollisuuksia. Vuonna 1929 ilmestyi näet kuvateos "Suomi lentokoneesta", jossa kuvatekstit olivat suomen lisäksi ruotsiksi, englanniksi, saksaksi ja ranskaksi. Suomea oli valokuvattu ilmavoimien lentokoneista. Teoksen sivuilla innokas turisti matkusti hetkessä etelästä pohjoiseen ja lännestä itään. Kuvissa esiintyivät kaupunkien yleisnäkymien lisäksi maisemia ympäri maata, uusia teollisuuskeskuksia ja yksittäisiä upeita nähtävyyksiä. Valokuvia oli runsaasti, kaikkiaan 72 kpl. Houkuttelevaan havainnolliseen kertovuuteen kiinnitettiin huomiota, sillä kuvat olivat jo alkeellisia värivalokuvia.

⁴⁰¹ tarkemmin: liite 11

⁴⁰² Hovi 1990, 229, liite 16, palkittu juliste

Lentämistä myös propagoitiin suoranaisemmin. Se ei olisi-
kaan niin mystistä kuin voisi kuvitella, ei vaarallista tai
kammottavaa. Matkailuväenkin hyvin tuntema Ernst Lampén
kirjoitti Helsingin Sanomissa:⁴⁰³

"Siihen päätökseen tulin lentomatkallani, että
tällä kulkuneuvolla on suuri tulevaisuus edes
sään. Sehän on vasta alussa. Ihmiset vierovat
sitä, peläten se vaarallisuutta. Kun Junkersissa
istuu, unohtaa täydellisesti vaaran mahdollisuu-
den. Tuntuu niin turvalliselta hyllyä ilmassa. -
Omasta puolestani olen vakuutettu, että tämä
ensimmäinen lentomatkani ei tule olemaan viimei-
nen."

Totta kai auktoriteetin - mielipidejohtajan - suosituksia
oli hyvä olla ennakkoluuloisen Suomen kansan suostuttami-
sessa lentämisen riemuihin. Myös muun kaltaista menekin
edistämistoimintaa harjoitettiin. Lentokoneen tunnettuutta
oli lisättävä, herätettävä myönteinen mielenkiinto tätä
arkifysiikan lakeja uhmaavaa liikkumavälinettä kohtaan ja
viimein sitten sytytettävä myös omakohtaisen "lintukokemuk-
sen" halu.

Niinpä ryhdyttiin maan eri puolilla erilaisiin lentonäytök-
siin ja vuonna 1927 tehtiin ensimmäinen, "K-SALAN suoritta-
ma", Suomen ympärilento, jossa piipahdettiin aina Ro-
vaniemellä asti - erityisine paikallisine "taivasnumeroi-
neen" yli 6000 kilometriä ilmaitse.⁴⁰⁴

"AERO-yhtiön Junkers-kone K-SALA on nyttemmin
päättänyt mielenkiintoisen lentonsa Suomen ympä-
ri...Ympäriennon aikana suunniteltiin eräitä
uusia sisämaan lentoreittejä sekä herätettiin
näiden lentoreittien varsilla olevissa kaupun-
geissa harrastusta siviililentoon..."

"Crispin" ylisti tekoa Uudessa Suomessa⁴⁰⁵ pukien lentä-
misen "laajempaan, kehittyneempään ja käyttökelpoisempaan
vaateparteen" sekä korostaen lentokonepelon mielettömyyt-

⁴⁰³ H.S. 05.06.1925.

⁴⁰⁴ Suomen ympärilento, U.S. 26.02.1927

⁴⁰⁵ U.S. 21.2.1927

tä.:

"Suomi edistyy. Tai lieneekö lupa sanoa: Suomi eurooppalaistuu. Viime aikoina niin usein mainittu K-SALAN:n matka on varma esimerkki siitä, että siviililentolinjat kuuluvat läheiseen tulevaisuuteen.- Pelkäisimmekö lentämistä ja lentokonetta? Ei ole mitään syytä. Lentokone on nykyään hyvin pätevä kulkuneuvo ja tekniikan kehittyessä on varmuus yhä lisääntyvä."

Kaksikymmenluvun lentoilmoittelu oli vielä lakonista. Kerrottiin, että esimerkiksi Tallinnaan pääsi. Ilmoitettiin milloin pääsi ja mistä sitten lippuja oli saatavissa. Joissain ponnekkaimmissa ilmoituksissa oli imperatiivi huutomerkkeineen: Lentäkää Tallinnaan! kuin velvoittavana kutsuhuutona. Mutta yleensä toteamus mahdollisuudesta riitti.⁴⁰⁶

**Lentoliikenne
Helsinki-Tallinna**

Toistaiseksi lennetään kerran päivässä (myös sunnuntaisin)
Helsingistä klo 10.00
Tallinnasta klo 12.00

Lentolippuja myy ja lähempiä tietoja antaa
Suomen Matkatoimisto Oy
sekä
Aero Oy

Sinänsä luvattu lisätietojen saatavuus oli tärkeää, olisi-
han hyvä tietää esimerkiksi, mitä "lintukyyti" naapurimaa-
han maksaisi. Vielä kolmekymmenluvun puolivälin ilmoitus
Tukholman ylimääräisestä lennosta oli suhteellisen kuorrut-
tamaton. Olihan siinä tosin imperatiivinen matkustusvaade,
eikä junalla tai uiden vaan lentäen!, ilmoitus uudesta
lentokoneesta, joka oli vielä perin suomalaiskansallisesti
nimetty sekä lisätietomahdollisuus.⁴⁰⁷

⁴⁰⁶ KL vuosi 1927 ja 1928 lukuisia ilmoituksia

⁴⁰⁷ H.S. 17.7. 1936

LENTÄKÄÄ TUKHOLMAAN!

**AERON uusi lentokone
"KALEVA"**

tekee ylimääräisen lennon Tukholmaan
18/7 klo 15.00

Lähemmin

SUOMEN MATKATOIMISTO OY AERO OY

Mutta jo 1930-luvun loppupuolella Aeron mainokset olivat "pilven pehmeän" raflaavia. Lentokoneen lintumetafora ei sinänsä ollut uusi; sinänsä se perspektiivin ilmaisijana ja tietyn ylhäisyyden osoittajana sopi hyvin muiden apellien oheen: lentäminen oli mukavinta, nopeinta ja turvallisinta - (luonnollisesti) suomalaisin siivin.⁴⁰⁸

ILMOJEN KAUPPA LINTUJEN TEITÄ: AERON SIIVIN

Lentää - istua mukavassa nojatuolissa, katsella alitseliukuvia maisemia linnun näköpiiristä nauttien siitä pilvenpehmeästä liukumisesta, jonka hyvä lentokone vain voi tarjota - siinä matkanautinnon huippu. - Aloittakaa koti-tai ulkomaanmatkanne jollakin AERON hopeanhohtavista ilmojen pikakiittäjistä. Aeron merkki on takeena mukavimmasta, nopeimmasta matkasta suoraan manner-tai kotimaan tiheimpään liikenneverkostoon, jonka avulla pääsette nopeimmin ja turvallisimmin päämääräänne sijaitsipa se missä hyvänsä.

**Suomalaisin siivin
mannermaalle!**

**AERO
32008**

33450

Seuraavana vuonna vedottiin lyhytlomaisten mutta onnellisten mahdollisuuteen matkustaa "suureen maailmaan", mukavasti ja aikaa säästäen,⁴⁰⁹ ja vuonna 1939 tarjottiin kiireiselle "enemmän ja laajemmalti" sekä: "**LENTO** koko matkanne **KOHOKOHDAKSI!**"⁴¹⁰

⁴⁰⁸ Suomen Matkailu 1937:3, 3

⁴⁰⁹ Suomen Matkailu 1938:2, 3

⁴¹⁰ Suomen Matkailu 1939:2, 2

Vuoden 1939 kesäkuun puolivälin "Karjalassa" ilmoiteltiin mahdollisuudesta aamukahviin Viipurissa ja lounaseen Kemissä.⁴¹¹ Olisi myös huomattava, miten kotimaan matkat ovat lyhentyneet ja miten liikemiehille on avautunut mahdollisuus pikavierailuihin liiketuttaviensa luokse ja että matkustajat saavat nauttia maamme luonnonkauneudesta uudesta ja virkistävästä näköpiiristä. Luonnollisesti AEROn lentokoneet sen tekivät!

Tottahan myös Lapin lumoihin mittumaarin aurinkoa äimistelemään oli päästävä:⁴¹²

IHAILKAA
keskiyön aurinkoa
Ounasvaaralla

jos riittävä määrä osanottajia ilmoittautuu, järjestää AERO OY juhannusmatkalentoja suoraan Kemiin. Kemistä linja-autolla Ounasvaaralle klo 20.30. Lähtö juhannuspäivänä Ounasvaaralta klo 19.30. Koko matka linja-automaksuineen yhteensä Mk 1000 mk:- Tämähän on todella huokeaa! AERO ja muut matkatoimistot ottavat vastaan tilauksia. Vieläpä järjestämme yösiijat niille, jotka sitä haluavat.

AERO
puhelimet 32008, 33450

Mikä siis Lappiin mennessä, jos riittävästi lähimmäismatkailijoita niin halusi.⁴¹³ Aero oli valmis ja se oli erillisapellein huokea. Kemistä olisi vain bussipiipahdus Ounasvaaralle ja perilläkin avustettiin: asuinpaikka järjestyi, jos Aeroon luotti.

⁴¹¹ Karjala 15.06.1939

⁴¹² H.S. 20.06.1939

⁴¹³ vrt. emt.

Lappi oli kuitenkin, *voi kaikille*, vain etappi matkalle ulos maailmaan, mikäli oli uskominen Matkailumaailman AERON propagointia.⁴¹⁴ Sen etukannen tyylikkäässä mainoksessa OH ALL -kupeinen lentokone ehdotti maailman valloitusta. Maailmaan oli päästävä, pääsy olisi käden jatkeen, työkalun, lentokoneen, ulottuvilla ja tämä maailma olisi paitsi tellus myös uusi hengen sfääri.

Matkan teko, akti, olisi mukavaa, itse asiassa jopa hauskaa, piristävää ja virkistävää kuin pastilli, se antaisi voimia kohdata kiireisen elämän haasteet. Se ei mitenkään rasittaisi vaan tarjoaisi hetken uinulan ja linnun hallitsevan, perspektiivian näön!

Lentäminen olisi myös taloudellista, rahaa säästävää. Ja 'nykyaikaisuus' menneisyyden vastakohtana viittasi juuri rahan ja ajan kombinoimiseen hyödykkeistetyksi suoritukseksi. Maailma ja elämä eivät olleet valmiita vaan alati työstettävissä - ja velvoitetusti.

Aika sivusi rahaa: oli jo rahaa, ja sitä ei tullut tuhлата: miksi kuluttaa ihmisen niukkoja päiviä kun operointiin tunneissa kykeni? Lentoliikenne on pikaliikennettä -apelli näytti vauhtiin osoitetusti liittyviä kyselemättömän positiivisia saattomielteitä: Liike, muutos...alituinen nopea, kiihkeä muutos symboloitui lentokoneena - maailman ääriin kiisi hetkessä. Ei mitään historian piinallisia, ikuisuuden kestäviä diligenssiretkiä pitkin pomputtavia, lokaisia kärrypolkuja! Tämä lentämisen moderni syke mahdollistaisi valmiuden uusinnettaviin ponnistuksiin - tai jopa työnteon oikeuttamaan lomaan.

Lomakin oli uudenaikaistunut; myös se oli saanut urbaanis-henkiset, internationaaliset piilosuosituksensa ja sisälöllelleen modernin kollektiivipsyyken hellittämättömät effisienssin jatkeensa. Jotain rationaalista utiliteettia, miltei koneenomaista suoritushenkeä, oli viety itse loman viettoon -ja sen kokemiseen.

⁴¹⁴ Matkailumaailma 1939:1 etukannen takaosa

ULOS MAAILMAAN

tunneissa päivien asemasta!

Lentää!

- kulkea ilmaitse on hauskaa, taloudellista ja nyky-
aikaista - lentäen matkustatte nopeaan, mukavasti
ja rasittumatta - lentomatka virkistää ja piristää!

Kaikkiin Euroopan kolkkiin pääsette lentoteitse tun-
neissa päivien asemasta! Perille pääsette pirteinä,
valmiina uusiin ponnistuksiin, tai lomaa viettämään.

Lentomatka merkitsee, että Teille jää enemmän aikaa
liiketoimiin, lepoon tai huvitteluun matkanne pää-
maalissa - se merkitsee lyhyempää tai hauskempaa
matka-aikaa sekä vähempiä tulli- ja matkatavaramuo-
dollisuuksia.

Lentäkää, sillä
LENTOLIIKENNE on PIKALIIKENNETTÄ

Lähemmin matkatoimistot tai
AERO OY

Maailman valloitukseen pääsisi sujuvimmin matkatoimistojen
tai AERON avulla, Suomen edistyvän lentoliikenteen perin
sinivalkeisin siivin.

4.1.4.3. Kehittyvä lentoliikenne

Lentoliikenteen toimivuutta arvioitiin myös. Gunnar Stähle
kirjoitti artikkelissaan Kotimainen lentoliikenne vuoden
1937 "Suomen Matkailuun":⁴¹⁵

"Kansainvälisessä ilmailussa vaaditaan säännöl-
lisyyttä arvosteltaessa, ettei mahdollinen ylit-
täminen saa ylittää puolta aikataulun mukaista
lentoaikaa. Tätä erittäin ankaraa laskutapaa
käyttäenkin nousee viimekesäisen (1936.J.A.)
kotimaisen lentoliikenteen säännöllisyys
98,3%:iin."

Myös aikatauluja pohdiskeltiin ja matkailijatilastoja
tehtiin: Suomi ei ollutkaan niin kaukana - lento- ja koko-
naismatka-ajoitse mitaten, ja nimenomaan jatkolentojen

⁴¹⁵ Stähle, Kotimainen lentoliikenne,
Suomen Matkailu 1937:4, 16

saavutettavissa:⁴¹⁶

"...sopeutuivat aikataulut kansainvälisiin reitteihin erittäin hyvin niinpä Tampereelta klo 9.00 lähtenyt oli jo samana iltana klo 18.55 Berliinissä, ja Viipurista klo 15.30 lähtenyt matkustaja saapui jo klo.18.30 Tukholmaan. Molemmista näistä päätepisteistä pääsi vielä samana päivänä useaan muuhun paikkaan."⁴¹⁷

Ei lentely pelkkää huvia kolmekymmentäluvulla ollut. Business liikutti, mutta kyllä linjoille jo turistejakin eksyi:⁴¹⁸

"Lentoaseman virkailijoiden laatiman tarkistamattoman tilaston mukaan oli runsaasti puolet koe liikennekauden matkustajista liikemiehiä ja loput ns. huvimatkaillijoita. Näin analysoitaessa olisi kotimaisten lentoreittien matkustajista ollut

n.13% ulkomaisia huvimatkaillijoita
n.32% kotimaisia huvimatkaillijoita
n.55% liikemiehiä."

1930-luvun lopulla oli vuosikymmenen takainen lamakausi jo kaukana takana päin ja myös matkatoimistoalalla elettiin vuosina 1938-39 voimakasta nousukautta. Vain kaukonäköisimmät aavistivat lentokoneitten Suomessakin muuttuvan hävittäjä-pommittajiksi ja kansainvälisen matkailun rajojen ylityksiksi - pyssy selässä!

Aamulehdessä arvioitiin ilmailun vuoden 1938 tilaa. Lentämisen tulevaisuus nähtiin suotuisena.:

⁴¹⁶ Stähle 1937:4, 18

⁴¹⁷ emt.

⁴¹⁸ emt.

"Ilmaliikenteen ei voi sanoa vielä päässeen kilpailuun uhkaamaan maanpäällistä liikennettä. Mutta nähtävästi ollaan kuitenkin menossa siihen, että lentävistä ajoneuvoista tulee monessa suhteessa maalla liikkuvien ajoneuvojen vertain väline, ehkä kantokyvyssä ja hintakilpailussa huonompi, mutta nopeudessa sitä parempi. Äskeitä uutiset osoittavat jälleen, että Suomessakin, jota ilmaston ja muiden olosuhteiden vuoksi ei ole osattu lukea ensiluokkaiseen lentomaihin, menee ilmaliikenteen kehitys eteenpäin hyvää vauhtia."⁴¹⁹

Sekä lentoliikenteen että matkatoimistoalan suuret odotukset liittyivät erityisesti vuoden 1940 olympialaisiin, uskottiinhan kisojen paitsi tuovan Suomeen ennätysmäärän matkailijoita myös saattavan maamme laajalti ulkomaalaisten matkustavaisten tietoisuuteen - ja täten myös lisäävän matkatoimistojen myyntitulosta. Suunnitelmat toiminnan laajentamiseen ja mm. mittavien kiertomatkojen järjestämiseen kariutuivat kuitenkin marraskuun 1939 tapahtumiin.⁴²⁰

Vaikkakin tärkein, ei Aero Oy ollut suinkaan ainoa ilmailua harjoittava yritys Suomessa. Jo vuonna 1924 aloitti **veljekset Karhumäki Oy** koti- ja ulkomaanreittilentojen markkinoinnin.⁴²¹ On kuitenkin syytä havaita, että vaikka lentoliikenne suhteellisen nopeutensa ja vaivattomuutensa kautta edistikin Suomen avautumista matkailulle huomattavasti, sen osuus liikenteen kokonaisinvestoinneista oli peräti mitätön.⁴²²

Vuoden 1938 matkailukongressissa Stähle vaati lisää lentolinjoja yli Suomen. Ne lisäisivät myös maan itäisen ja pohjoisen alueen matkailukäyttöä. Myös aktiiviseen ulkomaanpropagandaan oli ryhdytty ja enenevästi ryhdyttäisiin.⁴²³

⁴¹⁹ Ilmaliikenteen kehitys, Aamulehti 3.3.1938.

⁴²⁰ Jääskeläinen 1985, 12

⁴²¹ Hirn & Markkanen 1987, 213

⁴²² Leppänen 1967, 127

⁴²³ 120.000 olympialaisvierasta., H.S 21.11.1938

"...mainostaminen ulkomailla Suomeen suuntautuvien lentoreittien tunnetuksi tekemiseksi on tehostet-
tava. Tällaisen erikoismainostuksen suhteen on
Aero Oy jo ryhtynyt toimenpiteisiin. Sen tarkoi-
tuksena on selostamalla lentoreittejä ja niiden
tarjoamia lyhyitä matka-aikoja Suomeen selvittää,
ettei Suomi ole pohjolan kaukainen perukka vailla
nopeita nykyaikaisia yhteyksiä."

Ja juuri lintuperspektiivistä oli paras huomata, että
moderni Suomi oli nopeitten kulkuyhteyksien laaja maa,
jossa sivistys oli läsnä mitä kauneimman luonnon keskel-
lä.⁴²⁴

⁴²⁴ vrt. esim. Matson 1938

4.1.5. Vesiliikenne

4.1.5.1. Meriliikenne⁴²⁵

4.1.5.1.1. Vesitse aukeava Suomi

Yksi tärkeä merkkipaalu Suomen läntisessä meriliikenteessä sijoittuu höyryvoiman hyödyntämisen aikakaudelle, tarkasti ottaen vuoteen 1821, jolloin höyrykuunari Stockholm alkoi hoitaa Turun ja Tukholman välistä linjaa. 1840-luvulla liikenne oli Suomen etelärannikolla jo kehittynyt satamakaupunkien väliseksi. Huomattava edistysaskel oli höyryalus *ss. Expressin* aloittaessa talviliikennöinnin Hangon ja Tukholman välillä vuonna 1877.

Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiö (SHO) perustettiin vuonna 1883, ja se aloitti säännöllisen matkustaja- ja rahtiliikenteen linjalla Hanko-Kööpenhamina-Hull vuonna 1891. 1890-luvun alkupuolella kulki valtaosa talviliikenteestämme Hangon sataman kautta niin Ruotsin, Saksan kuin Englanninkin satamiin. Ensimmäisen jäänmurtaajan käyttöönotto - 'Murtaja' vuonna 1891 - mahdollisti ympärivuotisen säännöllisen liikenteen Turun ja Tukholman välillä. Liikenteen aloitti Höyrylaiva *Bore* Osakeyhtiö, joka oli perustettu edellisenä vuonna.

Vuosisadan vaihteeseen mennessä oli läntisessä meriliikenteessä vakiintunut kaksi keskenään kilpailevaa linjaa, *Bore* ja SHO. Ensimmäinen maailmansota toi liikenteeseen katkoksen ja sodan lopulla Turku vakiinnutti asemansa länsilinjojen pääsatamana.

Sekä *Bore* että SHO olivat menettäneet aluksia sodan aikana. Vuonna 1918 allekirjoitettiin liikennesopimus *Boren*, SHO:n ja ruotsalaisen Stockholms Rederiaktiebolag Svean kanssa, joista viimeksimainittu oli perustettu jo vuonna 1871. Sopimus loi pohjan Suomen ja Ruotsin välisen merenkulun kehittymiselle ja ennakoi vuosikymmeniä myöhemmin tapahtu-

⁴²⁵ Silja Line ellei toisin mainita.

vaa **Silja Line Oy:n** syntyä.

Matkustajaliikenne kasvoi tasaisesti aina ensimmäiseen maailmansotaan asti. Kymmenluvun lopun levottomien aikojen jälkeen matkustajien ja kuljetettavan lastin määrä kääntyi uuteen nousuun 1920-luvulla; vuosikymmenen lopulla liikennöitiin jo kuudella viikkovuorolla. Helsingin ja Tukholman välinen linja oli kuitenkin tähän aikaan avoinna ainoastaan kevät-, kesä- ja syysaikaan.

1930-luvulla yhteistyö tiivistyi ja SHO:n, Boren ja Svean suhteet saivat kiinteämpiä muotoja. Yhteiseen toimintaan kuuluivat mm. aikataulujen määrittely, lippujen hinnoista sekä rahtitariffeista sopiminen. 1930-luvun lopulla vuotuiset matkustajamäärät olivat nousseet jo liki 60 000:een. 1920- ja 30 -luvulla matkustajaliikenne kulki pääsääntöisesti Ruotsin ja Viron suuntaan, mutta myös Saksan, Tanskan, Puolan ja Englannin satamiin liikennöitiin.⁴²⁶

Ja jo kolmekymmenluvun alussa saattoi SHO valehtelematta mainostaa: "Meidän kautta voitte matkustaa kaikkiin maanosiin".⁴²⁷

Suomen ulkomaanmatkustajaliikenne kasvoi 1920-30 -luvulla tasaisesti. Kun vuotuiset matkustajamäärät vielä 1920-luvun alussa pysyttelivät - kieltoalaista huolimatta - 60 000 ja 70 000:n matkustajan välillä, ylitettiin 1930-luvulla jo 200 000 matkustajan raja.

Suomeen ulkomailta tulleesta matkustajaliikenteestä saapui 1936 yli 68% säännöllisin vuoroin kulkevia matkustajalaivoja ja lähes 14% muita matkustajalaivoja sekä hieman yli 5% rahtialuksia käyttäen. Ulkomaiden ja Suomen välisten liikenneyhteyksien ylläpitäjänä laivaliikenne oli ehdottomasti tärkein. Suurimmat saapumissatamat olivat Helsinki ja Turku.⁴²⁸

⁴²⁶ Lappalainen 1987, 7

⁴²⁷ esim. Kansanlehti 19.07.1930

⁴²⁸ Komiteanmietintö 1937:4

1930-luvulla Tukholman Turun linjalla ylläpidettiin säännöllistä liikennettä kuusin viikkovuoroin kumpaankin suuntaan. Talvella 1936 otettiin käyttöön seitsemäskin viikkovuoro - sitä oli kokeiltu jo vuosina 1913, 1914 ja kesällä 1930. Tukholmasta Helsinkiin - ja päinvastoin - liikennöitiin kolmasti viikossa. Tämä linja oli kesäaikaan nimenomaan matkailuelinkeinolle varsin tärkeä ja erityisesti ulkomaalaisten käyttämä: saaristo viehätti. Myös Uumajan Vaasan yhteys oli vilkkaasti liikennöity.

Viikonloppuliikenne Tallinnan ja Helsingin välillä oli runsasta. Varsinkin kesällä 1936 ryhmämatkustajia Tallinnasta Helsinkiin oli paljon hintojen halpuuden selittäessä suosion. Matkustuksen nopeus ja mukavuus eivät tällä linjalla niinkään olleet kilpailukeinoina käytettyjä.

Saksan Stettinistä ja Lyypekistä oli Suomeen useita säännöllisiä laivayhteyksiä ja lyhyen ajan kesäkautena myös Königsbergistä. Stettinin liikenne - kesäisin kaksi ja talvisin yksi viikkovuoro - pystyi tyydyttämään matkailijaliikenteen vaatimukset. Danzig/Gdyniasta oli yksi viikkovuoro. Antverpenistä Helsinkiin ja päinvastoin kuljettiin kesäisin kerran viikossa. Linjan hinnat olivat suhteellisen halvat ja siten siitä oli hyötyä Ranskan ja Belgian Suomeen hakeutuville turisteille.

Englannista oli kesäisin yksi viikkovuoro Hullista Helsinkiin ja yksi vuoro joka 14. päivä Hullista Turkuun. Englantilaisten matkailukautena - elokuussa - laivat olivat ajoittain täynnä matkailijoita. Kesällä myös Lontoosta Suomeen ja päinvastoin voitiin matkustaa: säännöllisesti liikennöivät rahtialukset kykenivät ottamaan kymmenkunta matkustajaa.

Matkailijoita saapui varsinkin Englannista käyttäen kierto-
matkoja, jotka johtivat jonkin tai joidenkin muiden Pohjoismaiden kautta Suomeen. Liikenne Tanskasta hoidettiin Hullin laivojen avulla. Usein ei kuitenkaan ollut mahdollista ottaa Kööpenhaminasta matkaan kaikkia haluavia, joten

tanskalaiset käyttivät myös Tukholman reittiä.⁴²⁹

Laivaliikenteen huippuna vuonna 1938 kuljetettiin 236 300 matkustajaa. Huolimatta kiristyneestä kilpailusta ulkomais-
ten varustamojen kanssa enemmistö matkustajista - vuotta
1937 lukuunottamatta, silloin 'vain' 49% - kulki suomalais-
silla laivoilla.

4.1.5.1.2. Matkustajalaivaliikenne elinkeinona

Matkustajalaivaliikenne pyrki luonnollisesti myös tiedotta-
maan elinkeinostaan ja niinpä sitä käsiteltiin jo myös
Rosbergin vuonna 1920 julkaisemassa matkaoppaassa "Matkoja
Suomessa". Suomen matkailuelämän ja siinä sivussa laivalii-
kenteen kehittymättömyys 1920-luvun alussa kuvastui selvä-
nä. Kovin hääppöistä käsitystä Suomen saavutettavuudesta ei
lukija saanut, kun matkaoppaassa esimerkiksi neuvottiin
tiedustelemaan Suomeen tulevien höyrylaivojen aikatauluja
suurimmista matkatoimistoista, höyrylaivayhtiöiden toimis-
toista Stettinistä, Lyypekistä, Hullista ja Kööpenhaminas-
ta, etsimään mainoksista tai kysymään suoraan SMY:n toimis-
tosta.⁴³⁰

Tarkkoja laivaliikenneaikatauluja ei alkuun siis ollut.
Helsingin Sanomien ilmoituksissa varsinkin pitempien linjo-
jen kyseessä ollen käytettiin "noin-tiedotteita". Laivojen
kulun todettiin, sinänsä todenmukaisesti, talvisin olevan
vielä epäsäännöllisempää kuin kesäisin. Positiivista ulko-
maalaiselle laivan käytössä Suomen matkalla toki oli se,
että kylmänäkin vuodenaikana oli mahdollista tulla maahan:
satamia pidettiin auki jäämurtajin.

Talvinen merimatkailu pyrittiin nostamaan jo itsessään
matkailuattraktioksi. Samanaikainen sekä vedessä että
jäällä kulkeminen pyrittiin ihmeellistämään erityisesti

⁴²⁹ Komiteanmietintö 1937: 4, 19-22

⁴³⁰ Rosberg 1920, 3

"opinto"matkailijasegmentille; tämä matkan teon kunnallisuus sitten kuorutettaisiin kertomuksilla siitä mitä talvisessa Suomessa oikein "tuleman piti".⁴³¹

"Niille jotka matkustavat vain matkailun kannalta, oppiakseen maita ja mantereita tuntemaan, tarjoaa Suomen talvimatkustajaliikenne paljon mielenkiintoa. Jo kulku jäissä on sellaisenaan elämys, jonka saa kokea vain niin pohjoisessa kuin meillä. Mutta matkailijasta on varmaan merkillistä, että aluksen sivulla saattaa kulkea sekä ihmisiä että hevosia; ei kuulu harvinaisuuksiin, että matkustaja-aluksen kanssa Turun saaristossa autokin kulkee kilpaa. Jo siis saapuminen tänne herättää mielenkiintoa. Jos sitten voidaan antaa riittävän elävän kuva jo matkasta tänne ja sen jälkeen meidän talvisista oloistamme, voitaneen moni matkailua harrastava vetää tänne."

Vaikka aikataulut saattoivatkin alkuun merimatkailussa aiheuttaakin hämmennystä, matkailu itsessään oli mukavaa jo 20-luvulla: jos oli sattunut osumaan matkustajalaivan lähtöhetkeen, ei huolta: Itse laivat olivat ainakin oppaan mukaan kunnoltaan ensiluokkaisia.⁴³²

Suomalaiset yrittivät toki markkinointiviestinnän keinoin enevästi lisätä laivojensa suosiota ulkomaan matkailijoille. Viestintäpanos satsattiin matkustamisen laadun korostamiseen. Esitettiin "tutkimus", jossa suomalaisia ja eurooppalaisia laivoja vertailtiin ja luonnollisesti havaittiin suomalaisten olevan paljon parempia, suorastaan ensiluokkaisia.

"Paremmuuteen" tunkeuduttaessa huomattiin, että niin kotimaan kuin ulkomaan reittienkin laivat olivat siistejä ja puhtaita, samoin ne olivat kaikin ajanmukaisin mukavuuksin varustettuja. Nälkää tai huonoa ruokaa ei laivoilla tarvinnut valitella - keittiöiden anti oli suorastaan loistava; ulkomaan reittien menu oli kansainvälinen. La Cuisine Francaise huolehti vaativimpienkin kulinaristituristien

⁴³¹ Suomen Matkailu 1939:2, 18-19

⁴³² vrt. Rosberg 1920, 3

makuhermojen gourmet-hyväilyistä.⁴³³

1920-luvulla myös kuljetuspalvelu moninaistui: autojen kuljettaminen laivoilla yleistyi. Mitään erityisiä autokansia ei ollut vaan vaunut kuljetettiin normaalisti köytettyinä kannella. Seilaus ei Rolls Roycelllekaan aina ollut mitään kuivaa puuhaa, sillä yksi näistä luksuspirsseistä vakuuttomattomine turkislasteineen kovassa myrskyssä Gotlannin eteläpuolella kirposi vyötöksistään ja putosi mereen hukkuen surkeasti.⁴³⁴ Myöskään tulipalot eivät olleet tuiki tuntemattomia onnettomuuksia.⁴³⁵

Historiateos Valkeat Laivat kertoo muista 1920-luvun muutoksista ja uutuuksista:

"1920-luku toi tullessaan matkailun uudelleen syntymisen ja samalla matkailu myös demokratisoitui. Matkailijaliikenne kasvoi vakaasti, oli pysyttävä tahdissa mukana ja kehitettävä uusi tilausjärjestelmä, aikataulut, mainonta ja markkinointi nopeasti. Uudet hankinnat olivat myös välttämättömät..."⁴³⁶

Suomen Höyrylaiva OY:n hankinta s/s "Oberon" oli 20-luvun puolivälin tuotekehittelyn huippua. Erityisesti sisustuksen tyylikkyyteen kiinnitettiin huomiota - oli luotava internationaalinen, ekslusiivinen säväys, ranskalaisen laivasuunnittelijan elegantin käden jälki tuli aistimellisesti olla läsnä - merimatkailija kiedottiin hemmotellen sensuellisiin ja imaginaariseen onnen vaippaan salongeissa, ruokasaleissa, musiikkihuoneissa.

⁴³³ Reisen in Finnland 1922, 19; vrt. Matson 1934, 5

⁴³⁴ Malmberg - Neumann s.a., 65

⁴³⁵ emt.

⁴³⁶ emt. 50

"Ylimalkaan saa laivan läpi vaeltaessaan huolellisen ja lujan kuvan, johon sekoittuvat tarkoituksenmukaisuus, hyvä maku ja tyylikkyys. Sillä tyylikkäättä ja aistikkaita ovat epäilemättä friisit salonkien kiiltävän sitruunapuun yllä, asetelmat ja mosaiikit norsunluu-upotuksineen laipioissa ja seinissä sekä patinoidusta hopeasta tehdyt sähkövalmistuslaitteet. Hienostunut ranskalainen maku on tunnistettavissa myös niistä tyylitellyistä ornameenteista, jotka koristavat ensimmäisen luokan ruokasalin suurta tarjoi luosaa, tuolien selkänöjia ja eri salonkien muuta kalustusta. Tupakkasalongin seinäpinnat ovat ja panilaista puuta, kun taas sohvut ja tuolit ovat krokotiilinnahalla päällystettyä pähkinäpuuta. Pöydät ovat marmoria. Tarjoilupöytä, kirjoitus pöydät, kuvastimet ynnä muut täydentävät sisustuksen.

Musiikkisalonki on verhoiltu tummalla mahongilla, johon on muotoiltu ihastuttavat friisit, tyylitelty girlandiupotuksia. Sohvat on verhoiltu silkkidamastilla ja silkkiuutimet kehystävät ikkunoita. Lattiaa peittää kallisarvoinen matto...⁴³⁷

Tuskin "Oberonella" matkailleen krokotiilinkyyneleitä tarvitsi vuodattaa kuultuaan sittemmin laivan uppoamisesta. Uuden saman veroisen hankkimisessa olikin aikamoinen pähkinä, ilman upotuksiakin.

Merenkäynnin matkailullistamiseen liittyivät tuoteuutuuksina myös erilaiset risteilyt. Matkailumaailman pääkirjoituksessa kuvailtiin risteilyjen erityislaatuista 'riemuja' - tulevien "lemmenlaivojen" onnenparatiisia oli ryhdytty suunnittelemaan. Mutta perin viatonta ja hyveellistä oli suomalaisristeilijöiden puffattu huvitteluelämä:⁴³⁸

"... Huomattavimpina ilmiöinä nykyaikaisen matkailun alalla on epäilemättä pidettävä risteilyjä ...Mikä sitten on risteily? Matkailullisesti se merkitsee merimatkaa, joka suoritetaan joko erityisessä risteilyaluksessa tai muussa sopivassa laivassa, hauskuus, opettavaisuus, virkistys ja terveys matkan varsinaisina tarkoituksiperinä."

Risteilyn pohjimmaisen ajatuksena olikin siis laajentaa

⁴³⁷ Malmberg-Neumann s.a., 54

⁴³⁸ Matkailumaailma 1939: 5, 1

kokemuspiiriä, oppia uutta, meriä, maita, tapoja. Ja omak-
sua geografiaa, tulkita tuon ajan sosiologiaa ja soveltaa
"vetistä" sosiaalipsykologiaa hauskesti, virkistävästi ja
terveesti, no, pientä hyväilevää luksusta vähättelemättä.
Tämä varsinkin lienee miellyttänyt kolmikymmenlukulaisen
kansakoulun hilkkapäistä opettajatarta!

"Risteilyalus on kuin uiva hotelli, sisustukseen,
palveluun, ravintoon, sekä tanssiin ja musiikkiin
saakka täysin verrattavissa mannermaan kor-
kealuokkaisimpiin hotelleihin. Ja sittenkin
täytyy sanoa, että risteilyalus muodostaa aivan
kuin oman maailmansa: ollaanhan kyntämässä merten
ulappoja, kiidetäänhän yhdestä satamasta toiseen,
joissa matkustajat saavat osallistua jos minkälai-
siin kiertomatkoihin, tutustua jos kuinka ihaniin
seutuihin ja historiallisesti kuuluisiin paik-
koihin - ja elämä itse laivassa on kuin tuhannen
ja yhden yön tarinaa, sananmukaisesti tanssia ruu-
suilla. Oleskelu ja työskentely risteilyaluksessa
muodostuu mitä monipuolisimmaksi: saat istua mai-
niassa kirjastossa, uida vihreänhohtavassa marmo-
rialtaassa, suorittaa kaikenlaisia voimistelu-
liikkeitä voimisteluhuoneessa, seurata elokuva
esityksiä, tanssia, katsoa näytelmiä, jopa itse-
kin näytellä ja levätä...levätä!..."

Sinänsä risteilymatkustuksen apellit sopivat hyvin pedago-
giselle ja siveälle kolmekymmenluvulle: maininnasta huoli-
matta tuhannen ja yhden yön tarinoiden eetos oli varsin
kaukana...vaikka sai itsekin näytellä...vaan...saa istua
kirjastossa...ja alituiseen...levätä.

4.1.5.1.3. Merimatkailun propagoiminen - ilmoituksista mainoksiin

Jo 1920-luvulla Tallinnaan matkailua edistettiin. Juhla-
päivinä siellä olisi mukava piipahtaa. Helsingin Sanomain
ilmoitus kehotti naapurimaahan helluntaiksi.⁴³⁹

HUVIMATKA TALLINNAAN HELLUNTAIKSI,

jos matkustajia ilmaantuu riittävästi, tekee s/s "WASA" huvimatkan Tallinnaan helluntaina tämän kuun 20 p:näko 8 ap. ja palaa Tallinnasta toisena helluntaipäivänä illalla.

Piletin hinta edestakaisin Smk 150,- hytti paikkoineen

Yhteinen passi hankitaan.-Pilettien tilaaminen täytyy tapahtua viimeistään perjantaina 18 p:nä t.k. kello 12 päivällä.

SUOMEN VÄLITYS-KESKUS Oy

"Mainos" antoi siis merimatkalle ymmärrettävän varauksen: matkailijain riittävyys. Tilausliikenne ei kaikeksi ollut vielä säännöllisen suosittua, vaikka juhlapäivän lomailusta olikin kyse. Toinen huomion arvoinen piirre oli aikataulujen löysyys. Jos vielä Viroon mentiinkin tiettyinä kellon-lyömänä niin takaisin tultiin illalla.

Pilettien tilausaikaa ei liioin mainittu. Tosin samanlainen mainos oli julkaistu jo edellisen päivän lehdessä. Erityisiä apelleja ei käytetty, ja vetoamuksina toimivat(?) vain hintatiedot ja maksuun sisältyneet hyttipaikat. Asiakaspalveluna voidaan toki mainita rajan ylittämistä helpottava yhteisen passin hankkiminen.

Juhannus on risteily- ja piipahdusluontoisen laivabusinesin kulta-aikaa. Höyrylaiva "Ebba Munck" ilmoitteli ylimääräisestä vuorosta Tallinnaan⁴⁴⁰ ja s/s Sampo mieli niin ikään mittumaariksi Viroon.⁴⁴¹ Se tarjoutui myös hankkimaan yhteisen passin, jota varten matkalle aikovien olisi ilmoitettava nimensä ja syntymäaikansa toimistoon, ja jos ei uskaltanut vieraan maan viettelyksiin, laivasta lohduteltiin, että Tallinnassa olon aikana yöpyminen laivassa oli sallittua. Myös höyryl. Suomi kutsui juhannuksen viettoon Tallinnaan, ei minkä tahansa mittumaarin vaan tunnel-

⁴⁴⁰ H.S. 21.06.1922

⁴⁴¹ H.S. 22.06.1922

mallisen Juhannuksen.⁴⁴²

Koko vuoden 1922 kesäkuun ajan ja heinäkuun alkupuoleen Helsingin Sanomissa ilmoiteltiin heinäkuun 12. päivänä aloitettavasta Gotlannin matkasta.⁴⁴³

**TOINEN HUVIMATKA
WISBYHYN**

järjestetään h:lla
"v. Döbelnillä"

Matka tehdään Suomen ja Ruotsin saaristojen kautta vain 8 tuntia avoyettä Kolme koko päivää Wisbyssä, jolloin matkustajat saavat ruoan ja asunnon ilmaiseksi

Suomen Höyrylaiva Oy sekä Suomen Matkatoimisto

Ilmoituksesta kävivät selville seuraavat vetoomukset. Ensimmäkin, piiloisesti suosioon viitaten ilmoitettiin matkan olevan (jo) toinen - ja huvimatka. Toiseksi, koko saaristojen vehreä kauneus aukesi merituristille ja onhan sitenkin, että saarten suojassa eivät mahdolliset puhuritkaan niin tuivertaneet, kulku käynyt ärjyn vaahtopäiseksi ja pahoinvointi pysyi kaukana. Aikaa hansaisen Wisbyn tutkimiseen olisi kolme kokonaista päivää eikä vinkuvassa nälässä saatika karisseen havupuun alla tarvinnut virua, laivasta saisi eineen ja pehmoisen makuusijan. Ja matkan järjestäjät olivat tutun turvallisia.

Myös kauemmaksi ja sydän-Eurooppaa kohti oli mahdollista matkustaa, ja mikä kulkiessa, kun käytössä oli mitä mukavin Stettinin laiva. Tallinnassakin pääsi poikkeamaan. Tärkeintä oli nyt vain tilata liput ajoissa, että mukaan ylipäänsä mahtuisi, mainos kätkeytysti houkutteli. Ja jos turisti halusi, hän saattoi hankkia tiketin myös Stettinistä eli aikamoista valinnan vapautta ja asiakaspalvelua.⁴⁴⁴

⁴⁴² Ajan Sana 22.06.1931

⁴⁴³ esim. H.S. 09.06.1922 ja 06.07.1922

⁴⁴⁴ H.S. 28.06.1922

Mukavin vuoro matkoja varten
Saksaan ja mannermaalle

Tilatkaa paikkoja hyvissä ajoin
Helsinki-Stettin
Tallinnan kautta
Hl. "Ariadne"

Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiö Helsinki
Gustav Metzler Stettin

Millaista Ariadnella kulku sitten oli?⁴⁴⁵ Ilmeisen leppoisaa ja kiireetöntä; uusia asiakaspalvelun muotoja sovellettiin.

"Tosin ei laivoilla ollut aina kovinkaan kehua vasti nykyaikaisia mukavuuksia nykyaikaisin silmin katsottuna. Mutta se mitä ei ollut, voitiin kenties järjestää. Niinpä oli Ariadnella esimerkiksi tapana silloin tällöin, kun oli oikein lämmin ja täysin tyyntä, pysähtyä hetkeksi Itämerelle, jotta matkustajat pääsivät mereen uimaan. Ja Vellamolle ja Ilmattarelle rakennettiin uima-allas purjekankaasta etukannelle!"⁴⁴⁶

Alkuvoimaista mutta yksinkertaista kekseliäisyyttä vaatisi merimatkaserviisi, kun Suomen merimatkailun ystävää pyrittiin herättämään. Vuonna 1923 ilmoiteltiin suomalaisille kahden viikon kiertomatkaa jälleen höyrylaiva von Döbelnillä.⁴⁴⁷ Helsingistä lähdettäisiin kesäkuun 20 päivä kello 10 a.p. ja kuljettaisiin Göteborgin ja Kööpenhaminan kautta Stettiniin. Sitten ilmeisesti vaihdettaisiin junaan vaikka esite ei sitä mainitse ja puksutettaisiin Berliiniin, jonne saksalaisen täsmällisesti saavutettaisiin 29.6.klo 4.23 j.p.p.

Kaikki kierroksen osanottajat matkaisivat samassa luokassa ja asuisivat laivan satamissa ollessa aluksessa. Matkan hinta riippuisi "asemasta laivalla" ja ateriat laivalla "laskettaisiin siihen" mutta satamissa matkailijan tuli

⁴⁴⁵ 6 "All-Expense" Tours in Finland, s.a., 27, liite 16, vasen alakuva

⁴⁴⁶ Malmberg-Neumann s.a., 64-65

⁴⁴⁷ H.S. 20.05.1923

tyytyä vain aamukahviin tai teehen. Paikkatilaukset oli tehtävä Suomen Matkatoimistosta, joka huolehti myös hotellihuoneiden hankinnasta Berliinissä.⁴⁴⁸

Mitään erityisiä apelleja ei ilmoituksessa käytetty. Matkailutuotetta ei differoitu, ei ollut spesiaalipalveluja. Asikaspalvelualkiona voidaan pitää matkatoimiston Berliinin hotellihuoneista huolehtimisesta. Mainonta oli siikkoa tiedottamista, josta adjektiivit saatika ylisanat tyystin puuttuivat. Ehkäpä kaksikymmenlukulaisen mielikuvat eivät sitten tarkennusta tarvinneetkaan.

Myös "hyödylliseen" matkailuun varauduttiin. Suomen talonpojankin oli tärkeää käydä oppimassa Viron maatalouden monipuolisia taitoja ja siksi s/s Sampokin - nimensä velvoittama - osallistui tiedöllisen vaurauden kartutukseen.⁴⁴⁹

Viron Maatalousnäyttelyyn
Tallinnassa 2/9 -11/9 tekee

s/s "Sampo"

kolme edestakaista matkaa näyttelyviikolla

Ilmoitus oli lakoninen mutta tärkein selvisi. Viroon pääsi, näyttelyviikolla ja valinnan varaa matkapäivästä olisi.

Kolmekymmenluvun mainostyyli oli jo toinen, kun suomalaisiin etelään halajaviin laivan ystäviin pyrittiin vaikuttamaan:⁴⁵⁰

⁴⁴⁸ vrt. H.S. 20.5.1923

⁴⁴⁹ H.S. 01.09.1922

⁴⁵⁰ H.S. 21.4.1935

**MERTA JA AURINKOA
NAUTTIKAA**

Valkean laivan kannella
Taas lähtevät valkeat laivat...Mahtavat höyry-
sineerit satamissa kutsuvat Teitäkin matkalle
yli Itämeren...Kauas etelään, missä sitruuna
kukki, ja vieläkin kauemmas jos haluatte...Ja
tietysti Te haluatte! Teidän palvelemisenne on
suurin ilomme. Kääntykää meidän tai lähimmän
matkatoimiston puoleen, niin saatte tietää *miten*
ja miksi aloitatte matkanne valkealla suomalai-
sella laivalla.

Tiedustelkaa vuoden kesäkulkuluetteloita sekä
uutta "Ilmatar"-kuvalehteämme.

Suomen Höyrylaiva Oy

Mainoksen apelleina näyttäytyivät selvinä ihmisen luontai-
nen matkustushalu ja sen (lämpimään) etelään - merta ja
aurinkoa - kohdentaminen, laivojen korkealaatuinen, pakoton
palvelu, joka epäilemättä sai palveltavaan vaikeaselittei-
sen "ylväyden tunteen", sekä tietenkin kolmikymmenlukua
joka puolella sävyttänyt puhtaan valkea suomalaisuus!

4.1.5.1.4. Merisiä tulevaisuuden vaateita

Vuoden 1938 matkailukongressi otti kantaa myös Suomen
ulkomaan meriliikenteeseen. Oltiin sitä mieltä että eri-
tyisenä ongelmana oli vähäinen säännöllinen liikenne läpi
vuoden.

"Laivaliikennettä haittaa erikoisesti se että
säännöllisesti kautta vuoden tapahtuva liikenne
on Helsinki-Tukholma -linjaa lukuunottamatta
suhteellisen vähäistä ja että kesäkuukaudet
vaativat sitten äkkiä kolminkertaisesti, viisin
kertaisesti jopa kymmenkertaisesti enemmän ti-
laa." ⁴⁵¹

Vaadittiin talvikelpoisia aluksia, jotka kykenisivät suo-
riutumaan jääesteistä ja sitten niiden lisäksi sesongin
ajaksi voitaisiin ehdotuksien mukaan "värvätä" kevyempiä
kulkuvälineitä lahden ylitykseen. Säännöllisen kulun mah-
dollisuus mahdollistaisi turistin uusimaan 'kulutuksensa'

⁴⁵¹ 120.00 olympialaisvierasta..., HS 21.11.1938

aina halutessaan.⁴⁵²

4.1.5.2. Rannikko- ja sisävesiliikenne

4.1.5.2.1. Hiipuva elinkeino?

Höyrylaivojen esiin lipuminen lisäsi tuntuvasti myös sisävesiliikennettä, sillä pienemmät niistä mahtuivat hyvin järvireittien kapeikkoihinkin. Höyrylaivat yleistyivätkin nopeammin sisävesillä kuin merillä - niiden käyttö teki myös kanavien rakentamisen kannattavaksi.⁴⁵³

Sisävesiliikenne oli autonomian aikana kehittynyt maitse tapahtuvan kuljetuksen ja rautateiden ohelta osin näitä täydentäen. Tämä koskee ensisijaisesti tavarankuljetusta, oman lukunsa muodostaa loma- ja turistimatkaileminen, joka alkoi maassamme sisävesillä yleistyä 1880-luvulla.⁴⁵⁴

Taloudellisesti voimakkaat sisävesiliikenteen keskuskeskukset olivat syntyneet vesistöjen yhtymäkohtiin ja mereen laskevien jokien suuhun. Investoinnit kanaviin ja sisävesien laivaväyliin lisääntyivät huomattavasti maailmansotien välisellä kaudella, vaikka Saimaan kanavan kaltaisia hankkeita ei toteutettukaan.⁴⁵⁵

1920- ja 1930-luvuilla sisävesiliikenteen elo oli kysymysmerkitettyä. Sillä ei enää ollut vuosikymmenien takaista merkitystä matkailulle. Lehtitietojen mukaan sisävesilaivaliikenteen matkustajat vähenivät jo 1920-luvulla monella reitillä, ja seuraava vuosikymmen oli suurten vaikeuksien aikaa.⁴⁵⁶

⁴⁵² emt.

⁴⁵³ Rasila 1982, 118

⁴⁵⁴ emt. 119

⁴⁵⁵ Leppänen 1967, 124-125

⁴⁵⁶ vrt.liite 12

Kainuun sanomat kirjoitti vuonna 1937, että matkustajalaivaliikenne oli käynyt vallan kannattamattomaksi Kainuussa; myös Vanajaveden, Pyhäjärven ja Näsijärven liikenne pieneni.⁴⁵⁷ Niinpä matkustajaliikenteen suorite aleni 1925-1938 n.30%, mikä johtui ennen kaikkea muussa liikennöinnissä tapahtuneesta kehityksestä - esimerkiksi linja-autojen välittämä henkilöliikenne lähes kuusinkertaistui vastaavana ajanjaksona. Uusia kanavia ei tuona aikana rakennettu; ainoa hanke oli vuonna 1928 alkanut Saimaan kanavan uudistus, ja monet 1800-luvun lopulla avatut linjat lopetettiin.

Sisävesilaivaliikenteen heikkeneminen Suomessa maailman sotien välisenä kautena johtui osittain linja-autoliikenteestä. Se "luontoon sidottuna" ei kyennyt kilpailemaan linja-autojen kattavan reittiverkoston ja autokuljetuksen suhteellisen nopeuden tuomia matkustusetuja vastaan. Mutta myös kuorma-autot veivät laivoilta tavarakuljetuksia ja myös juna saattoi kuristaa sisävesilaivojen kannattavia operointimahdollisuuksia. Siellä täällä myös laivaliikenteen sisäinen kilpailu vähensi "katetuottoja".⁴⁵⁸

Laivayritysten joukossa oli myös tapauksia, joissa "haastettua" höyrylaivaliikennettä harjoittava yhtiö hankki omistukseensa linja-autoja vastauksena linja-autoliikenteen kilpailuun. Näitä oli yksityisiä kuin myös kunnallisiakin - Säkkijärven kunta aloitti laivaliikennettään täydentääkseen vuonna 1924 bussien käytön ja jatkoi sitä aina talvisotaan saakka.⁴⁵⁹

⁴⁵⁷ Viitaniemi 1978, 128-129

⁴⁵⁸ vrt. Viitaniemi 1978, 200-201

⁴⁵⁹ vrt. Mäkelä 1978, 419

4.1.5.2.2. Lomailuliikenteestä ja yhteistyöstä valoa synkkyteen?

Lomailuliikenteen turvin kumminkin useat yhtiöt yrittivät vielä liikennöintiä jatkaa.⁴⁶⁰ Ja luonnollisesti sisävesilaivaliikenne yritti puolustaa elinkeinoaan.

Matkailukongressissa insinööri Hugo Lekoma alusti aiheesta sisävesiliikenne Suomen matkailupalveluksessa. Hän hyökkäsi voimakkaasti linja-autoilijoita kohtaan ja vaati tietynlaista matkalippujen hintasopimusta. Niin ikään VR:n ja sisävesiliikenteen rengaslippuyhteistyötä olisi entisestään laajennettava. Kuviteltiin, että pääsy "reitteihin" helpotaisi yksityisen laivurin asemaa. Laajennus olisi tehtävä, tietenkin edellyttäen, että sisävesiliikennettä ylipäittäin katsottiin tarpeelliseksi jatkaa.⁴⁶¹

"... Näsijärven, Päijänteen ja Saimaan vesistöiltä valitetaan kaikkialla autoliikenteen joko otta neen tai ottavan kaiken paikallisliikenteen jopa kesäaikaan harjoitettavalla epälojaalilla kilpailulla. Tilanteen korjaamiseksi olisi yksityiset autoliikennöitsijät velvoitettava noudattamaan samaa henkilötaksaa mikä on voimassa valtion omilla postiautolinjoilla. Muuten laivaliikenne loppuu kokonaan.

Sisävesireittejä olisi liitettävä yhä enemmän rautateitten rengaslippuihin."

Innovaatioksi esitettiin Saimaan kanavan matkailullista käyttöä. Olisi välttämättä saatava aikaan jossakin muodossa toimiva turistiliikenne, jonka päätepisteenä olisi joko Lappeenranta tai Vuoksenniska tai ehkä molemmat, Lekoma korosti.

FT Viljanti totesi rannikkoliikenteen olevan samanlaisissa vaikeuksissa kuin sisävesiliikenne. Keskusteluissa arveltiin, että matkailullisesti ja Suomen matkailumaaimagon kannalta tärkeää olisi tukea ainakin rannikkoliikennettä Helsingin ja Hangon kautta Turkuun. Laajamittaisempaan

⁴⁶⁰ vrt. Ahvenainen ym. 1982, 285

⁴⁶¹ 120.000 olympialaisvierasta, H.S.21.11.1938

valtion osallistumisen mielekkyyteen ei uskottu.⁴⁶²

4.1.5.2.3. Markkinoinnin kultraamat? aallot

Tuotekehittely ja markkinointiviestintä yleistyivät. Mutta vielä 1920-luvulla sisävesi- ja rannikkoliikenne "mainosti" perin yksinkertaisesti:⁴⁶³

Valamon luostarin höyrylaiva
Sergij

toimittaa säännöllisiä laivamat-
koja laivaliikkeen alusta syyskuun 16 p:ään
saakka Valamon ja Sortavalan välillä.

Tämän jälkeen ilmoituksessa ilmaistiin aikataulut eli milloin lähdetin Sortavalasta ja milloin taas Valamosta. Myös hinnat - II ja III luokan - kerrottiin ja informoitiin, että tarkempia tietoja saatiin Sortavalan Valamon talolta. Ilmeisesti oletettiin, että turisteille oli itsestään selvää, miksi matkustaa Valamoon tai ainakin ettei se liiemmin ilmoittajaa kiinnosta - millain tavoin ei matkahalua ainakaan pyritty herättämään tai jo laantunutta elvyttämään. Jottei tulisi harmittavia hukkareissuja tyhjään laivalaituriin, asianmukaisesti sitten 16.6. ilmoitettiin aikataulun muutoksista.⁴⁶⁴ Sisällöltään samanlainen oli luostarin johtokunnan ilmoitus s/s "Valamon luostarin" toiminnasta.⁴⁶⁵

Sisä-Savon keskuksessa Savonlinnassa tiedotettiin, että "LEPPÄVIRTA-laivat lähtevät Savonlinnasta toistaiseksi tästä päivästä (26.09.1922) lukien klo 12.30 joka päivä"⁴⁶⁶ ja että Imatra II kulki Savonlinnasta Lappeenrantaan.⁴⁶⁷

⁴⁶² emt.

⁴⁶³ H.S. 29.5.1923

⁴⁶⁴ H.S 16.06.1923

⁴⁶⁵ Karjala 25.05.1939

⁴⁶⁶ Itä-Savo 26.09.1922

⁴⁶⁷ Itä-Savo 19.10.1922

Imatra II:n lähtö- ja paluuaikataulut ja väliasemien aikataulut ilmoitettiin, kunnes huomattiin, että liiallinen tieto oli turhaa ja jätettiin väliasemat kokonaan pois.⁴⁶⁸

Porvooseenkin oli tietenkin päästävä, ihastelemaan vanhaa sivistyskaupunkia, kuuntelemaan viisaita, hopea-ohimoisia naakkoja ja imemään suomalaista kansallistunnetta suvesta avautuneisiin runosuoniin. Ja jo miellyttäviin alkuväriinöihin pääsisi kun kulku kävisi vesitse läpi alkukesän vehmaan saariston ja - "Runebergilla". Ilmoitus matkasta oli toki paljon yksinkertaisempi.⁴⁶⁹

HÖYRYLAIIVALIIKE
"J.L.Runeberg" tekee

HUVIMATKAN
Porvooseen

sunnuntaina kesäluun 12.p.
Helsingistä klo 10 ap
Porvoosta klo 7 ip
poiketen laitureissa
Lippujen hinnat I lk 35,- , II lk 25,-

Alkeellisina kilpailukeinojen käyttönä voidaan nähdä nimityksen 'huvimatka' käyttö ja "luokkapohjainen" hintaporrastus. Ja kesän alkuun läntisessä Suomessa turkulaisten oli tilaisuus "huomenissa" huvimatkalle Naantaliin.⁴⁷⁰ Höyrylaiva Ahti veisi ilmoitettujen aikataulujen mukaisesti Naantaliin ja toisi myös takaisin. Naantaliin mentäisiin huvimatkalle⁴⁷¹, joka sanoisi myös sanottavaksi tarkoitettun.

Huvimatkoja Naantaliin
sunnuntaina t.k. 2 p:nä

Meritoimi O.Y

Juhannus aiheutti luonnollisesti monenlaista säpinää myös

⁴⁶⁸ vrt. Itä-Savo 25.10. 1922

⁴⁶⁹ H.S. 12.6.1928.

⁴⁷⁰ T.S. 1.6.1929

⁴⁷¹ kurs. J.A.

rannikko- ja sisävesiliikenteeseen. Ihmiset mielivät vesille keskikesän juhlaa viettämään, vehreille saarille tai vain suvi-illan lempeää kuulautta ja aamun hämyisää kajoa ihailemaan, laivuripiireissä uumoiltiin.

Helsingin liikeapulaisyhdistys paljasti tekevänsä virkistävän ja hauskan huvimatkan Suursaareen juhannuksena⁴⁷². Matkan hinnat ja aikataulut ilmoitettiin sekä mainittiin kyseessä olevan "harvinainen tilaisuus luonnonkauneuden ihailemiseen ja merimatkan sulosta nauttimiseen". Olisi lisäksi syytä pitää kiirettä, sillä lippuja oli vain vähän jäljellä. Aivan erityisen romanttisen sävytyksensä matka saisi, koskapa puksutettaisiin runollisella s/s Runebergilla. "Yleisö Tervetuloa" -kutsu päätti mainoksen.

Ilmeisesti yleisö ei kumminkaan ollut niin innostunut, sillä lippuja lienee ollut vielä 21.06 jäljellä⁴⁷³, jolloin ilmoitettiin sitten "hauskasta ja virkistävästä merimatkasta". Liikeapulaiset eivät tohtineet enää kasvollista järjestämisaktiivisuuttaan mainita. Juhannuksen jälkeenkin "huvimatkalie luonnonihanaan Suursaareen" pääsi vaikkapa sitten s/s Sammolla.⁴⁷⁴

Muullakin toimittiin. Juhannuksen vuoksi muutettiin höyryl. Ahkeran Porin matkan aikatauluja⁴⁷⁵ ja s/s Jämsä Päijänteellä ilmoitteli ylimääräisestä matkasta, kuitenkin sellaisesta, että "vakinaiset vuorot laiva suorittaa keskeytymättä"⁴⁷⁶ ja vahvensi vielä juhannuksen edelleen lähestyessä matkan ylimääräisyyden.⁴⁷⁷

Tietynlaisen matkailuelinkeinojen välisen yhteistyön alkua

⁴⁷² H.S. 18.06.1922

⁴⁷³ H.S. 21.06.1922

⁴⁷⁴ H.S. 27.06.1922

⁴⁷⁵ H.S. 21.06.1922

⁴⁷⁶ H.S. 16.06.1922

⁴⁷⁷ H.S. 21.06.1922

oli nähtävissä jo 1920-luvun alkupuolelta. Matkatoimistot luonnollisesti olivat olleet rannikko- ja sisävesiliikenteen yhteistyökumppaneina jo aiemminkin, mutta tulevasta ilmoituksesta/mainoksesta oli nähtävissä myös VR:n ymppääminen pakettiin: laivalla Hankoon ja junalla takaisin.⁴⁷⁸

HANGON HUVMATKAILIJOILLE
huomautetaan, että
höyrylaivat
"Oihonna" ja "Torneä"
lähtevät Helsingistä Hankoon
sunnuntaina t.k. 30 p:nä
klo 10 a.p.

HUOM! Alennuslippuja junamatkoineen
Hangosta Helsinkiin saatavana
Suomen Matkailutoimistosta

Elinkeinoon sisällä, ja ainakin syvällä Hämeessä, tehtiin myös yhteistyötä. "Tarjanne" ja "Pohjola" osallistuivat yhteiseen ilmoitukseen, ja selvänä oli nähtävissä myös "Innon" aikataulut "Tampereen laivoihin".⁴⁷⁹

s/s Tarjanne ja Pohjola
Tampere-Ruovesi-Virrat-Toisvesi.
Vilppula-Ruovesi-Vilppula.
s/s Into
Ruovedeltä Tampereelta saapuvan laivan tultua

1930-luvulla sisävesilaivojen markkinointiviestintä moninaistui. Perin yksinkertaiselta näytti kumminkin vielä Loviisan Höyrylaiva Osakeyhtiön mainos kolmikymmenluvun puolivälistä. Toki saattoi niinkin olla, että kylpylän ja eritoten Suursaaren mainitseminen riittivät jo matkailuapelleiksi. Mainoksen lihavoitu huutomerkki lienee osoittanut ääneensuosittelun voimallisuutta.⁴⁸⁰

⁴⁷⁸ H.S. 29.07.1922

⁴⁷⁹ H.S. 10.07.1922

⁴⁸⁰ Suomen Matkailulehti 1935:6, 84

LOVIISAN KYLPYLÄ
ja
SUURSAARI
ovat

tämän kesän matkojen
päämäärät

Matkustakaa
"LOVISA"
-laivalla

!

LOVIISAN HÖYRYLAIVA
OSAKEYHTIÖ

Mutta selvänä PR-toimena oli sitten jo nähtävä esimerkiksi sanomalehtimiesten kuljettelu Päijänteellä.⁴⁸¹ Ja tietenkin kestityt toimittajat tuolloinkin kirjoittivat, jopa toki naiivisti mainiten matkan suhdetoimintaluonteeseen... Suomi on sisävesireittien luvattu maa... suunnitelkaa jo nyt kesäiset laivamatkanne!... Lisäksi kun kirjoittaja antoi ymmärtää nähneensä muutakin maailmaa, niin vaikutus oli tietenkin mahtavampi. Myös pedagoginen ote oli nähtävissä:

"...Joitakin vuosia sitten sanottiin, että Päijänne oli "uudestaan keksittävä". Sanonta on oikea. Siitä tulin vakuutetuksi osallistuttuani viime kesänä sanomalehtimiehille järjestettyyn retkeilyyn, joka uloitettiin Saarijärvelle saakka. Mikä mainio matka! Jos Päijänteen tapainen järvi olisi olemassa esim. Saksassa tai Ranskassa olisi sillä matkailun kannalta ainutlaatuinen kantavuus. Emme vielääkään ole vielä oikein heränneet tajuaamaan omia mahdollisuuksiamme. Sisävesireittien alalla Suomi on voittamaton..."

Ajoin uusittu kestitys ei suinkaan ollut jäljetöntä; Uuden Suomen "hyvin huollettu" toimittaja surutta ylisti 1930-luvun kannustavaan raportointityyliin Päijännettä ja Päijänteen laivayrittäjiä laajassa artikkelissaan.⁴⁸² Paitsi luonnonattraktiota sinänsä toimittajan "aikaan sidottuna" tehtänä oli aprikoida järvimatkailun soveltuvuutta tulevien

⁴⁸¹ Matkailumaailma 1939:2, 6

⁴⁸² "Suomen jylhin järvi" houkuttelee jatkuvasti matkailijoita. Neljä laivaa kyntää päivittäin Päijänteen päästä päähän, U.S. 16.07.1939

olympiaturistien viihdykkeeksi - muutamien lähinnä kosmeettisten parannusten jälkeen tuo jylhä järvi moottoroituine, moderneine kuljetuspalveluineen sellaiseksi mainiosti kelpaisi. Mielenkiintoista oli niin ikään nähdä sanomalehtimiehen neuvojan rooli myös laituriasioissa!

Päijännettä matkakohteena ei voinut kyllin kehua, olivathan myös ohjeelliset matkakirjat, -oppaat⁴⁸³ ja -kertomukset sen ainutkertaisuutta kansallishenkiseen tyyliin ja jopa symboloiden jo aikoja suitsuttaneet; realistinen ote näkyi taas piiloisena, ekplisiittisesti kiellettyinäkin, näennäisihmettelynä k.o. järvimatkailun kannattavuudesta - tiedossa siis olivat elinkeinon yleiset taloudelliset vaikeudet.

"Ei ole lainkaan ihmettelemistä, että Päijänteen sisävesireitti tänä kiireen ja touhun aikakautenakin yhäti kannattaa. Päijännettä on sanottu maamme jylhimmäksi järveksi ja kyllähän se sitä onkin. Sen erinomaiset rannat, jyrkkäkallioiset saaret, somat, vehreät niemet ja kapeat salmet lipuvat verkalleen katkeamattomana kuvaelmana ohii. Savua työntävät tehtaanpiiput eivät häiritse Päijänteen rauhallisten rantojen korpitunnelmaa ja asutuskin on kuin hienotunteisesti paennut pois rantaäyräiltä vihreitten metsien pimentoihin. Kun vielä otamme huomioon, että tämä jylhä ja erämaarantainen suurjärvi sijaitsee aivan suurten ja vauraiden asutusseutujen keskellä ja on mitä välittömimmässä yhteydessä pääliikenneyhteyksiemme kanssa, niin ymmärtää, miksi juuri Päijänteen laivareittikin on pysynyt vuodesta toiseen kannattavana."⁴⁸⁴

Artikkelissa kiinnittyi huomio myös siihen oivalliseen tapaan, millä toimittaja kätkeytysti osoitti Päijänteen, jylhyydestään huolimatta, sijaitsevan keskellä sisä-Suomen suvista äidinsyliä - mitkään modernit palvelut eivät olleet kaukana. Päijänteen saavutettavuus olisi erinomainen: Vain

⁴⁸³ ulkomailakin - vrt. esim. VA, SMLA. Suomen-Matkojen mainosarkisto 1926, 1930, 1932, 1935-1941. Päijänne, Finlandsväckraste turistled. Publ. Finlandsresor, s.a., 2, Ha 14

⁴⁸⁴ "Suomen jylhin järvi" houkuttelee jatkuvasti matkailijoita. Neljä laivaa kyntää päivittäin Päijänteen päästä päähän, U.S. 16.07.1939

muutaman tunnin ajomatkan päässä maamme urbaaneina sykkivistä einhermoista voisi tavoittaa jäljittelemättömän järvisen korpimaiseman ja sen kiireisenä hetkuvan ihmispolon rikkinäisiä hermoja tyyneydellään rauhoittavan luonnonidyllin.⁴⁸⁵

Päijänteellä kokisi jotain esiteollisen savutonta, hiiskumatonta, touhukkaitten ihmisten kimeä, mitäänsanomaton sosiaalijokellus ei häiritsisi - asutus oli kaikonnut metsään, sen pimentoihin. Suositteluksi oli luettavissa myös hyväksyvä puuskahdus... "laivareittikin pysynyt vuodesta toiseen kannattavana". Toiset ihmiset olivat sisävesiliikenteen onnelan jo löytäneet, löydä sinäkin auvon ulapat!⁴⁸⁶

Taannoin esitetty "Runebergin" kaupallinen ilmoittelu oli vielä 'tunkeilematonta', mutta jo 1930-luvulla "Heinävesi I" ja "Heinävesi II" mainostivat itseään nopeakulkuisina ja mukavasti sisustettuina, ensiluokkaisina höyrylaivoina, joilla toimi hyvä ravintola ja jotka harjoittivat päivittäistä matkailuliikennettä Kuopion ja Savonlinnan välillä.⁴⁸⁷ Nopeus, mukavuus ja säännöllisyys olivat siis Heinäveden aalloilta kuultavia iskusanoja.

Hintaa ja jakeluteitä kilpailukeinoina painotettiin puolestaan Jyväskylässä: Jyväskylä-Päijänteen Laiva Oy ilmoitteli HL-Suomen ja Jyväskylän ja HL-Tehin matkojen hinnat sekä mistä matkalippuja oli saatavissa.⁴⁸⁸ Ja ylistäen Saimaan taivaalle Saimaan Höyrylaiva Oy suitsutti slogania suurjärvellä vietetystä "ihanasta iltapäivästä": "...Olemme varmat, että matkaanne olette tyytyväinen"..⁴⁸⁹ Mikä mahtoikaan olla sivulauseen sanajärjestysinversion kaupallinen syy?

⁴⁸⁵ emt.

⁴⁸⁶ vrt. emt.

⁴⁸⁷ Suomen Matkailu 1937:3, 33

⁴⁸⁸ emt. 34

⁴⁸⁹ emt. 35

Leppävirralla puolestaan markkinoitiin monisanaisesti:⁴⁹⁰

"Suunnitelkaa kesämatkanne Saimaan vanhimmalle ja ihanimmalle laivareitille:

SAVONLINNA-RANTASALMI-VARKAUS-LEPPÄVIRTA-KUOPIO,
jolla linjalla välittävät liikennettä tunnetusti
ensiluokkaisesti sisustetut

LEPPÄVIRTA - laivat
Laivoilla ensiluokan ravintola

Matka liittyy rautateiden rengasmatkoihin N:o
9.11.12.16.

Laiva lähtee Savonlinnasta kello 13.15, Kuopios
ta kello 13.55.

Laivoille puhelin Savonlinnassa 205 . Kuopios
sa 492

LEPPÄVIRRRAN HÖYRYLAIVA OSAKEYHTIÖ

LEPPÄVIRTA . PUHELIN 53"

Kaupallisina vetoomuksina Leppävirralla käytettiin siis
niin sisustuksen kuin ravintolankin ensiluokkaisuutta,
osuutta VR:n rangasmatkoihin - ja puhelinta saavutettavuut-
ta parantamassa.

Silkka tuotekehittelyyn liittyvä pikkuparannus oli Petsamon
merimatkan ja -matkailun sujuvoitus. Matkailuelinkeinokin
hyötyi kuljetuksen nopeutumisesta hyisellä Jäämerellä,
eräänlainen Jäämeren sight-seeing -risteily mahdollis-
tui:⁴⁹¹

"...tähän saakka on käyntiin Heinäsaarilla ja
Kalastajan saarennon kylissä tarvittu koko päivä
sillä "Juho Vesainen" on sekä meno-että tulo
matkallaan poikennut kaikissa laitureissa sekä
yöpynyt Vaitolahdessa...Ensi kesänä aiotaan
järjestää laivavuorot siten, että se vain toiseen
suuntaan kulkiessaan tekee postin jättö- ja nouto
poikkeamisensa eri kyliin ja toiseen suuntaan
kulkee Vaitolahden ja Trifonan ja ensi kesänä
myös Liinahamarin väliä missään poikkeamatta.
Tällöin voidaan koko matka edestakaisin suorittaa
yhdessä päivässä."

⁴⁹⁰ Suomen Matkailu 1937:3, 25

⁴⁹¹ Ensi kesänä Petsamon matkat yhä nopeammiksi, Kaleva
14.01.1932

Niin ikään tuotekehittelyä ja laivojen käyttöä ns. sight-seeingissä tai päiväreissuissa voitiin tulkita pienestä s/s Degerön ilmoituksesta. Tehtiin pieniä *ekskursioita* jonkin nähtävyyden tai maiseman ihailun "pohjalta". Piipahdukset olivat arki- ja jokapäiväistyneet: Ne saattoi kuulua vaikkapa jonkin kaupungin "näyttelypakettiin". Tai kyseessä voi olla vain hermoja lepuuttava *päivittäisen työnteon jälkeinen rento lipuminen iltaisella merellä.*⁴⁹²

s/s Degerö

Kiertomatka luonnonkauniin Degerön saaren ympäri joka ilta
Lähtö pohjoissatamasta klo 20.00

Samanlainen yhden tai muutaman päivän *ekskursio* oli *retkeilijöille* tiedossa Karjalassa.⁴⁹³

VENÄJÄNSAARI

on kaikille viehättävä *retkeilypaikka*.
Laivat Linnansillalta tänään kello 17.30 sekä huomenna kello 9.20 ja 13.30. Paluu kello 14.00

Nyt propagoitiin itse kohdetta. Laivat ilmaisesti olivat jo tuttuja. Myös juhannuksen viettoon saareen pääsisi.⁴⁹⁴

Myös ulkomailta pyrittiin asiakkaita hankkimaan. Siten sisävesiliikennettä mainostettiin myös Suomen ulkomaan matkailuoppaissa.⁴⁹⁵

Sisävesilaivamatkailun etuina korostettiin sen aikataulujen noudattamista, kannelta avautuvien maisemien kauneutta ja matkustamisen luonnonläheisyyttä. Oltiin jopa niin kaupallisen ponnekkaita, että väitettiin, että mikään matka Suomessa ei ole täydellinen ilman kulkua sisävesilaivoil-

⁴⁹² H.S. 20.06.1939

⁴⁹³ Karjala 17.06.1939

⁴⁹⁴ Karjala 22.06.1939

⁴⁹⁵ esim. Blomberg 1933, 25

la.⁴⁹⁶

4.5.1.2.4. Tyrskyävät koskiveneet

Omalaatuinen sekä liikennöimiseen että matkailutuotteen diversifioimiseen liittyvä ilmiö oli ns.koskivene liikenne.⁴⁹⁷ Pohjoisilla koskilla oli ollut veneilyä jo historian hamasta ja ennen kaikkea tervanpolttokaudella ja autonomian loppuun mennessä sen matkailuattraktiomerkitys oli jo selkeä. Niinpä jo 1920-luvun matkailuoppaassa valiteltiin sitä, että Heinolan läheisyyden Mankalan koskissa ei enää kyennyt koskenlaskuun.⁴⁹⁸ Mutta Oulujoen kosket olivat vielä avoinna matkailijalle ja 1900-luvulla - moottoriveneiden yleistyttyä - koskivenekuljetus ja -matkailu lisääntyi huomattavasti.

Alkuun ongelmallinen koskivene matkailijoiden majoittaminen helpottui, kun Matkailijayhdistys jo vuonna 1912 osti Uutelan matkailumajan "kuohujen rakastajain" yöpymistarvetta tyydyttämään sekä yleensäkin Oulujoen koskiveneilyä kohentaakseen. Liikenteen suosio kääntyiikin 1920-luvun alussa nousuun: vuonna 1920 kuljetettiin 1300 koskivene matkailijaa ja 1922 jo 1750 eli veneiden käyttö oli kasvanut yli kolmasosan.⁴⁹⁹

Reitillä Kajaanista Ouluun kuljettiin Vaalasta lähtien tervaveneellä, semmoisella jolla aiemmin oli kuljetettu Oulun kuuluisaa tervaa. Ensimmäinen laskettava koski oli Niskakoski, joka oli yhdeksän kilometriä pitkä. Sitten olivat vuorossa Ahmakoski ja 18-kilometrinen Pyhäkoski. Koskien välillä oli tyynempää jokialuetta, jonka aikana pystyi unohtamaan edellisen kosken tarjoamat jännittävät hetket tyrskyävän veden keskellä ja kallioisen rantapenke-

⁴⁹⁶ vrt. emt. 25

⁴⁹⁷ Finland for Holiday-makers 1922, 49, liite 16, oikea alakuva, vrt. 6 Tours in Finland 1931, 9

⁴⁹⁸ Rosberg 1920, 19

⁴⁹⁹ Jääskeläinen 1987, 87-88

reen läheisyyden. Näin kuvailtiin varhaista matkantekoa ja sen elämyksellisyyttä vuoden 1920 matkaoppaassa.⁵⁰⁰

Matkailijayhdistys hankki enenevästi koskiveneitä omistukseensa ja vuonna 1925 niillä kyettiin kuljettamaan 54 matkustajaa päivässä ja lisäveneet käyttöön ottaen jopa 90.⁵⁰¹

Matkailijayhdistyksen koskiveneliikenne nousi vuonna 1929 yli kahteen tuhanteen matkajaan (2139) mutta lamavuodet 1930-1934 olivat laskevan käytön vuosia, vaikka Vaalan-Muhoksen reittiä liikennöitiin vuodesta 1931 päivittäin.⁵⁰²

Vuodesta 1932 liikkumisen nopeus kasvoi huomattavasti kun suvannot ja tyynemmät joen osat ohitettiin junalla. Vaalasta laskettiin Nuojuaan veneellä, sitten junalla Ojalanojalle ja sitten taas veneellä Pyhäkoskea alas Muhokselle. Koskivenematkailun suosio kasvoi vuodesta 1935 vuoteen 1937 3/4 - 4/5; jälkimmäisenä vuonna peräti 4588 matkailijaa nautti Oulujoen kuohuista.⁵⁰³ Oulujoen suosittua koskenlaskua mainostettiin aina 1930-luvun loppuun saakka.

Elämyksellisyyttä ja elämän kiihkoa luonnollisesti käytettiin reklaamien vetonauloina. Matkailijaa kehoitettiin kokemaan "jännityksen täyteinen hetki" Oulujoen koskilla⁵⁰⁴ tai vedottiin siihen hurmioon, joka ihastuttavat kuohuedet pärskeisillä kasvoilla saavutetaan mahtavan Oulujoen koskia kevyesti tanssivissa, läiskyttävissä koskiveneissä; se on vieläkin "kokonaisempaa" kuin ihailta valjastettua Imatraa.⁵⁰⁵

⁵⁰⁰ Rosberg 1920, 22

⁵⁰¹ Jääskeläinen 1987, 87-88

⁵⁰² emt.

⁵⁰³ Jääskeläinen 1987, 87-88

⁵⁰⁴ Matson 1938, 30

⁵⁰⁵ vrt. Blomberg 1933, 6

Koskiveneliikenteelle potentiaallinen onnen potku oli Vaalan reitin valinta yhdeksi sanomalehtimiesten kestitys ja "kyyditys" kierroksen etapiksi 1930-luvun alkupuolella. Toivottiin ja uskottiin, että innostuneet pohjoismaiset lehtimiehet levittäisivät hurmioitunutta eulogiaansa yli Skandinavian lukevan matkailuyleisön:⁵⁰⁶

"Vaalasta lähti retkikunta eilen puolen päivän aikaan koskiveneillä laskemaan Oulujoen kuulut kosket.

...Kun Niskakoski oli laskettu aurinkoisen ja kauniin sään vallitessa siirryttiin Nuoluasta junalla Ojalanojan seisakkeelle ja siitä jälleen koskiveneellä kuohuja pitkin Muhokselle.... Erikoisesti Oulujoen kosket olivat heitä kiinnostaneet ja kamerat olleet ahkerassa käytännössä, joten filmirulliin kertyi monta kaunista palasta tästä turistireitistä. Monet heistä sanoivat, että nämä kosket olivat matkan tähänastisista reiteistä paras."

Myös Pielisellä Kolille kuljetuksesta huolehti Matkailijayhdistyksen moottorivene kuten myös Petsamossa, jossa vuonna 1927 liikennöitiin Kolttakönkään ja Kirkkoniemen välillä.⁵⁰⁷

⁵⁰⁶ Skandinavian lehtimiehiä tutustumassa matkailureitteihin, Kaleva 14.06.1932

⁵⁰⁷ Jääskeläinen 1987, 89

4.2. Matkatoimistot: hiljaisia mutta toimeliaita - ekskursion lähinnä Suomen Matkatoimiston historiaan⁵⁰⁸

Vuosi 1909 oli merkittävä vuosi matkailussa. Silloin ihminen kävi tietävästi ensimmäistä kertaa maapallon molemmilla navoilla: Shackletonin retkikunta saavutti magneettisen etelänavan tammikuussa ja huhtikuussa Pearyn retkikunta tavoitti pohjoisnavan. Samana keväänä 12.4.1909 - perustettiin myös maamme ensimmäinen varsinainen matkatoimisto, *Suomen Matkailutoimisto* - vuodesta 1919 *Suomen Matkatoimisto*

Rautatiehallitus, Suomen Matkailijayhdistys, Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiö, Helsingin Höyrylaiva Oy ja Höyrylaiva Oy Bore sopivat yhteisen matkailija- ja matkatoimiston perustamisesta ja hoitamisesta 2. helmikuuta 1909. Perustetun toimiston nimeksi otettiin Suomen Matkailutoimisto - Finland Turist- och Resebyrå. Saman vuoden kesäkuussa toimistoon liitettiin Valtionrautateiden vuonna 1897 perustama lipputoimisto.

Matkatoimiston toimenkuvaksi muodostui sekä kotimaahan että ulkomaille suuntautuvan matkailualan erityispalvelujen - laiva- ja junaliput, hotellivaraukset yms. - ohessa *Suomeen suuntautuvan matkailun kehittäminen ja markkinointi*. Ulkomailta Suomeen suuntautuva matkailumarkkinointi suuntautui erityisesti Englantiin - toimiston ulkomaisena edustajana toimi Thos. Cook & Son - ja Saksaan - Verkehrsbüro Norden. Muita perustamisvuonna solmittuja agenttisuhteita olivat ranskalaisen Wagons-Lits -organisaation sekä saksalaisten Norddeutscher Lloydin ja Hapagin kanssa tehdyt sopimukset. Mainittakoon, että Verkehrsbüro Nordenia lukuunottamatta edellämainitut edustussopimukset olivat voimassa vielä yli 70 vuotta myöhemmin!

Yhteistyössä Suomen matkailijayhdistyksen ja Suomen Höyrylaiva Oy:n kanssa toimisto suunnitteli jo alkuvuosinaan suuren osan yhä nykyään suosituista *sisävesireiteistä*. Myös näitä pyrittiin tekemään tunnetuiksi ulkomailta matkailun

⁵⁰⁸ Suomen Matkatoimisto 1979 ellei toisin mainita.

Suomi-kuvaa luotaessa. Maailmansota katkaisi kuitenkin lupaavasti alkaneen kehityksen - toisaalta tällöin matkatoimiston toiminta ja asiakaspiiri saivat uudenlaisen piirteen: Venäjän yhteiskunnalliset järjestykset saivat aikaan tuhansien ihmisten joukkopaon länteen, ja heidän 'matkajärjestelyistään' vastasi usein matkatoimisto.

Uusi vaihe toimiston kehityksessä koitti ensimmäisen maailmansodan jälkeen olojen vakiintuessa. Vuonna 1919 siitä muodostettiin itsenäinen osakeyhtiö *Finlands Resebyrå Ab - Suomen Matkatoimisto Oy*. Matkailun kehitys koki kaksi voimakkaasti nousujohteista vuosikymmentä - tästä kertoo osaltaan toimiston henkilömäärän kasvaminen 9 työntekijästä 65 työntekijään vuosina 1922-1939. Myös organisaatiotasolla toiminnan kehitys monipuolistui: perustettiin erityinen 'kotimaanosasto', jonka palvelualaan kuuluivat metsästys- ja kalastusmatkat sekä sightseeing Helsingissä ja sen ympäristössä; *opaspalveluosasto* puolestaan valtamerilaivojen matkailijaryhmiä varten sekä *seuramatkaosasto* koti- ja ulkomaan matkoja varten.

Järjestetty koti- ja ulkomaan seuramatkailu alkoi 1930-luvun alussa. Matkat tehtiin laivalla yli Itämeren Stettiniin ja sieltä edelleen rautateitse eri puolille Eurooppaa. Vuonna 1938 pisin reitti suuntautui Italiaan asti. Kotimaanmatkailua varten maamme ensimmäinen turistibussi oli hankittu jo vuonna 1928.

Matkailun oheispalveluihin kuin myös henkilökohtaiseen myyntityöhön alettiin kiinnittää lisääntyvästi huomiota. Vuonna 1933 järjestettiin maamme ensimmäiset 2½ kuukautta kestävät *opaskurssit*: 1930-luvun lopulla eri puolilla maata oli tämän toiminnan tuloksena jo yli 200 koulutettua opasta.

"Nykyään on Suomen Matkatoimistolla parisataa kouluutettua henkilöä, jotka tarpeen vaatiessa ovat opastuksen käytettävissä. Sen lisäksi on matkatoimistolla kesäaikana Turun, Viipurin ja Helsingin rautatieasemilla palkatut tulkkinsa, jotka tunnetaan erityisistä virkapuvuista ja jotka maksutta antavat opastusta matkailijoille, yhden tekevää ovatko he Matkatoimiston asiakkaita vai ei."⁵⁰⁹

1930-luvun alussa aloitettiin myös kiertoajelut, aluksi Helsingissä sekä myöhemmin myös Viipurissa ja Turussa. Ensimmäinen kotimainen 'matkailuauto' - moottoria lukuunottamatta tämä Sisu oli kokonaan kotimaista tekoa - valmistui v.1938 Suomen Matkatoimiston ja Suomen Autoteollisuus Oy:n yhteistyönä.

Eräänlaisen kuvan Suomen ensimmäisen loma- ja virkistysmatkoja tuottaneen organisaation toiminnasta saa seuraavista aikansa matkailutodellisuutta yhtiön näkökulmasta kuvaavista katkelmista. Otteet ovat Suomen Matkailutoimiston / Matkatoimiston johtoryhmän pöytäkirjoista:⁵¹⁰

Vuonna 1910 "...myytiin karhunkierroksia yhteensä 830 markalla. Saadut tulot tuloutettiin seuramatkatilille."

Vuonna 1911 tehtiin "...Vakuutusyhtiö Sampon kanssa sopimus matkatavaravakuutusten myynnistä entistä edullisemmin ehdoin."

Vuonna 1912 toimisto "...sai oikeudet myydä Preussin rautatielippuja sekä Thomas Cookin lippuja määrätuille reiteille Ranskassa, Italiassa ja Sveitsissä."

Vuonna 1912 "...toimisto painatti 10 000 kappaletta esitettä 'Suomen kautta St. Petersburgiin'. Tämä englanninkielinen esite levitettiin pitkin Eurooppaa. Ulkolaisiin lehtiin välitettiin artikkeleita keväällä 1912 järjestetyistä Savonlinnan copperajuhlista."

Vuonna 1919 "...toimisto mainosti kolmivärisin öljyväreiplaaktein Helsingin mainospylväissä."

Kesällä 1920 "...tulivat ranskalaiset lentokoneineen harjoittamaan yleisölennätyksiä. Matkatoimisto myi niitä kesäsyyskuussa yli 30 000 markan edestä."

⁵⁰⁹ Matkailumaailma 1938:2, 13

⁵¹⁰ Tekijän SMT:n kanssa elokuussa 1992 käymä kirjeenvaihto.

Vuonna 1925 päätti toimiston johtokunta "...valtuuttaa toimitusjohtajan tilaamaan AB Walfrid Alfthanilta tulleen

tarjouksen mukaisesti FIAT malli 603 alustalle rakennetun char-a-bane korilla varustetun 20 hengen bussin turistien kuljettamista varten."

Laajeneva toiminta sai aikaan kovin modernin ilmiön: kaikki eivät jaksaneet pysyä kaidalla tiellä. 15.2.1926 pidetyssä johtokunnan kokouksessa "todettiin erään toimiston ekspeditöörin lähteneen matkalle Ruotsiin. Muutamia päiviä matkaa ennen hän oli myynyt suuren määrän matkalippuja asiakkaille, pisti rahat omaan taskuunsa ja hävitti tositteet. Päätettiin lähettää sähköitse pidätyspyyntö Tukholmaan."

Tosin epärehellinen työntekijä palasi takaisin, korvasi aiheuttamansa vahingon (yht. 15 999 mk) sekä maksoi lisäksi pidätyskehotussähkeestä aiheutuneet kulut. Asia painettiin villaisella. Samana kesänä toimisto "...mainosti Helsingin raitiovaunuissa plakaatein 4 000 mk:n edestä."

Vuonna 1928 "...hankittiin toimistolle käytettynä Pontiac Sedan -mallinen henkilöauto etupäässä aloitettavien metsästyks- ja kalastusmatkojen kuljetuksia varten." Ensimmäisen vuoden kokemusten perusteella "...vaihdettiin Pontiac tarkoitukseen paremmin sopivaan 6-sylinterisellä moottorilla varustettuun Hupmobile-merkkiseen ajokkiin."

Vuonna 1927 kävivät Eestissä rekisteröity lentoyhtiö A.S. Aeronaut ja Aero Oy "...yhteistyön lisäksi kiistaa lipunmyynnistä Suomessa." Lopuksi sovittiin, että SMT "...tilittää myymänsä liput Aerolle."

Vuonna 1929: "Perjantaina 12. huhtikuuta 1929 pidettiin henkilökunnalle 20-vuotisjuhla. Jokaiselle henkilökunnan jäsenelle ojennettiin muistolahja sekä 3 000 mk:n ylimääräinen palkkio." Vastaperustettu ensimmäinen kilpaileva matkatoimisto Maailma Oy "...ei saanut anomiaan lipunmyyntioikeuksia Suomen Matkatoimistolta."

Vuosi 1930 oli alkavasta lamakaudesta huolimatta toimelias: "Viipuriin perustettiin asioimisto, jota hoiti herra Yrjö Tammelin."
"Turkuun suunniteltua toimistoa ei sensijaan perustettu huonojen aikojen johdosta."
"Svenska Amerika -linjeltä chartrattiin matkustaja-alus Kastelholm, jolla tehtiin kaksi risteilymatkaa: yksi Helsinki-Tukholma-Visby ja yksi Helsinki-Tukholma risteilymatka."

Laman puristuksessa toimisto teki ensimmäisen tappiollisen vuotensa (-172 000 mk).

Vuonna 1931 "...perustettiin haaratoimisto Stockmannin uuteen liikepalatsiin pitkien neuvottelujen jälkeen. Henkilökunnaksi tähän pieneen 'kioskiin' määrättiin herrat von Hel- lens ja Åström."

"Tampereella aloitti asioimiston herra G.Ekström" ja "Tammisaaressa herra H.Calonius" molemmat "1 (yhden) pro- sentin myyntipalkkiota vastaan."

Metsästys- ja kalastusmatkat eivät menneet kaupaksi tarpeeksi hyvin ja tappiollisten koevuosien jälkeen ne lopetettiin. Toimiston hallussa ollut Hupmobil "...pantiin Helsingissä vuokra-auto eli taksiliikenteeseen."

Matkatoimisto Maailma Oy lopetti toimintansa 1.12.1931 kun SMT oli ostanut 3/4 sen osakkeista.

Vuonna 1932 ehdotti neuvostovenäläinen Inturist yhteistyön aloittamista SMT:n kanssa. Sopimus hyväksyttiin ja allekirjoi- tettiin molemmin puoli keväällä 1933.

Vuonna 1933 "...junalippuja Helsingistä Leningradiin myytiin 391 601 markan edestä."

Vuonna 1934 "...laajennettiin yhteistyötä Inturistin kanssa ja Moskovassa solmittiin sopimus 'om utfärdandet av bil- jettensvisningar för resor i Ryssland.'"

"Junalippuja Helsingistä Leningradiin myytiin 123 526 mar- kan edestä"; myynti oli siis laskenut alle puoleen edellis- vuodesta. Inturist-myyntiä vuoden 1934 tilinpäätöksessä oli 91 787 mk.

Vuonna 1935 SMT teki sopimuksen Aero Oy:n kanssa SMT:n lipun- myyntipisteen avaamisesta Turun lentopaviljongissa, jossa olleen lipunmyyntipisteensä Bore-yhtiö oli lopettanut. SMT otti tehtäväkseen "...suuremman varaston pääsylippuja Berlii- nin olympialaisiin, josta tehtiin sopimukset ryhmämatkoin järjestyksestä Urheilulehden, Idrottsbladetin ja Kuvaleh- den kanssa."

Inturist-myynti putosi lähes puoleen: "Inturist- myynti oli 56 286 markkaa" liikenteen itäjunilla pysyessä edellisvuo- den tasolla: "...junalippuja Helsingistä Leningradiin myytiin 139 819 markan edestä."

1930-luvun loppua kohti itäturismi ymmärrettävästi tyreh- tyi. Erityisesti lähenevät olympiakisat sekä uusia linjoja aukonut lentoliikenne suuntasivat katseet yhä kiinteämmin läntisestä Euroopasta aina mantereen ulkopuolelle asti. Euroopan kulku kohti suursotaa merkitsi kuitenkin matkailu-

toiminnan ratkaisevaa lamaa lähes kokonaiseksi vuosikymmeneksi.

Matkatoimistoelinkeinon toimenkuva mahdollisesti kirkastui, kun Suomen Matkailulehti kirjoitti uuden uutukaisesta talvimatkailusta ja matkatoimistojen auttajan roolista hohtaville hangille suunnistettaessa: "Miten ja minne talvella matkustaa?". Piletit, kustannuslaskeimat - niin koto-Suomessa kuin ulkomaan matkoillakin oli jätettävissä eksperttien järjestettäväksi. Artikkelin oli siis yhtä paljon matkatoimistojen kuin talvimatkailunkin puffi.⁵¹¹

"Miten siis talvella matkustetaan? Jos joukossanne vielä on joku epäilevä, joka ei oikein usko, että talvellakin voi matkustaa, niin kirvoittakaa hänet vanhentuneista ennakkoluuloista. Kun olette sen tehneet, kääntykää yhdessä hänen kanssaan lähimmän matkatoimiston puoleen ja pyytäkää toimiston opastusta. Toimisto tekee teille tietäväksi, että esim. Suomessakin on talvimatkailuun rajoittamattomat mahdollisuudet. He neuvovat teille urheilu- ja matkailuhotelleja, joissa on tilaisuus hiihtoon, mäenlaskuun, luisteluun ja muihin jaloihin talviurheiluihin. Matkatoimistojen tiedossa on myöskin piletien hinnat, nimitäin miten paljon rautatie- tai muut matkat tulevat maksamaan haluamaanne paikkaan. Heidän välityksellään saatte piletitkin... Matkatoimistot opastavat ja auttavat teitä matkustamaan ulkomaillekin. Heidän asiantuntijansa laativat kustannusarvioita ja hankkivat pilettejä. Turvautukaa aina heidän apuunsa matkoja suunnitellessanne."

Suomen Matkatoimisto ei toki ollut ainoa - vaikkakin kiistatta suurin - matkailualan erikoispalveluja tuottava järjestö maassamme 1920-luvulla. Yhtenä mainittakoon Matkatoimisto Finlandia Helsingissä. Jo 1920-luvulla se mainosti Punkaharjun perinteikästä Valtion Hotellia, joka "oli ihanassa seudussa".⁵¹²

⁵¹¹ Suomen Matkailulehti 1934: 3-4, 15

⁵¹² H.S. 10.06.1922

Ollen ihanassa seudussa

**PUNKAHARJULLA
VALTIONHOTELLI**

Tarjoaa täysihoidon lyhyehköksi tai pitemmäksi aikaa Suomen kauneimmalla ja terveellisimmällä paikalla erittäin kohtuullisin hintoihin

Hierontaa ja lääkekylpyjä saatavana

Tarkemmin suoraan hotellista
tai Matkailutoimisto Finlandiasta,
Helsinki, Unioninkatu 15, Puhelin 4957

Muita matkatoimistoja olivat Sampo Tampereella sekä Valtion retkeilylautakunnan alainen Koulumatkailutoimisto. Matkan järjestelyjensä ja matkakohteittensa kautta matkatoimistot hankkivat ystäviä. Matkatoimisto ei juuri itseään mainostanut: teot puhukoot!⁵¹³

Ihana kesäinen matka
LINJA-AUTOLLA PETSAMOON

Hinnat edestakaisin Tampereelta 600,-
Matkalle lähdetään Tampereelta 23.7.1939 ja reitti kulkee Jyväskylän, Kuopion, Kajaa nin, Kuusamon, Kemijärven, Sodankylän kautta Liinahamariin, josta retken osanot tajilla on tilaisuus "Jäämeri"-laivalla käydä Vaitolahdessa. Paluumatka tapahtuu Ivalon, Rovaniemen, Oulun, Viitasaaren, Jyväskylän kautta Tampereelle.
Ohjaajana ja oppaana toimii herra F.Kovana n, jolla on monivuotinen kokemus Petsa mon-matkojemme ohjaajana

MATKATOIMISTO SAMPO

Tampere, Keskustori 1
puh 3673

Matkailijan näytenumeron etukannen takaosassa vuodelta 1935 Koulumatkailutoimisto suositteli sitten jo "sopivaa joululahjaa, huokeahintaista seuramatkaa Berlinin olympialaisiin". Myös naapurin Tallinnassa oli hyvä piipahtaa ja oli toki pidettävä kiirettä: liput uhkasivat loppua käsistä.⁵¹⁴

⁵¹³ esim. H.S. 26.5.1939

⁵¹⁴ H.S. 26.5.1938

Helluntaina TALLINNAANI

27.-29.5.

Pitäkää kiirettä! Vain pienempi määrä lippuja enää myymättä

KOULUMATKAILUTOIMISTO

Seuramatkaosasto

Linja-autoasema Simonkatu 3 A

1930-luvulla perustettiin Työväen Matkailuliiton alainen Kansan Matkatoimisto sekä Kaleva.⁵¹⁵

Kalevan toimitusjohtajan Erkki Virmailan haastattelusta Kalevan perustamissyystä korostui paitsi matkailukysynnän kasvu niin myös suomalaisen matkatoimiston tärkeys, semmin-kin kun suomalaiset olivat, arveltiin, aivan kelpoisia matkatoimistoyrittäjiksi.⁵¹⁶

"Syynä Matkatoimisto Kalevan syntyyn on matkailu harrastuksen jatkuva kasvu Suomessa ja siitä johtunut suomalaisen matkatoimiston perustamisen tarpeellisuus. Painavana seikkana toimistoa suunniteltaessa oli myös se, että tänne on useam-
paan otteeseen yritetty saada pystyyn ulkolaisia matkatoimistoja ja yritetään kaiketi vastaisuudessaakin. Tämä on mielestäni väärin, sillä kyllä matkailualakin on saatava pysymään suomalaisissa käsissä. On päästävä siihen, että ulkolaiset matkailufirmat myöntävät edustuksensa suomalaisille matkatoimistoille, sillä Suomessa pystytään ne hoitamaan aivan mallikelpoisesti."

Kalevan apelliksi muodostuikin juuri suomalaisuus. Kaleva Oy oli "ainoa suomalainen matkatoimisto", ja kaikkia isänmaallisia suomalaisia lähestyttiin vetoomuksella/käskyllä: "Kannattakaa suomalaista matkailua!".

Matkatoimistoelinkeino kiinnosti luonnollisesti Suomen matkailuväkeä. Ennen muuta pyrittiin siihen, että Suomeen saadaan kelvollisia alan yrittäjiä estämään markkojen valumasta ulkomaisten matkatoimistojen pussiin. Oli kiinnitettävä huomio palvelujen laatuun ja luotava matkatoimistojemme toiminnoista kilpailukykyiset ulkomaan yrittäjien

⁵¹⁵ Lappalainen 1987, 13

⁵¹⁶ Matkailija, näytenumero 1935, 20

palveluihin nähden. Tätä varten oli luonnollisesti otettava selko kansainvälisten kuluttajien vaatimustasosta ja tottumuksista, joihin nojaten sitten myös oma "service" rakennettaisiin:⁵¹⁷

"...on paikallaan kiinnittää entistä suurempaa huomiota myös matkatoimisto-oloihimme. On täysi syy koettaa kaikin tavoin tukea näiden tervettä kehitystä, ei ainoastaan siten, että matkailumme hoitaminen turvataan suomalaisiin käsiin, vaan myös siten, että se pystyy pätevästi tyydyttämään ulkomaisten matkailijoiden suuret vaatimukset. Vain viimeksi mainitusta seikasta huolta pitämällä voi ulkomaisten matkailijoiden huolto säilyä suomalaisten matkatoimistojen käsissä tarvitsematta pelätä ulkomaisten matkatoimistojen kilpailua esimerkiksi siinä muodossa, että ne perustaisivat omia matkatoimistoja maahan. Asian luonteesta johtuu, että täysin suomalaisenkin matkatoimiston tulee toiminnassaan kansainvälisellä tasolla täyttääkseen ne toiveet ja vaatimukset joita sille ja ennen kaikkea juuri suomalaiselle toimistolle on asetettava maattamme ulkomaalaisen silmissä edustavana ja mainostavana."

Matkatoimistoyrittäminen nähtiin siis tärkeänä suomalaisena elinkeinona; merkittävänä pidettiin myös sen matkailumaan kansainvälisen imagon rakentajan roolia. Suomen matkailukongressissa pohdittiin sitten tarkemmin jo vakiintuneen matkatoimistotoiminnan suhdetta matkailun edistämiseen ylipäänsä:⁵¹⁸

"... Ne harjoittavat matkojen myyntiä elinkeinon ja niiden tarkoitus on matkustushalun herättäminen. Sitä paitsi ne monin tavoin helpottavat matkustamista. Kansainvälisessä työssään ne nojautuvat vastavuoroisuusperiaatteeseen. Väliä tässä asiakkaitensa toivomuksia asianomaisille ne joutuvat kiinnittämään huomionsa vallitseviin puutteellisuuksiin..."

Matkatoimistotoiminta oli elinkeinon harjoittamista ja siihen siten pätevät samat kannattavuuden lainalaisuudet kuin muuhunkin yrittämiseen. Matkojen kysyntä vaikutti tulokseen. Suomen kannalta matkatoimistot mainostaessaan itseään ja tuotteitaan, monesti Suomen matkoja, "auttoivat"

⁵¹⁷ H.S. 24.4.1935

⁵¹⁸ 120.000 olympialaisvierasta, H.S. 21.11.1938

maahamme ulkomaan matkailijoita, joista saatu hyöty ei pysähtynyt tietenkään pelkästään matkatoimistoihin. Teke-
mällä matkailu miellyttäväksi maassamme matkatoimistot
"suosittivat" kuluttajan kokemuksen uusimista. Mahdollinen
tie kanta-asiakkuuteen alkoi. Matkatoimistojen
kansainväliset yhteydet helpottivat koko matkailuelinkeinon
tiedon ja opin saantia ja sitä kautta edistymistä.
Carl Luchou jatkoi matkatoimiston moninaisista tehtävistä:⁵¹⁹

"...Jos otamme huomioon että hyvin järjestetty matkatoimisto ei ainoastaan myy matkalippuja koko matkaa varten rautateille, laiva-, lento- ja bussilinjoille, mihin tehtävään lisäksi kuuluu makuupaikkojen, hyttipaikkojen jne. varaaminen, vaan se sitä paitsi varaa hotellihuoneita, myy hotelli- ja ateriakuponkeja, hankkii passeja ja viseerauksia, välittää matkustajille eri valuuttoja, joko käteistä tai matkashekkien muodossa ja että se tarpeen vaatiessa voi asettaa oppaita matkustajien käytettäväksi esimerkiksi heidän saapuessaan junissa tai laivoissa määräpaikkaan, samoin kuin matkoja varten sisämaassa - ottaen huomioon kaiken tämän, on selvää, että niin moni puolinen huolehtiminen matkustajien mukavuudesta on omiaan lisäämään matkustamisen halua. Samaan suuntaan vaikuttavat myös seuramatkat, jotka ovat suuressa määrässä synnyttämässä uutta liikettä..."

Matkatoimistojen palveluvarustus ja tuotesortimentti olivat siis jo kolmekymmenluvulla perin kehittyneitä: Ne olivat "täyden palvelun toimistoja". Toiminta ei ollut enää "mitään aikataulujen tiedustelua". Vaikkakin yleensä itseään niukasti mainostavana Suomen Matkatoimisto "vihdoin paljasti" koko tarjontansa kirjon suuressa ilmoituksessaan matkatoimistoalan omassa ammattijulkaisussa Matkailumaailmassa⁵²⁰.

Mainos alkoi kysymyksellä, mitä hyötyä Suomen Matkatoimistosta oikein on ja kirjoitetusti onasteltiin vastausta matkalipuista ja matkatiedoista. Härnäävän aloituksen jälkeen selvitetään, että "totta", mutta...Ja sitten käy-

⁵¹⁹ Matkailumaailma 1939: 1, 15

⁵²⁰ Matkailumaailma 1938:2, 14-15

tiin asiaan: Paitsi lippuja ja tietoja makuupaikkoja varattiin maksuitta sekä ulko- että kotimaisille rautateille, lentokonelippuja kuin myös hyttipaikkoja laivoihin. Jos mieli risteilyille matkatoimiston puoleen voi silloinkin kääntyä ja hotellihuoneet järjestyvät pikaa pikaa, vaikka erikoisemmatkin.⁵²¹

Seuramatkoja järjestettiin tilauksesta "pienemmille että suuremmille" ryhmille sekä vuosittain myös ns. "kiinteitä" seuramatkoja, joista kaikista saisi halutessaan toimistosta tietoja sekä apua rahanvaihtorutiineihin että vakuutuksiin. Myös tarvittavat passiviseeraukset hoidettiin.⁵²²

Mitä taas pääkaupunkimme tutkimiseen tuli, se järjestyi parhaimmin Suomen ainoalla matkailuautolla ja sightseeingit ulkomailla puolestaan organisoituisivat näppärästi matkatoimiston toimivien ulkomaisten suhteitten avulla.⁵²³

Ja aina oli mitä mainioin mahdollisuus nojatuolimatkalle neljästi vuosittain ilmestyvän matkailun erikoislehden, Matkailumaailman, viehättävien kertomusten matkassa. Sen elävät, taidokkaat kuvaukset loivat atmosfäärin kuin miltei itse olisi jotain tunnettua matkailuattraktiota ihastelemassa.⁵²⁴

Suomen Matkatoimisto eli ja kukoisti ja sen sekä koko matkatoimistoalan tulevaisuus näytti valoisaalta.

⁵²¹ Matkailumaailma 1938:2, 14-15

⁵²² emt.

⁵²³ emt.

⁵²⁴ emt.

4.3. Majoituselinkeino

Varsinkin suomalaisten huolestuneitten olympialaisten organisointipohdintojen yhteydessä kävi selville, että myös majoitus- ja ravitsemustoiminta ovat matkailuelinkeinoja ja tuotteita; ne ovat palveluita itse laajemman matkailutuotteen "sisällä" tai ne saavat hämärämmän tai kirkkaamman "matkailukasvonsa". On siten nähtävä, että ravitsemus- ja majoituselinkeinoon funktio ei suinkaan ole pelkästään matkailullinen: myös oman paikkakunnan henkilöt voivat palveluita käyttää. Toinen huomion arvoisa seikka on majoitus- ja ravitsemuspalveluihin liittyvä oheis- ja ohjelmapalveluvarustus: Hotelleissa tehdään muutakin kuin nukutaan, ravintoloissa muutakin syödään. Oheis- ja ohjelmapalvelut ovatkin nimenomaan yksi majoitus- ja ravitsemuselinkeinoon yritysten oleellisimpia kilpailukeinoja.

Tässä tutkimuksessa ei ole pyritty keskittymään pelkästään "tiukkaan" "matkailumajoitukseen" tai "matkailuravitsemukseen" - faktuaalisesti niiden identifioiminen on jo sekin perin hankalaa. Majoitus- ja ravitsemusliikkeet saattavat olla itsenään jo attraktioita⁵²⁵ ja jo sitenkin niillä "matkapaketin sisällä" on myös oma erityinen ja erillinen yritys- ja tuotekuvansa. Huomattava on, että tähän kuvaan voidaan vaikuttaa - sitä voidaan tarkentaa, tjettyjä piirteitä korostaa tai ottaa aivan uusi, tarjottava kuva. Toimintaan voidaan käyttää markkinointia, varsinkin sen viestintäparametria.

Suomen Matkailulehden pääkirjoitus 1930-luvun puolivälistä valaisi osaltaan majoituspalveluiden ja matkailuliikenteen yhteyttä;⁵²⁶

⁵²⁵ esim. Imatran Valtionhotelli vaikkapa hotellin "koskista" sijaintia ja arkkitehtuuria painottavat kuvat: Rosberg 1920, 16 ja Finland for Holiday-makers 1922, 42

⁵²⁶ Suomen Matkailulehti 1935:1, 3

"Viimeksi mainittu (turismi, J.A.) on ollut suuntaa antavana hotellien ja ravintolain kehittymiselle nykyaikaisia vaatimuksia vastaavaksi, t.s. matkailijain vaatimuksia vastaavaksi. Missä on runsaasti luonnomnähtävyyksiä, taidearteita, kauppaa ja teollisuutta, sinne saapuu lukuisasti matkailijoita. Matkailijain saapuminen laskee perustuksen hotellien ja ravintolain syntymiselle ja kehitykselle. Heti ensimmäisen matkailijan saavuttua jollekin paikkakunnalle aletaan siellä pohtia kysymystä hotellien tai majapaikan perustamisesta. Kun matkailijoita on alkanut saapua enemmän, on hotellin syntysanat jo lausuttu."

Tämän jälkeen tässä teoreettisluonteisessa kirjoituksessa pohdittiin hotellielinkeinon edistymisen ehtoja ja ns. hyvän kehän ilmiötä. On tosin huomattava, että hotelliyrittämisessä, vastoin jatkokirjoitusta, on siinäkin aina pyritty nimenomaan voittoon. Tämä on kulloinkin ratkaissut kilpailukeinojen käytön ja hinta ei suinkaan ole ainoa markkinointiparametri.

"Ei yksi ilman kahta tai kolmatta. Pian paikka kunnalla avataan toinen hotelli, ravintola, majatalo jne., ja luultavasti suuremmilla mukavuuksilla varustettuina kuin ensimmäinen. Syntyy kilpailua, josta seuraa, että havaittuja puutteellisuuksia poistetaan, keksitään parannuksia ja koetetaan yleensä tarjota matkustajalle mahdollisimman vähälle rahalle mahdollisimman paljon."⁵²⁷

Elinkeinoelämässä vallitsikin ns. hyvä kehä, sillä Suomen talous vilkastui 1920-luvun lopulla - vuosina 1927 ja 1928 bruttokansantuote nousi 7-8 prosenttia.⁵²⁸ Vallitsi yrittäjien optimismi, ja ulkomaiset kauppasuhteet kasvoivat aiempaa huomattavasti nopeammin. Liiketoiminta vireytyi, business-miehet etsivät yhteyksiä yli Suomen ja majoitustilojen tarve kasvoi tavallisten kansalaistenkin matkustellessa entistä enemmän.

Matkailu pyrittiin tekemään koko kansan asiaksi. Majoitus- ja ravitsemispalvelut sekä niiden kehittäminen nousivat

⁵²⁷ Suomen Matkailulehti 1935:1, 3

⁵²⁸ Hjerppe 1990, 186-187

tällöin tärkeäksi kysymyksiksi. Kansainvälistymisessä niillä oli jopa keskeinen merkitys: hyvin hotellissa nukuttu yö toi hyvää tuulta ja myönteistä imagoa koko Suomelle. Matkailukongressi keskusteli.⁵²⁹

"Ensi sijassa on kiinnitettävä huomio hyvien kulku- ja majoitusmahdollisuuksien järjestämiseen maahan saapuville matkailijoille sekä kaikin tavoin pyrittävä luomaan pohja matkailijan yleisellekin viihtymiselle maassa. Majoituksen ja siihen liittyvän ravitsemiskysymyksen kehittämisen⁵³⁰ ja hoitaminen on käytännöllisen matkailijaliikenteen hoidon ehkä keskeisin ja vaikein tehtävä."

Pohdittiin myös, mitä mitä parannuksia Suomen hotelleihin ja ravintoloihin olisi saatava matkailun kannalta. Eversti-luutnantti Veistaron mukaan majoitus- ja ravitsemistoiminnan olisi oltava nimenomaisesti *elinkeino*. Ennen siihen ryhtymistä olisi tehtävä tarkat kannattavuuslaskelmat menestymismahdollisuuksien selvittämiseksi.

Konkreettisempia ravitsemis- ja majoitusyrittäjyyden ennakkoehtoja ja kilpailukeinoja olisivat puolestaan ravintoloiden ja hotellien hygienia, asiakkaiden mukavuuden huomioonotto ja nopea asiakaspalvelu. Toimittaja Huttunen puolestaan suositteli arkkitehtien siirtymistä hotellien suunnitteluun etteivät "tavatut" möhlykset toistuisi ja samoin hän ihmetteli valtiovallan kasvavasti nyrpeää suhtautumista turistiseen palveluyrittäjyyteen: erityisesti verotus ja sen lisäämisaikheet puhututtivat.⁵³¹

4.3.1. Moninaistuva matkailu ja majoituspalvelut

Matkailu monimuotoistui ja se kosketti myös majoituspalveluja. Suomen ensimmäiset leirintäalueet rakennettiin Kolin, Vaalan, Ivalon, Inarin Virtaniemen, Kolttakönkään, Yläluostarin, Liinahamarin ja Hetan matkailumajojen läheisyyteen.

⁵²⁹ Matkailu koko kansan asiaksi, H.S. 20.11.1938

⁵³⁰ kurs.J.A.

⁵³¹ em. Matkailu koko...

Varsinkin Lapin ja Petsamon turistien yöpymisen valinnan vara näin parani. Matkailukysynnän kasvaessa myös Suomen Matkailuliiton valtakunnallinen leirintäalueverkko alkoi vähitellen tihentyä ja jäsenkriteerit otettiin käyttöön vuonna 1937.⁵³²

Vanhoiden hotellien majoituskapasiteetti ⁵³² kävi niin ikään riittämättömäksi. Kaupungistuminen jatkui. Kuumeisesti rakennettiin liikehuoneistoja ja asuintaloja, ja luonnollista oli että myös matkailurakentamiseen ryhdyttiin kiinnittämään huomiota. Kun hotelliin vanhastaan kuuluvan ravintolan kannattavuus oli vielä 'kieltolakinotkossa' arvaamaton, päähuomio kiinnitettiin matkustajahuoneiden suurempaan määrään - ravintola rakennettiin kuin laillista anniskelua odottamaan. Jo 1920-luvun lopulla oli perustettu muutamia asemaravintoloita **Suomen Matkaravinto ja Maja Oy:n** toimesta.⁵³³

Turkuun rakennettiin vuonna 1928 hotelli Seurahuone ja seuraavana vuonna Hospits Betel, kristillinen matkailijahotelli. Turun Sanomain avajaiskirjoitus korosti hotellin tarpeellisuutta sekä monipuolisuutta: majoituspalvelujen tarjontaan on kytketty mitä toimivin ravintola. Sen siistissä ilmapiirissä kelpasi sitten kotikulmankin asiakkaan tyydyttää kulinaarisia tarpeitaan ja kohtuuhintaan. Kirjoituksen henki oli kannustava: tyytyväinen asiakkuus oli ainakin myötämieliselle sanomalehtimiehelle varmaa.⁵³⁴

"...pitkien harkintojen jälkeen...rakennuttamaan Hospitsia, kristillistä matkustajahotellia, jollaisen tarve oli osoittautunut suureksi Turussa...Hospitsin ravintola ja ruokala on toisessa kerroksessa. Ravintola keltaisine seinineen ja mustine huonekaluineen tekee sangen viihtyisän vaikutuksen. Tilaa siellä on n. 130 hengelle. Hotellin ravintolassa tarjotaan huokealla hinnalla sekä aamiaisia että päivällisiä myös muille kuin hotellin asiakkaille...suosittelemme tätä siistiä hotellia matkustajille, jotka varmaankin tulevat ole maan siihen tyytyväisiä..."

⁵³² Soini 1963, 205

⁵³³ emt. 265-266

⁵³⁴ T.S. 30.06.1929

Helsinkiin rakennettiin vuonna 1928 hotelli Carlton, Tampereelle vuonna 1929 Grand Hotel Tammer, Viipuriin samana vuonna Knut Posse. Kolmikymmenluvun puolivälissä Suomen Matkailulehti kuvaili Knut Possea. Se oli lehden puffaavan arvion mukaan Viipurin ylpeys - itse asiassa hotelli ja ravintolatoimen suurin saavutus.

"Knut Posse lienee Viipurin suurin saavutus mitä hotelli- ja ravintola-alaan tulee...talo on uljas ja nykyaikainen...sijaiten lähellä asemaa se on jokaisen matkamiehen "käden ulottuvilla" - Huoneita, jotka kaikki ovat varustetut puhelimilla, on 40. Ensiluokkainen keittiö on matkailijoiden ihastus, ja ruuan nautittavuutta lisää uljas ravintolahuoneusto ylimmässä kerroksessa. Lisäämme vielä, että ensiluokkainen orkesteri pitää huolta musiikkipuolesta."⁵³⁵

Kuopioon rakennettiin hotelli Atlas 1930. Lahden Seurahuone valmistui 1931, samoin Hotelli Helsinki - sekä Hotelli Tornii. Oman piiloisen ylistyksensä se sai sittemmin kirjallisista 'pidoistaan'.

Raumalle rakennettiin vuonna 1933 Hotelli Raumanlinna ja Ouluun seuraavana vuonna Hotelli Arina, vuonna 1936 Rovaniemelle nousi hotelli Pohjanhovi.⁵³⁶

Ensimmäisenä kuukautenaan "Pohjanhovi" majoitti jo 641 matkailijaa, valtaosin suomalaisia.⁵³⁷ Pohjanhovi, Suomen hotellien edustajana, tuli kuuluisaksi myös ulkomaan matkailijoille: sen kuva komeili useissa matkaoppaissa.⁵³⁸ Myös hotellin sijaintia keuhuttiin avoimesti. Arpokasi huomautti esimerkiksi vuoden 1938 matkailijakongressissa, että ainoastaan puolen tunnin ajomatkan päästä Pohjanhovista aukenivat mitä parhaimmat lohiurheilijain toiveissa

⁵³⁵ Viipurin hotelleja ja ravintoloita, Suomen Matkailulehti 1935:3-4, 50

⁵³⁶ Soini 1963, 205-217

⁵³⁷ vrt. Ennätyksellisen vilkasta, Kaleva 24.09.1936

⁵³⁸ vrt. esim. Matson 1938, 27, liite 17, kuvassa myös muita suositeltuja, kuuluisia hotelleja

siintäneet kalastusvedet.⁵³⁹

Ja Pohjanhovin asemaa "laajentaen" kalastusneuvos Brofelt totesi lisääattraktion mahdollistuvan ja ainakin hotellin oheispalvelun parantuvan huomattavasti, jos hotellin läheisyyteen järjestetään kalastusmahdollisuudet...muukin kala kuin lohi kelpaisi...⁵⁴⁰ Pohjanhovi oli siten esimerkki ja koko keskisen Lapin ulkoilun ja reippailun tukikohta.

Myös keskinen Suomi tarvitsi kelvollisen hotellin, ja niinpä Jyväskylään niin ikään vuonna 1938 perustettiin "Jyväshovi". Keskisuomalainen uutisoi myönteisesti:⁵⁴¹

"Jyväshovi" vihittin tarkoitukseensa 1. pääsiäis päivänä ja seuraavana se otti vastaan ensimmäiset varsinaiset asiakkaansa.

Hotelli on komea ja ajanmukainen.

Kauppalaisseuran uutisrakennus on valmistunut ja sen mukana on valmistunut myöskin uusi upea hotellimme Jyväshovi, joka on sitä laatua, että se vastaa erittäin korkeita vaatimuksia. Emme nyt tarvitse enää kuulla valitteluja, etteivät matkailijat täällä saisi sopivaa asuntoa. Nyt on tämä monet vuodet kestänyt epäkohta poistettu ja voimme vastaanottaa tänne maakunnan pääkaupunkiin huoletti myöskin ulkomaiset turistit..."

Tärkeätä "uutisesta" oli huomata onasteltu kansainvälisten turistien vaatimustaso. Kelpoinen asunto olisi ulkomaisille kuin myös kotomaan kulkijoille nyt taattu. Siten sopisi vaikka Amerikan taalaruhtinas Keski-Suomeenkin piipahtamaan! Niin ikään Jyväskylän omia asukkaita sekä ympäröivän maaseudun rahvasta yllytettiin ekslusiivisen ja internatio-naaliset kvaliteettivaatimukset mitä mittavinmin täyttävän Jyväshovin käyttöön. Mutta "santaiset, tosin riisuttavat, maaseutusaappaatkaan", eivät epuuttaisi yövieraan ruh-tinaallista hemmottelua, piiloisesti ilmoiteltiin.

⁵³⁹ 120 000 olympialaisviesrasta...H.S. 21.11.1938

⁵⁴⁰ vrt. em. 120 000 olympialaisvierasta...

⁵⁴¹ KSML 20.4.1938

"...Kaiken kaikkiaan: Jyväshovi on ensiluokkainen hotelli, meidän oloissamme vallan suurhotelli ja siksi sen toivoisi joutuvan matkustavan yleisön, kuin myöskin kaupunki- ja maaseutulaisten suosioon."⁵⁴²

Sekä kansainvälinen että kotimainen matkailu kasvoi ripeästi 1930-luvulla. Tämä luonnollisesti vaati lisääntyvää majoitusta, johon vanhemmat matkailuhotellit olivat riittämättömiä. Liian pieni majoituskapasiteetti häytti koko matkailuelinkeinoa - matkailutulot jäivät Suomen matkailuedellytyksiä pienemmiksi.

Toinen majoitustakin koskeva harmi oli matkailusesongin lyhyys: vain kesäiset kolme kuukautta.⁵⁴³ Sesonkia suunniteltiin pidennettäväksi. Matkailukongressissa vuonna 1938 kansliapäällikkö Toivola suositti varhais- ja myöhäismatkailijoille tarjottavan erityisiä hinnan alennuksia, ja hotellienkin olisi sitten näitä yöpymispaketteja voimakkaasti mainostettava.⁵⁴⁴

4.3.2. Matkailumajat ja matkailuhotellit

Valtiovalta oli jo oivaltanut matkailun taloudellisen merkityksen ja siksi se ryhtyi myös sen epäkohtia poistamaan. Yhteistyö Suomen matkailijayhdistyksen kanssa alkoi. Järjestön hallintaan luovutettiin jo vuonna 1920 Kolin matkailumaja; valtion kustannuksella sitä laajennettiin vuonna 1922.⁵⁴⁵

Kolin maasto soveltui hyvin maastohiihtoon ja lasketteluun, ja vuodesta 1934 matkailumaja toimi ympärivuotisena matkailumajoittajana. Talvimatkailun suosio ja majoitustilojen tarve lisääntyi pujotteluradan avaamisesta vuonna 1937, ja houkuttelevan helpolla laskettelijä pääsi, kun Kolilla 1939

⁵⁴² KSML 20.04.1938

⁵⁴³ Soini 1963, 218-219

⁵⁴⁴ 120 000 olympialaisvierasta, H.S. 21.11.1938

⁵⁴⁵ Jääskeläinen 1987, 56

otettiin käyttöön ensimmäinen yleinen hiihtohissi.⁵⁴⁶ Alettiin lähestyä Keski-Euroopan talvimatkailupalveluja.

Kolin informaalinen tuotemainonta oli kekseliästä, olihan se saanut suosittelijoikseen oikeita taiteilijoita. Aurinko, kuutamo, talven kimmellys, hangen säihky, Pielisen kiinteä kilo: vieraskirjaan 'sattumoisin' "sydämen kyllyydestä(?)" sinkautetut runot vangitsivat kulttuurihenkilökin pysähtymään: jospa sittenkin Kolille kun Palle...ja Olavikin...Saksan ja Etelä-Amerikan kolunnut, kokenut kosmopoliitti Olavi Paavolainen hehkutti talven taikaa, urheilun riemuja ja helmikuisen vaaramaiseman ylittämätöntä kauneutta, nyt kolmikymmenluvun lopulta, kirjaan vietynä 23.02.1938. Kolillekin puhalsivat näin poeettisen kansainvälisyyden tuulet, ja Paavolainen ylisti:⁵⁴⁷

Kauniimpi kuin koskaan ennen
 olit talven kimmelteessä:
 valovirrat vaarain yllä,
 hangen säihky suksen eessä!
 Korvissa soi villi viima
 slalom-rataa syöksyttäissä,
 veri nousi poskipäihin
 ladun kiivetessä mäissä
 Auringossa, kuutamossa
 talven taika täällä oli!
 Uuden rytmin, uuden ilon
 elämälle antoi Koli.

Ja Reino Hirviseppä oli yhtä 'hurmioitunut' kesärunossaan 20.7 1937:

Sydän täys'on ja onnekas mieli sen,
 joka huipullas' hurmassa oli.
 Kilo kimmelsi pinnassa Pielisen,
 ikimuistoisa oot sinä, Koli! -

Varsin näppärää ilmaispropagandaa: vieraskirja osoittamassa "kulttuurihiihtäjälle" oikeaan ulkoilupaikkaan osuvuutta. Mutta kaiketi näistä mainoslauseista aina ilmaisen aterian sai!

⁵⁴⁶ Jääskeläinen 1987, 56

⁵⁴⁷ Suomen Matkailu 1938:2, 21

Matkailumajojen rakentamista pohdittiin matkailukongressisakin. Minne ja milloin... "matkailumajan rakentamisen puoltamista jollekin paikkakunnalle puoltavat joko seudun erityiset matkailulliset piirteet tai sitten tarve hankkia majoituspaikka kahden toisestaan etäällä olevan matkailukeskuksen välille..."⁵⁴⁸ Keskustelu oli vilkasta ja sijoittamiskysymykseen syntyi kaksi linjaa, Lapin ja Etelä-Suomen kannattajat. Luonnollisesti myös paikalliset intressit eksplikoituvat pohdinnoissa. Yleisesti kumminkin hyväksyttiin, että pääsääntöisesti majat toimitisivat yksityisrahoitteisesti.

Lapin matkailun majoitustointa pyrittiin kehittämään. Matkailumajoja rakennettiin ja hoidettiin suunnitellusti:

"Matkailumajoihin on koetettu saada suomalaisen leima, niiden sisustamisessa on vältetty ylellisyyttä ja ne on pyritty saamaan kodikkaiksi ja viihtyisiksi."⁵⁴⁹

'Suomalaisuutta' arvostettiin luonnollisesti majoitushoukuttimena, ja kodin kaltainen viihtyisyys tuki tätä luonnollista vaikutelmaa.

Henkilöstösuunnittelu ja -politiikka tulivat myös punta-roinnin kohteiksi. Tunnetusti henkilöstö on yrityksen tärkein voimavara ja kelpoisten työntekijöiden valintaan tuli luonnollisesti kiinnittää tarkkaa huomiota. Levämäki arvioi:⁵⁵⁰

"Myöskin matkailumajojen henkilökunnan valinnassa on viimeksimainittua seikkaa (kodikkuus&viihtyisyys J.A.) pidetty silmällä. Matkailumajan hoitaja ja hänen apulaisensa vaikuttavat varsin suuresti siihen, minkälaisen käsityksen esimerkiksi ulkomaalainen saa meidän matkailuolostamme ja samalla koko maasta."

⁵⁴⁸ 120 000 olympialaisvierasta, H.S. 21.11.1938

⁵⁴⁹ Levämäki 1937:2, 29

⁵⁵⁰ emt. 29-30

Työntekijöiden oli oltava osaavia, palveluaittiita ja kielitaitoisia ja kaipa lääketieteen kandidaatinkin erikoispalveluja saatettiin joskus tarvita. Kykenevän kanta-henkilöstön säilyttäminen nähtiin paitsi matkailijoitten mukavuuden niin myös itse matkailumajan työpaikkakuvan kannalta suotavaksi. Lisäksi aina oli ajateltava laajemminkin Suomen ja Suomen matkailun imagoa. Evaluointi jatkui:

"Matkailijayhdistyksen (SMY:n J.A.) onkin onnistunut kehittää tehtäviinsä perehtynyt tä ja ne oikein ymmärtävää "kantahenkilökuntaa", joka on uskollisesti pysynyt paikallaan vuodesta toiseen. Eräät majojen "emännät" ovat olleet yhdistyksen palveluksessa jo kymmenkunta vuotta. Myöskin kesähenkilökunnaksi, kassanhoitajiksi ja tarjoilijattariksi on otettu kielitaitoisia, yleensä ylioppilassivistyksen saaneita neitoseja ja nuorukaisia, maistereita ja lääketieteen kandidaatteja ym., jotka ovat tahtoneet käyttää lukukausien välisen ajan majoissa työskentelemiseen."⁵⁵¹

Tekstistä huomataan selvästi miten tärkeäksi jo tuolloin koettiin ulkomaan turistien asianmukainen, osaava palvelu - eli käänteisesti oivallettiin: Paha kello kauas kuuluu...

Valtio luovutti SMY:n hoitoon Kolttakönkäältä matkailumajan vuonna 1921, mutta yhdistys kykeni majan hoitamiseen vasta vasta 1925: pari vuotta maja oli yksityiselle vuokrattuna. Yhdistys rakensi majan lähestölle vuonna 1928 kaksi pikkumajaa. Laajennustyö saatiin päätökseen kesällä 1931.⁵⁵²

Majoituselinkeinon kupeelle yritettiin myös muuta business'tä. Siinä itse elinkeino että sen oheispalveluvarustus "täydentyivät"

"...Majalla myytävänä olevat kotiteollisuustuotteet, seudun kolttien kutomat lapaset ja muut pienet esineet tekevät hyvin kauppansa. Erittäinkin ovat amerikkalaiset halukkaita ostamaan kaikenlaisia muistoesineitä maastamme..."⁵⁵³

⁵⁵¹ Levämäki 1937:2, 29

⁵⁵² em. Levämäki, sama artikkeli

⁵⁵³ Matkailuliikenne, Kaleva 08.07.1936

Vuonna 1937 maja tuhoutui juhannusaaton tulipalossa. Suomen Matkailijayhdistyksen vuoden 1937 toimintakertomuksessa on pieni maininta tästä katastrofista, joka varmasti himmensi perinteisen keskikesänjuhlan vieton hilpeyttä: kokko oli tuskin tällaiseksi tarkoitettu:⁵⁵⁴

"Valittaen on todettava, että yhdistyksen (SMY:n J.A.) hallussa ollut Petsamon Kolttakönkään matkailumaja tuhoutui tulipalossa 24/6. 1937. Tämä onnettomuus muodostui sitäkin valitettavamaksi, kun eräs matkailumajan vieraista neiti Gertrud Napier Englannista menetti tulipalossa henkensä. Palossa tuhoutui täydellisesti matkailumajan valtiolle kuulunut päärakennus sekä sen välittömässä yhteydessä sijainnut Matkailijayhdistyksen v 1935 rakennuttama kahvilarakennus, molemmat irtaimistoinen..."

Tragedia oli sitä myöden imagoarvoltaan vielä ikävämpi, koska menehtynyt oli juuri englantilainen ja nimenomaan matkailumajat olivat olleet englantilaisten Petsamon kävijöiden suosiossa.⁵⁵⁵

Tuhoutuneelle paikalle nousi 1939 komea nelikerroksinen matkailuhotelli ja yksikerroksinen ravintolasiipi. Tämäkin rakennelma joutui tulen ruuaksi: suomalaiset polttivat sen talvisodassa ennen neuvostojoukkojen Kolttakönkälle saapumista.

Sitä mukaa kuin Petsamontie eteni Ivalosta Jäämerelle valtio rakensi matkailumajoja sen tienvarteen. Vuonna 1924 rakennettiin Virtaniemen ja Höyhenjärven majat. Pitkäjärven maja oli avoinna 1926-1929.

Yläluostarin maja tuli matkailuyhdistyksen huostaan vuonna 1928. Se segmentoitui ja mainoksissakin tarkoituksellisesti myös suositeltiin urheilukalastajille.

⁵⁵⁴ Suomen Matkailu 1938:2, liite, 3

⁵⁵⁵ vrt. esim. Ennätyksellisen vilkasta, Kaleva 24.9.1936

"Yläluostarin matkailumaja, urheilukalastajien asuinpaikka, josta käsin he tekevät kalastusretkiä Petsamojoelle, joko lyhyempiä tahi useampikin päiviä kestäviä. Tämä matkailumajan lähettyvillä olevassa n.s. Lohilinnassa viipyvät myöskin sekä ulkomaiset että oman maan urheilukalastajat mielellään." ⁵⁵⁶

Vuosina 1929-1931 yhdistys hoiti Trifonan matkailumajaa. Vaitolahteen avattiin kesäkäyttöinen maja vuonna 1931. ⁵⁵⁷ Ivaloon oli valtion kustannuksella rakennettu matkailumajat vuosina 1926 sekä 1930. Pikku hiljaa kaikki Jäämerentien majatalot uskottiin Suomen Matkailijayhdistyksen hoitoon. ⁵⁵⁸

Liinahamarin matkailuhotelli vuodelta 1932 oli mitä ajanmukaisin, vaativimpiakin turistisia tarpeita tyydyttävä hotelli. Oli keskuslämmitys, sähkövalaistus ja matkustajahuoneissa kylpyhuoneet. Kelpasi sinne sitten majoittaa sellaisiakin mahtimiehiä kuten K.J.Ståhlberg, Kyösti Kallio, Risto Ryti ja C.G.Mannerheim! ⁵⁵⁹

"...Liinahamarissa on avattu turistien käytettäväksi uusi ajanmukainen hotelli, johon hotellimaisesti laskien mahtuu 20 henkeä. Joukkomajoitukseksi saadaan hotelliin sijoitetuksi jopa 51 henkeä...hotellit kolttakönnkällä ja Liinahamarissa olleet täpösen täynnä..." ⁵⁶⁰

Sinänsä hotellin avajaiset sujuiivat uutisarvotta. Sittemmin 'pikkujuttuna' paljastui että hotellin kesäinen imu oli ollut hyvä. Tuon ajan matkailuhotelliyrittäjyydessä oli tarjoajan markkinat: mainontaa ei juuri tarvittu.

Valtiovalta oli ryhtynyt matkailumajayrittäjyyteen ja esimerkiksi vuonna 1929 se käytti matkailumajojen rakentamiseen, korjaamiseen ja sisustamiseen yli 1,8 miljoonaa

⁵⁵⁶ Matkailuliikenne, Kaleva 08.07.1936

⁵⁵⁷ Jääskeläinen 1987, 58-63

⁵⁵⁸ Soini 1963, 219-220

⁵⁵⁹ Jääskeläinen 1987, 63

⁵⁶⁰ vrt.Turistitulva tulossa Lappiin, Kaleva 21.06.1932

markkaa.⁵⁶¹ Urheilukalastajia ja Maattertunturille nousevia retkeilijöitä varten Matkailijayhdistys avasi Alakönkään autiomajan vuonna 1930 ja Lohilinnan kalastusmajan 1935.⁵⁶² Vuonna 1933 Punkaharjun Valtionhotelli siirtyi Suomen Matkailijayhdistykselle,⁵⁶³ ja vuonna 1936 yhdistys avasi Punkaharjulla valtiolta ostamansa Hotelli Finlandian.⁵⁶⁴

Vuonna 1935 saamallaan valtion takaamalla obliigaatiolainalla Suomen Matkailijayhdistys kehitti ravintola- ja majoitustointia mm. Punkaharjulla, Suursaassa, Leppiniemessä, Inarissa ja Pallastunturilla. Myös "köyhempäin" matkailijain tarpeet pyrittiin ottamaan huomioon:⁵⁶⁵

"Sen johdosta että Punkaharjulle on useana kesänä suuntautunut runsaasti nuorten ja vähävaraisten retkeilijäin retkikuntia, joiden käytettävissä ei ole ollut minkäänlaista halpahintaista ruokapaikkaa, Suomen Matkailuyhdistyksen johtokunta on päättänyt rakentaa vielä tänä kesänä (1938 J.A.) Punkaharjun Finlandia-hotellin läheisyyteen yksinkertaisen ravintolarakennuksen vaatimatonta ruokailua haluavien retkeilijäin käytettäväksi."

Oy Alko Ab:n, Suomen Höyrylaivaosakeyhtiön ja Suomen Matkailijayhdistyksen yhteissaavutus on puolestaan vuonna 1938 rakennettu Hotelli Aulanko.⁵⁶⁶

Myös Karjala kiinnosti, ja niinpä Matkailijayhdistys ryhtyi vuonna 1938 rakentamaan matkailuhotellia Raja-Karjalan Tolvajärvelle. Karjalaistyylinen rakennus valmistui kesäksi 1939 ja avattiin heinäkuussa.⁵⁶⁷

Yksityisiä pelkästään matkailulle rakentuvia, majoitus- ja

⁵⁶¹ Komiteanmietintö 1937:4, 43

⁵⁶² Jääskeläinen 1987, 63

⁵⁶³ Komiteanmietintö 1937:4, 221

⁵⁶⁴ Jääskeläinen 1987, 71

⁵⁶⁵ Suomen Matkailu 1938:3, 38

⁵⁶⁶ Soini 1963, 221-226

⁵⁶⁷ Jääskeläinen 1987, 73

ravitsemispaikkoja ei juuri uskallettu perustaa, piristävänä poikkeuksena Kangasalle Vehoniemen harjulle 1920-luvun lopulla rakennettu hotelli ja ravintola.⁵⁶⁸

MANNERILMASTOA KANGASALANHARJULLA

Kangasalan seudut tunnetaan terveellisinä lomanviettopaikkoina. Kuiva ja puhdas ilmasto (51,5 m Roineen pinnasta). Täällä oivallisessa ympäristössä tarjoaa Vehoniemen harjun Ravintola ja Matkailumaja tilaisuuden virkistävään oleskeluun.

Matkailumajassa on siistit huoneet hyvine vuoteineen, uimaranta, sauna, ensiluokkainen keittiö ja hyvä musiikki.

Jokapäiväinen linja-autoyhteys Tampereelta ja Helsingistä.

Postiosoite: KAIVANTO. Puh.: Raikku 21.

Näin kolmekymmenluvun puolivälin yritys⁵⁶⁹ mainosti Kangasalan mikroilmaston mantereista terveellisyyttä. Hyvävuoteiset huoneet olivat tietenkin siistejä, kesän viettäjälle tarjottiin uimarantaa, saunaa, Suomessa kun oltiin - ja hyvää ravintoa ensiluokkaisesta keittiöstä mutta myös hengenravintona musiikkia eikä lomanviettoon suinkaan ollut hankalaa lähteä - tämän takasivat päivittäiset yhteydet Helsingistä ja Tampereelta.

4.3.3. Talvimatkailu 'rakentaa' tukikohtia: esimerkkinä Pallastunturin Matkailuhotelli

Myös talvimatkailu heräsi hiljalleen. Pitkin kolmekymmenlukua lukuisat matkailutoimijat ja -kirjoittajat olivat uumoilleet talvimatkailun suosion kasvamista. Ja miksei talvellakin voisi matkustaa, matkata kuntolomalle vaikkapa Lapin hangille hiihtämään ja antaa kirkkaan kevätauringon elävoittää kasvojen hipiää terveen ruskeanpunaiseksi.

⁵⁶⁸ Soini 1963, 226

⁵⁶⁹ Suomen Matkailulehti 1935:7, 104

Majoitusyrittämiselle talvi luonnollisestikin oli haaste; ottakoon hotelli myös talven erityisenä attraktiona, hankien hurman suurena mahdollisuutena, jopa vetonaulana! Siis henkin oli varustauduttava ja jopa opastettava vieraita hiihdon riemuihin. Suomen Matkailulehdessä kirjoitettiin tästä "suksen oheispalvelusta":

"Erityisesti olisi pidettävä huolta siitä, että matkailijoille tarkoitetuissa hotelleissa olisi saatavilla hiihtovälineitä, joita luovutettaisiin vieraiden käytettäväksi."⁵⁷⁰

Jo vuonna 1936 valiteltiin, että tunturihiihdon suosio Lapissa on vinhassa nousussa mutta riittämätön matkailukapasiteetti kammit si aktiviteettia. Ounasteltiin olojen parantuvan parissa vuodessa - rakennussuunnitelmat oli käynnistetty.⁵⁷¹ Niinpä Pallastunturin Matkailuhotelli avattiin sitten maaliskuussa 1938.

Matkailuhotellin rakentamisesta ja sittemmin avaamisesta tehtiin uutistapahtuma. Jo hyvin ennen avajaisia oli kuvailtu mitä tuleman piti - maalailevin kaunein värein, toki jylhään sub-arktiseen luontoon rakentamisen vaikeuksia vähättelettä. Hotellin pohjapiirros ja palvelut olivat hyvin lukevan yleisön tiedossa ennen konkreettista oleskelumahdollisuutta - valtakunnallisesti: Koko Suomi oli ylpeä saavutuksesta, "totesivat" puffin kaltaiset ennakojutut. Helsingin Sanomat kirjoitti H-hetken lähestyessä ministeritason avajaiskunnan lähdöstä,⁵⁷² sitten tulevista - 6.3.- ja vihdoin menneistä avajaisista.⁵⁷³

Luonnollisesti touhuisa sanomalehtimies oli tuon juhlayleisön joukossa ja hän paljasti taidokkaassa tarinassaan

⁵⁷⁰ Suomen markat alkaa kiinnittää huomiota talvimatkailun kehittämiseen, Suomen Matkailulehti 1935:1, 8

⁵⁷¹ vrt. Tunturihiihto Lapissa, Kaleva 19.01.1936

⁵⁷² H.S. 3.3.1938

⁵⁷³ Pallastunturin hiihtohotelli vihittiin eilen, juhlayleisöllä seikkailurikas matka omalla autolla, poroilla, -ja hiihtäen, H.S. 8.3.1938

erämaamatkailun kaikille mahdollisen seikkailullisuuden, sen mystisyyden millaisiin huikkein kokemuksiin aukeaa Suomenneidon pohjoisen metsäinen, kaunis mutta arvaamaton, yllätyksellinen immensyö. Jo matka avajaistilaan - itse hotelliin - oli alkuihmisen kamppailua läpi hyydyttävien korpien.

Atavistisen elämän ottelun jälkeen kuvattiin sitten "perille tulon ihanuutta".⁵⁷⁴

"Jos koskaan, niin silloin tosiaankin tuntui tämä uusi hotelli maailman parhaalta paikalta. Avarat eteishallit, houkutteleva teepöytä ruokailuaulassa, mukavia nojatuoleja, suuri avotakka, jossa räiskyi lämmin pystyvalkea. Ystävällisiä vastaanottajia. Viihtyisyyttä, kodikkuutta, lämpö joka puolella, minne vain punaisen, vettä valuvan nenänsä käänsikin."

Mitä hemmottelevin palkinto odotti siis sitkeän taistelun voittajaa. Kannatti toki ottaa erämaan haaste sillä turvallinen kulttuuri oli saapunut Lapin rajoillekin. Mikäpä teestä nauttiessa punakeltaisena loimottavan takkatulen äärellä! Ja katsella, vaikkapa illallista odottaessaan, ulos, erämään rauhaan, pimentyvään hiiskumattomuuteen.

"Laskeva aurinko heitti korkeille valkeina kaartuville huipuille kauniin, kellertävän kajastuksen, ja etelämpänä siniharmaat metsät olivat saaneet värinsä ikään kuin syvemmiksi."⁵⁷⁵

Uutisoinnista 30-luvun tyyliin voitiin lukea sanomalehtimiehen velvollisuus matkailun menekinedistämiseen. Se oli taitavasti ja maalailevan myyvästi kirjoitettu, vetosi ihmisen uuden kokemisen haluun, poistamattomaan, arjen vastakohtaiseen uteliaisuuteen.

Pallastunturin suosio kasvoi: sitä ei tarvinnut sanomalehdistössä mainostaa, eikä mainostettukaan. Ja vanhastaan hitaan hämäläisen oli melko turhaa enää yrittää Pallakselle - ja siksikö hotellia majaksi Aamulehden otsikoinnissa

⁵⁷⁴ em. Pallastunturin...

⁵⁷⁵ emt.

kutsuttiinkin?": "...mainittakoon, että Pallastunturin matkailuhotelliin on tänä hiihtokaudeksi tilattu paikkoja niin runsaasti, että vain kolmasosa voidaan niistä tyydyttää..."⁵⁷⁶

Oli tarjoajan markkinat ja hämäläisten kohtalon jakoivat monet: jo tammikuussa tiedettiin, että tulijoita oli runsaasti enemmän kuin saatettiin majoittaa. Hiihtokauden huippu sijoittui luonnollisesti pääsiäisen ympäristön hohtaville hangille, kirkkaan kevätauringon huimaan helotukseen.⁵⁷⁷

"Pallastunturille alkaa liikenne juuri näinä päivinä suuntautua, mutta varsinainen sesonki alkaa siellä maaliskuun puolivälissä jatkuen huhtikuun loppupäiviin saakka. Pallastunturin hiihtosesongin ajaksi on kaikki sikäläisen hotellin paikat tilattu eikä aina läheskään kaikkia pyrkijöitä ole voitu ottaa vastaan."

Oli siis syytä perin hyvissä ajoin varata "makuusija", mikäli mieli talven riemuja Pallaksella kokea. Pikantti yksityiskohta Kalevan puffimaisessa kirjoituksessa on maininta hotellin - toivottavasti pienikokoisen - johtajattaren kohtalosta: jopa tärehtöörin asuinsijakaan ei ollut hiihtosesongin hektisyydessä pyhä.⁵⁷⁸

"Hotellin johtajattarenkin on täytynyt luovuttaa huoneensa matkustajien käytettäväksi ja hän sen kiireisimpänä aikana tyytyi asumaan mihin kulloinkin mahtui."

Myös kuljetusyhteyksien kehittämistä hotelliin suunniteltiin. Olisiko Pallakselle kenties lentoteitse mahdollisuus tuoda hiihdon hurmaan hakeutuvia suksituristeja.⁵⁷⁹ Kokeiluissa havaittiin, että Pallasjärven jää ei ole sovelias koneen laskeutumispaikaksi ja unelma sitä osin ei toteutu-

⁵⁷⁶ Pallastunturin matkailumaja avattiin eilen, Aamulehti 08.03.1938

⁵⁷⁷ Talvimatkailu maassamme, Kaleva 21.01.1939

⁵⁷⁸ emt.

⁵⁷⁹ vrt. Lentoliikenne Kemi-Pallastunturi, Kaleva 30.03.1939

nut.

4.3.4. Majoitusyrittäminen ja markkinointi

4.3.4.1. Hotellit

Viipuri oli maailmansotien välisen Suomen kansainvälisin kaupunki. Vieraat kielet kaikuivat kaduilla, saksalaiset, ruotsalaiset ja venäläiset tuulahdukset olivat jokapäiväisiä. Elinkeinoelämä kukoisti eikä ollut suinkaan sattumaa, että majoitusyrittäjä A.Sadovnikov apelloi hotellinsa nimenomaisesti väitteillä "keskikaupungilla", "hyvällä liikepaikalla", ja puhelinyhteyksiä tosin 1910-luvun loppuun luonnollisestikin "tuplana" painottaen.⁵⁸⁰ Omistajansa vaillinaisesta suomen taidostako johtuen hotelli oli saanut, ainakin Uuden Suomen mainokseensa, kuitenkin perin kummallisen nimen?

ITÄ-KARJAN HOTELLI

* * * * *

Torkkelinkatu 19 :: Wiipuri :: Kimmon talossa

- Keskikaupungilla -
Hyvällä liikepaikalla
Puhelin 566 Puhelin

Tarjotaan siistejä ja mukavia Matkustajahuoneita

suositellaan

Kahvilaa :: Yksityishuoneita :: Ruokasalia
Hyvä keittiö

omistaja A.Sadovnikov

Suosittelijana toimi Objektiivinen Kasvoton. Kenties hän kuului omistajiin, kenties onnellisiin hotellin käyttäjiin, jotka siisteissä ja mukavissa, propriutetuissa Matkustajahuoneissa olivat saaneet auvoisan levon hyvän keittiön ravintolasaliin loihtiman illallisen jälkeen.

⁵⁸⁰ U.S. esim. 29.04.1919

Avajaispäivänsä Turun Sanomissa⁵⁸¹ hotelli Betel mainosti heti. Mainoksesta jo alkuun selvisi, että kyseessä olisi kristillinen hotelli, hospitsi ja nimeltään raamatullinen Betel. Sekä rikas että köyhä kykeni hyvin yöpymään "majatalossa" ja jos onnistui, pääsi omasta hotellihuoneestaan myös muille olinpaikastaan puhelimitse ilmoittamaan. Soitto oli paras suorittaa sitten kylvyn jälkeen - kylpyhuoneita hotellissa oli epälukuisa määrä ja jos ei jaksanut niihin kävellä, aina voi käyttää hissiä.

Illalla sitten sopi piipahtaa hotellin ravintolaan, jossa saattoi tavata Betelin oman konditorian tuotteisiin mieltyneitä kaupunkilaisiakin. Leivoksen nautinta olisikin herkkua perin viihtyisässä kahvihuoneustossa. Pois lähteissä oli huomattava, että juomarahoja ei tullut antaa - se ei sopinut paikan imagoon. Erityisen lennokasta houkuttimien puffaus ei ollut.⁵⁸²

Kristillinen hotelli
HOSPITS BETEL TURUSSA
 avattu

Puhelin: Hospits Betel (nimenhuuto)

Hotelli ensiluokkainen
 Huoneita 60, kalliimpia
 ja halvempia
 kylpyhuoneita, hissi, puhelin
 useimmissa huoneissa
 Sähköosoite: "Betel"

Ravintola ja kahvila
 kauniissa ruokasalissa
 ja kahvihuoneustossa
 erittäin sopiva myös
 kaupunkilaisten
 käytettäväksi

Oma leipomo ja konditoria
TURUN LÄHETYSYHDISTYS

Huom! Mitään juomarahoja ei käytetä.

Kolmikymmenluvun puolivälissä Suomen Matkailulehdessä Betel vetosi väitteisiin "Turun uusaikaisin", sitten pesulaansa, parturiinsa, autotalliinsa ja "muihin mukavuuksiinsa yms." ja saman myös englanniksi.⁵⁸³

⁵⁸¹ T.S. 30.06.1929.

⁵⁸² vrt. T.S. 30.06.1929

⁵⁸³ Suomen Matkailulehti 1935:7, 103

Hospitsien apellit saattoivat olla muutenkin poikkeavia. Kuopion N.N.K.Y:n Hospitsi esimerkiksi juomarahattomuuden ohelta mainosti sarjalippualennuksia ja sitä, että ruoka-leipää sai ostaa mukaan!⁵⁸⁴ Transsendentaaliselle yhtä lailla kuin immanentille matkalle houkutteli puolestaan Hotelli Excelcior, entinen Lähetys-hotelli: **SUOSITELLAAN**⁵⁸⁵

Hotelliyrityksen mainostus ei ollut vallan elävää vielä kolmekymmenluvun alkupuolellakaan. Ehkä lakonisuudessaan huippua oli oululaisen Uuden Hotellin ilmoittelu. Jo pelkkä nimi on harvinaisen yksinkertainen: Uusi Hotelli. Sen informaatioarvo oli tosin siinä, että ilmeisesti oli ollut jokin vanha hotelli ja että tämä tarjottu oli propriin asti uusi. Sanomalehti Kalevassa mainostettiin vuoden 1931 syksyllä pienikokoisesti:⁵⁸⁶

Uusi Hotelli Oulussa

Suurin, halvin ja käytetyin

Mukavuudet: puhelin kaikissa huoneissa
ja hyvä ruokala

Ateria 10,-, kupongilla 8,-

Huom! Huoneiden hintoja alennettu.

Mainoksesta oli luettavissa seuraavat vetoomukset. Hotelli oli suuri eli sinne ilmeisesti sitten mahtui, jos vaikka asiakas oli isokokoisempikin. Hotelli oli vähiten kallis, itse asiassa absoluuttisesti huokein; todellista yöpymisen halpuutta ei tullut tietoon - täytyy vain uskoa että halvin oli. Lisäksi hotelli oli käytetyin. Siis jokin hotelliin veti, koska sitä käytettiin enemmän kuin mitään muuta hotellia. Mukavuuksina kaksoispisteen jäljessä olivat sitten puhelimet, joita oli joka huoneessa sekä ruokala, joka oli yksinkertaisesti hyvä.

Ilmeisesti ruokalan hintoja oli sitten kymppin ateria eli jotain syötävää sai kymmenellä markalla ja tätä syötävää kutsuttiin ateriaksi. Kuponkiateria oli halvempi. Sinänsä

⁵⁸⁴ esim. Savon Sanomat 08.01.1931

⁵⁸⁵ H.S. 14.09.1922

⁵⁸⁶ esim. Kaleva 27.09.1931

kupongin käyttö implikoi hotellin kuulumista johonkin isompaan järjestelmään, jossa alentavia kuponkeja käytettiin jonkin suuremman kokonaisuuden osana. Kaiketi voi olla kyse myös kanta-asiakkuuden haalimisesta. Huoneiden hinnat oli alennettu: Tämä hintapoliikan keino ilmaisi vain sen, että jostain syystä huoneista ei tarvinnut maksaa täyttä hintaa.

On todennäköistä, että ilmoittelija huomasi jotain oleellista puuttuvan, sillä hän muutti informaationsa sisältöä 4.10; sitten 25.10, 22.11. 29.11., 6.12., 13.12., 20.12., 24.12. 1931 "mainoksissaan" hotelli jatkoi lokakuun alun formia.⁵⁸⁷ Vuoden vaihdekään ei mainoksen muotoa tai sisältöä muuttanut.⁵⁸⁸ Kyseessä oli sitten jonkinmoinen mainoskampanja.

Kampanjassa pyrittiin lataamaan lukijaan tajuntaan, että Oulussa oli Uusi Hotelli. Nyt hotelli oli SUURIN, HALVIN ja KÄYTETYIN ja huoneet maksoivat 1 hengeltä 18-23 markkaa ja 2 hengeltä 30-45 markkaa. Näissä ilmoituksissa ei sitten ollut minkäänlaista mainintaa mukavuuksista tai hyvästä ruokalasta. Ehkä oli havaittu, että yöpymisen hinta oli se oleellinen hotellin käyttöön vaikuttava tekijä ja että mukavuudet olivat sivuseikka ja kuten ruokalakin, vaikka hyväkin.

Hotelli Atlas, entinen Seurahuone Toijalasta ilmoitteli keskitalvella⁵⁸⁹ lämpimiä ja hauskoja huoneita. Hauskuus oli huoneissa ja omistajatkin olivat vaihtuneet. Kolmekymmenluvun lopulla matkailijoille vanhastaan tuttu hotelli Arina puolestaan oli uudistunut. Se mainosti huhtikuuisessa Kalevassa:⁵⁹⁰

⁵⁸⁷ Kaleva 4.10; 25.10; 22.11.; 29.11.; 6.12.; 13.12.; 20.12.; 24.12.1931

⁵⁸⁸ Kaleva 10.01.1932

⁵⁸⁹ Aamulehti 30.12.1937

⁵⁹⁰ Kaleva 7.4.1939

HOTELLI ARINA**Vastavalmistunut, Ajanmukainen, I-luokan hotelli**

Oulun keskustassa - Pakkahuoneenkatu 16 - Puhelin 4221

29 ensiluokkaisesti sisustettua matkustajahuonetta
 - Hinnat 35mk:sta alkaen - Kaikissa huoneissa
 kylmä ja lämmin vesi sekä puhelimet. Kylpyhuo-
 neita. Tavaränäyttelyhuoneita.

VIIHTYISÄ RAVINTOLA
HYVÄ KEITTIÖ
KOHTUULLISET HINNAT

Hotelli ei ollut mikään Uusi Hotelli vaan Arina ja ilmoite-
 tusti vasta valmistunut. Itse asiassa se oli valmistunut jo
 viitisen vuotta sitten. Ja luonnollisesti se oli ensiluok-
 kainen niin kuin kaikki tuohon aikaan olivat: tuon sanan
 erotteluarvo oli minimaalinen.

Saavutettavus ilmaistiin sekä maantieteellisesti että
 televiestinnällisesti ja huonehinta paljastettiin myös - ja
 sen liukuvuus. Jokaisessa 29 huoneessa sai valita kylmän ja
 lämpimän veden väliltä. Hotellissa oli myös kylpyhuoneita
 ja epämääräinen luku tavaränäyttelyhuoneita, joissa ilmei-
 sesti sai sitten näytellä tavaraansa. Ravintola ei ollut
 hyvä vaan viihtyisä, mutta sen keittiö sen sijaan hyvä ja
 kohtuuhintainen. Mitenkään erikoisen hehkutteleva ei siis
 tämäkään hotellimainos ollut.

Mäntyluodossa puolestaan hotellihuoneista ei ollut mainin-
 taa, ei hintatietoja tai edes vihjeitä majoituskustannuk-
 sista, sen sijaan yrityksen omistaja puhelinnumeroineen
 tuli kyllä ilmoituksesta selville ja se, että hotellin
 hyvää ravintolaa suositeltiin. Samoin silmiin pisti "kekse-
 liäs" nimi Mäntyluodon hotelli, Mäntyluodolla kun ol-
 tiin.⁵⁹¹

Mäntyluodon hotelli
 Mäntyluodolla

*
 Suositellaan
 hyvää ravintolaa
 E.Nyyssönen Puhelin Mäntyluoto 67

Espanjalais-amerikkalaisuutta sekä kääntäjän sukkeluutta nimenannossaan edusti aidosti kekseliäs hotelli Montana, Helsingin Vuorikadulta.

Matkustajat Huom!

Hotelli Montana

Vuorikatu 6

Suosittellee rauhallisia huoneita keskustasta⁵⁹²

Ei ollut mahdollista myöskään erehtyä symbolisesta sitomisesta, kun luki ilmoituksista hotelli Pilvilinnasta Helsingissä,⁵⁹³ ja hiven konkreettisempana, **Rautatienhotellista** Naantalissa; se vuokrasi huoneita vuorokausittain ja viikoittain sekä otti täysihoidtoon jo toukokuun aikana.⁵⁹⁴

Hotelli Hämeenpyörä kilpaili oheispalvelullaan.⁵⁹⁵ Hotelliin oli ilmeisesti juuri hankittu radio ja niinpä mainostettiin: "Tilaisuus seurata radiosta Lahden kilpailuja." Ja niille, jotka eivät niin suksen suihkeen kuin urheilukommentaattorin hurmiosopotuksen äänistä piitanneet, oli kehitetty oma apelli: HUOM! Tänään: Liniä, ja jotta sanaseppoilu olisi kaikille auennut, sulkeistettiin ja kursivoitiin vielä (*Bliniä*). Ja autoaikaa kun vahvasti elettiin, viipurilaisen hotelli Andréan kekseliäs(?) houkutus oli: "Oma autovaja."⁵⁹⁶

Kolmekymmenluvun puolivälin Suomen Matkailulehden puolivälin Hotelli Tornin ilmoittelu oli jälleen erilaista. Mainoksen vasemmassa osassa näytettiin hotelli ylhäältä viistosta piirrettynä. Koko hotellin suuri koko paljastui tarkoituksellisesti kuten myös nimenannon selkeä syy. Ja Tornissa ollaan huipulla - Torni on huippua! Alhaalla olevalla kadulla pysäköidyt autot näyttivät satunnaisilta

⁵⁹² H.S. 23.06.1923

⁵⁹³ esim. 12.05.1935

⁵⁹⁴ H.S. 26.05.1923

⁵⁹⁵ Aamulehti 21.02.1938

⁵⁹⁶ Matkailumaailma 1939:3, 24

koppakuoriaisilta.⁵⁹⁷ Teksti oli kaksikielistä ja toinen kieli ei ollut naapurin Nykvistin ruotsi vaan imperiumin englantii!

Asuntokysymyksen
ratkaisu

**MENEMME
TORNIIN!**

Helsingin viihtyisin
hotelli. Kaikissa
huoneissa WC ja
puhelin. Yksityisiä
kylpyhuoneita ja
kaksioita

The leading Tover
Hotel. All rooms
with WC and Te-
lephone. Private
bath rooms and sit-
ting rooms.

Hotelli Tornii
Helsinki-Suomi
Puhelin 30611

Oletettavasti mainoksen kaksikielisyys oli suunnattu suomalaisten luksusturistien vuokra-autojen suuntaviitaksi. Olihan internationaalisuus silti kotosuomalaista: meikäläiselle peruspöytäille oletettavasti kelpasivat yksöis-V:n tover sekä omalajiset ulko-suomen tavutukset.

Kauniaisiiinkin oli mahdollista lähteä vapun viettoon, toisenlaisen vapun. Unohtaa kaupungin hektinen hulina ja antautua rentouttavan ja rauhoittavan luonnon iloääniin. Näin viritti ja visualisoi Bad Grankulla.⁵⁹⁸ Helsingin Sanomien kolmekymmenluvun puolivälin vapunaattoisessa mainoksessa aivan hätääntyneeltä västäräkiltä näyttävä jättiläiskokoinen lintu oli nostettu kuusen oksalle, puun latvaan. Sieltä se näytetysti huusi kita ammollaan. Teksti kuitenkin paljasti, että kyseessä lauloikin kiuru ja että oikeasti se oli ilmoissa leikkimässä ja että moni kevätvirsi viidakossa

⁵⁹⁷ Suomen Matkailulehti 1935:2, 29, liite 18, ylin kuva

⁵⁹⁸ H.S. 30.04.1935

kaikasi.

Taas leivoset ilmoissa
leikkiä lyö
kevätvirsiä viidakko
kaikaa...

**Viettäköö
VAPUNVASTAAN-
OTTAJAISET
ja VAPPU**

luonnon helmassa - Bad Grankullassa!

Nauttikaa ihanista kävelyistä vahvistavassa ilmas-
sa! Ensiluokan keittiö. Ylioppilaslaulua lounaan
aikana.

Tilatkaa huone a j o i s s a

**BAD
GRANKULLA**

LEPOA-VIRKISTYSTÄ-URHEILUA!
Tiheät linja-autovuorot
Rautatientorilta

Oli luonnon ihanuutta ja vahvistavaa ilmaa ja mikäpä ma-
koisasti ruokaillessakaan, kun oikeat ylioppilaat lauloivat
kuorona keväisiä, lystillisiä lauluja; muistaa toki piti,
että huone ajoissa oli tilattava, koska jo vapun aatossa
oltiin! Kyseessä oli ulkoilupohjaisen lomailupaikan mainon-
taa juhlan vieton oikeuttamana - nimenomaan ainakin vappu
ja toivottavasti kauemminkin Bad Grankullassa.

Jos kumminkin kävisi niin, ettei hyveellinen Bad Grankulla
pitempään miellyttäisikään ja kesä johtaisi ajatukset
Lappeenrantaan, kuten "Karjalassa" edellytettiin, niin eipä
hätää, Kylpylaitoksen Kasino avattaisiin helluntaina.⁵⁹⁹

Vaalan *matkailijahotellin* apellina toimi matkailijayhdis-
tyksen omistus. Se sisälsi jo takeen matkailijain totutusta
palvelusta. Myös asiakkaan matkailijayhdistyksen jäsenyyden
edut olisivat siten hyödynnettävissä. Toijalan Atlaksen
kaltainen uusi keksintö oli kutsua matkustajahuonetta
hauskaksi. Hauska-adjektiivia nyt harvemmin käytetään

huonetta kuvaamaan - kenties sen sisällä yksinkertaisesti nauratti!

Jo mauttomalta vaikutti keittiön ensiluokkaisuus.⁶⁰⁰

VAALAN HOTELLI

(Suomen Matkailijayhdistyksen omistama)

suosittelee

hauskoja matkustajahuoneita

Hauskoja huoneita tai ei mutta ainakin Hotelli Kotka, ent.Lipponen Rovaniemeltä oli vielä vuonna 1936 itseensä uskova eikä sitä kaupallisessa "superlatiivitiedotteessaan" ainakaan liiallisesta vaatimattomuudesta voida syyttää:⁶⁰¹

"Paikkakunnan suosituin ja ajanmukaisin matkustajahotelli kauppalan keskustassa.
TÄYDELLINEN RAVINTOLA- JA KAHVILALIIKE"

Jo nimensä pohjalta matkailijoille segmentoitunut Turisti Hotelli Kemistä puolestaan vetosi ensin paikalliseen suositunmuuteensa, anniskeluoikeuksiinsa, saunansa hyvyyteen sekä henkilökunnan osaavuuteen⁶⁰² ja sitten vuotta myöhemmin eri foorumilla ykkösluokkaisuuteensa, uudistettuihin, ajanmukaisiin, lämpimiin ja rauhallisiin huoneisiinsa ja ravintolan uusittuuteen. Lisäksi oli löydetty kasvoton suosittelija: "Suositellaan", ja painottaen: ANNISKELUOIKEUDET.⁶⁰³

Jyväskylän kaupungin Matkailijahotelli Otava oli puolestaan vetoomuksissaan niin ikään siisti, mutta se oli lisäksi myös ajanmukainen ja kohtuuhintainen sekä eksplisiittisesti suositeltu.⁶⁰⁴

⁶⁰⁰ Kaleva 12.06.1932

⁶⁰¹ Liiketaito 1936:10, 293

⁶⁰² Suomen Matkailulehti 1935:7, 111

⁶⁰³ Liiketaito 1936:10, 295

⁶⁰⁴ Suomen Matkailulehti 1935:7, 99

Kovin viitseliästä tai mielikuvitukseksikaan ennen näkemätöntä ei ollut Kemien matkailijoille segmentoituneen hotelli Kalevan mainostaminen:

Matkustajille	Hotelli Kaleva
suosittelee	Kemissä Kirkkokatu 20

siistiä huoneita sekä tunnetusti hyvää ruokatarjoilua
tunnetusti kohtuullisiin hintoihin.
Täydelliset ravintolaoikeudet.
Puhelin n:ot 3 ja 345. Puhelin joka huoneessa.
Kylpyhuone matkustajain käytettävissä

Houkuttimena Kalevan vuoden 1932 mainoksessa käytettiin täysiä ravintolaoikeuksia - tieto oli varmaan kelpoinen pitkänmatkanjunan käyttäjille, joiden kurkku oli kaiketi jo pahasti kuivunut. Perinteikkyyteen ja sitä myöden tunnettuuteen vedottiin: *tunnetusti* hyvä...*tunnetusti* kohtuullinen... Puhelin olisi saatavilla omassa huoneessa ja hotellissa olisi mahdollisuus myös kylpyhuoneen käyttöön. Mainintaa peseytymispaikkojen määrästä ei tosin ollut.⁶⁰⁵

Kaiken kaikkiaan hotellimainostus oli alan ammattilehdissäkin - sanomalehdistä puhumattakaan - yleensä perin yksioikoista, sovinnasta, "totistakin" - mielikuvituksen lento, luova apellointi ja turistisen fantasiamaailman pyrkimyksellinen, hemmotteleva ohjaus, hyväilevä värinä oli vielä löytämättä - tai uskaltamattomissa.

4.3.4.2. Pensionaatit ja matkustajakodit

Muita vanhastaan tunnettuja matkailuun liitettäviä ja osin sen nimeensäkin sisällyttäneitä majoitusmuotoja olivat luonnollisesti erilaiset pensionaatit sekä matkailu- ja matkustajakodit. Punkaharju oli perinteikkäitä Suomen matkailukeskuksia ja luonnollisesti myös siellä toimi pensionaatti.⁶⁰⁶

⁶⁰⁵ Kaleva 04.10.1932

⁶⁰⁶ U.S. 01.06.1919

VALONIEHEN PENSIONAATTI
(avoinna koko vuoden)

luonnonihanan Punkaharjun vierellä. **Täysihoitola.**

Jokapäiväinen laivayhteys Savonlinnaan.
Järvi- ja saunakylpyjä. Purje- ja soutuveneitä
käytettävissä. Ihana asema. **Hyvä ja voimakas
ruoka.**

Pensionaatti oli siis toimiva, kannattava ja hyvin hoidettu -siihen viittasi maininta koko vuoden aukiolosta. Mitään ei tehdä hetken mielenjohteesta! Ja luonnollisesti seudun luonnonihanuuteen oli vedottava ja Punkaharjun kuuluun nimeen. Pensionaattiin myös pääsi ja sieltä pääsi päivittäin. Ei oltukaan missään Mannakorven mailla. Kylpeä saisi järvessä tai makoisasti saunassa, milloin ei ollut innostunut järvelle soutelemaan tai kenties jopa nostanut iloista purjetta Saimaan sinisille aalloille. Hoito olisi haluttamassa täyttä ja kaiketi kuin maailmansodan nälkäaikaa kontrastoiden pensionaatin ruoka olisi vahvennetusti **hyvää ja voimakasta** - ei mitään häthätäistä vesivelliä siis.

Helsingin Sanomissa⁶⁰⁷ puolestaan suositeltiin lyhyesti paikallisen pensionaatin ensiluokkaisuutta - nimen velvoittamasta kauniista näköalasta ei nyt ollut mainintoja...

Suosittelaa
ensiluokkaista matkustajakoti
PENSIONAT BELLEVUE
Uudenmaank 18, puh 4822

Pensionaatti saattoi olla myös monitoiminen, sekä kelpoisia majoitus- että laadukkaita ravitsemuspalveluksia tarjoava. Mukavuudet oli lähes hotellien tasoa. Esimerkiksi Munkkiniemen Pensionaatti ilmoitteli pitkin vuoden 1922 ke-sää.⁶⁰⁸

⁶⁰⁷ H.S. 02.07.1922

⁶⁰⁸ esim. H.S. 13.08.1922

Huom! Messuvieraat Huom!
KAIVOHUONE

Helsingin paras kesäravintola pidetään messujen aikana klo 12:sta .ap.
 Suomalainen ja ruotsalainen operettiesitys joka ilta klo 7.30
 Näytäntöjen jälkeen illallistanssijaiset
Guntherin Wieniläinen orkesteri

Messujen läsnäolo näkyi ainakin aikatauluina; ohjelmapalvelut tuskin liiemmin poikkesivat jo tunnetusta Kaivohuoneen tyylistä. Vaan olihan ukkopaikkakuntalaisen virkistävää piipahtaa Helsingin parhaaseen kesäravintolaan kuuntelemaan operettia ruotsiksi ja ihmettelemään illallistanssiaisten indigon sinisiä parkettigentlemanneja, lilan punaisiin puettuja höyhänen keveitä vahalattialla liitäviä laatuladyja ja nuuhkimaan Guntherin loihtimia kansainvälisyyden wieniläistuulahduksia.

Jos Salpausselän kisojen aikaan railakas suksella liikkuja erehtyikin suunnasta ja päätyi Lahden sijasta vaikkapa Munkkiniemeen, niin ei hätää, Kahvila Tarvo apellissaan väitti olevansa auki joka päivä ja tärkeintä oli iso kutsu:
SUOSITELLAAN HIIHTÄJILLE⁷⁰¹

Niin ikään vuoden 1938 maailmanmestaruushiihdot näkyivät Lahdessa - myös ravintoissa. Kariniemen ravintola oli auki läpi vuorokauden kisojen ajan kuin myös lottien ravintolat ja Lahden Osuusravintola puolestaan 7.30 - 2 kisalauantaisin ja -sunnuntaisin ja muulloin se suljettaisiin tuntia aiemmin.⁷⁰² Ja ilman iltaa Lasipalatsissa Lahden hiihtokilpailumatka jäisi kliimaksiaan vaille.

⁷⁰¹ vrt. H.S. 08.03.1931

⁷⁰² Etelä-Suomen Sanomat=E-S.S. 24.2.38

Lasipalatsin ravintola

Vasta viihtyisässä lasipalatsissa nautitun maukkaan aterian jälkeen voi täysin innoin seurata MM-hiihtojen jännittäviä kamppailuja ja hivelevän musiikin soidessa illoin *herkullisen* illallispöydän ääressä syventää hiihtomiesten niin ikuisiksi että elämän ehtoolla voi nuoremmille tarinoida:

...niin, ja sitten **ilta Lasipalatsin ravintolassa.**

Mainos oli taitava joskin pitkä. Siinä oivallettiin myös matkailun elämyksellisyyden kokonaisuus. Hiihtokilpailut ja varsinkin hiihtokilpailumatka ovat suksen suihkimman seuraamista enemmän. Ne ovat etukäteishaaveita, muistoja, oheispalveluita kisapaikalla, pieniä elämän miellyttäviä piristeitä, hemmottelevaa tunnelmaa, hetkistä loikkaa arjen aherruksesta. Miksipä ei kartuttaisi kertomusaiheita illalla (hiihto)juhlavassa "Lasipalatsissa"!

Uutena markkinavaltauksena ravitsemuselinkeino ryhtyi yhteistyöhön "matkustuksen mukavoittamiseksi" myös kuljetuksien kanssa. Sekä juniin että asemille saatiin ravintolat. Junien palveluvarustus näin koheni: jo kansalaisso-
dan jälkeen ravintolatoiminta oli pyrähtänyt käyntiin:

"Ravintoloiden ryhmään voitaneen vielä lukea ravintolavaunut, joita Kansainvälisen Makuuvaunu yhtiön kanssa tehdyn sopimuksen mukaan on liitetty erinäisiin pääjuniin."⁷⁰³

Ensimmäinen yrittäjä oli ulkomaiseen pääomaan tukeutuva Kansainvälinen Makuuvaunuyhtiö, joka ravintolavaunuillaan huolsi matkustavia rautateittemme päälinjoilla. Vuonna 1928 sen rinnalle perustettiin kotimainen Suomen Matkaravinto- ja Maja Oy, myöhemmin Matkaravinto Oy:nä tunnettu. Asemien ravintolakeitaat piristivät matkailijaa:

"Ravintolapito-oikeuksia myönnettäessä on yleensä periaatteena pidetty, että matkustajilla on aina määrätuntien kuluttua tilaisuus saada ruokaa ja virvokkeita. Ravintolat jakautuvat näin kahteen ryhmään, nimittäin varsinaisiin ruokailuravintoloihin ja pienempiin, vain kahvia ja virvokkeita tarjoileviin ravintoloihin. Suurien asemaravintoloiden hoitaminen on yleensä luovutettu vapaan kilpailun perusteella enimmäin tarjoavalle."⁷⁰⁴

Kovin hääppöistä kuvaa kilpailukyvystään ei antanut ainakaan Kemian asemaravintola. Nyt mittapuuna käytetään tosin mainostuksen lakonisuutta. Tosin 'mieluininen' -sana viittasi siihen, ettei ravintolassa nyt vallan ikävää ole ja 'ruokailupaikka' siihen että einestä oli mahdollista saada ja onhan vetoomukseen toki ympätty ihmisen uteliaisuutta, tosin kieltämättä, hieman veltosti stimuloiva tutustumiskäyntiehdotus:⁷⁰⁵

RAUTATIENT RAVINTOLA

KEMI

Mieluininen ruokailupaikka on
Kemissä Rautatien Ravintola

*

Tehkää tutustumiskäynti!

Jyväskylässä asemaravintolan mainostus oli paljon monipuolisempaa. Suomen Matkailulehteen oli ensiksikin annettu valokuva⁷⁰⁶, josta huomattiin paikan hyvätasoisuus: pöydillä oli valkoiset pöytäliinat, ruokalistat hyvässä järjestyksessä, viherkasveja viihtyisyyttä antamassa ja väljyyttä ruokailunautintoa lisäämässä. Tiskin takainen seinäkello ilmoitti tarkan ajan, joten junasta ei sittenkään viivästytettäisi vaikka pitkitetyn silmillä ahmimisen jälkeiset suussa sulavat herkut olisivatkin viemässä peräti kieltä

⁷⁰⁴ em. VR, 794

⁷⁰⁵ Suomen Matkailulehti 1935:7, 109

⁷⁰⁶ Suomen Matkailulehti 1935:5, 73, liite 18, alin kuva

mennessään.⁷⁰⁷

JYVÄSKYLÄN ASEMARAVINTOLA
(Omistaja rouva Maiju Löfgren),

Avoimna klo 6 aamulla klo 23 asti illalla. Aamiaisia, päivällisiä ja illallisia a'10 mk. Lipuilla 8 mk. Annostarjoilua koko päivän. Olut ja viinioikeudet. Yksityisten sekä matkailuseurueiden suosima ravintopaikka. Tyydyttää vaativammankin vaatimukset. Ravinto ja tarjoilu ensiluokkaisia. Kuponkijärjestelmä ulkomaalaisille.

Mainoksesta kävi apellin kaltaisesti hyvin selville kasvot-
linen = pakenematon tarjoamisesta vastaava rouva Löfgren -
se toi tuotteille taattuutta. Myös aukioloaikojen ilmoitta-
minen selkeytti varsinkin yöllä matkustavien valintoja.
Hintapolitiikassaan ravintola oli mennyt mukaan lippujär-
jestelmään, joka sille oli omiaan varmistamaan jatkuvat
asiakassuhteet. Myös ulkomaalaiset olivat kuponkijärjeste-
lyn erityisesti huomioon otettuja.

Aiempien Ylivieskan Ja Seinäjoen asemaravintoloitten ohelle
vuonna 1936 Suomen Matkaravinto- ja Maja Oy osti Viipurin
ja vuonna 1937 Helsingin ja Oulun asemaravintolat.⁷⁰⁸ Myös
pienet ja suhteellisen tuottamattomat Kaulirannan ja
Elisenvaaran asemaravintolat siirtyivät yhtiön haltuun.
Hankinnoissa oli myös ihanteita mukana. J.Jyske kirjoitti
"Suomen Matkailuun":

"Pieniä asemaravintoloita kunnollisesti hoidet-
taessa ei aina voida välttyä tappioilta; mutta
nämä tappiot voidaan peittää suurten ravinto-
loitten ylijäämillä ja kuitenkin täytyy vielä
jäädä ylijäämää, joka tarkoituksenmukaisimmin on
käytettävissä Matkailijayhdistyksen kautta Suomen
matkailun hyväksi."⁷⁰⁹

Ja niinpä omalaatuinen asemaravintolakulttuuri kukoisti
eikä matkustaminen lainkaan enää ollut kuivaa puuhaa!

⁷⁰⁷ vrt. Suomen Matkailulehti 1935:5, 73, liite 18, alin kuva

⁷⁰⁸ Soini 1963, 265-266

⁷⁰⁹ Jyske 1937:2, 16

4.4.2. Kieltolaki matkustavaisten kiusana

"Sivistys" on vanhastaan rakastanut konkreettista mutta eritoten pään sisäistä matkailua, ravintolaelämää. Sen kupeelta nousivat höyryisinä lukuisat tarinat; Gallén-Kallela maalasi, Sibelius sävelsi ja Leino runoili - ravintolaelämä viritti kulttuuria. Mutta itsenäisyyden alkuaika näyttäytyi synkin värein: vieraanvaraisuudelta vietiin eliksiiri - Suomeen tuli voimaan kieltolaki.

"Kieltolain ajajien lähtokohta oli varsin ymmärrettävä. Suomalaiset, niinkuin yleensä kylmempien seutujen asukkaat, eivät aina osanneet käyttää alkoholi pitoisia juomia kohtuullisesti aiheuttaen (...) terveydellisiä haittoja (...) sosiaalisia vaikeuksia (...)järjestyshäiriöitä. Tämän johdosta vuosisatojen aikana (on yritetty useaan otteeseen) hallinnollisilla toimenpiteillä (...) ohjata kansan juomata poja."⁷¹⁰

Samaan pyrki myös tiukka raittiusliike. Kansanedustajat pelkäsivät menettävänsä raittiusväen ääniä, ja niin kieltolaki saatettiin voimaan kesäkuun 1. päivänä vuonna 1919.

Kieltolakia rikkoi jokainen siihen kykenevä. Ihmiset tarvitsivat piipahdusta arjen kahleista ja viinan avulla loikka vanhastaan oli tehty; käytäntöä ei pystynyt muuttamaan juudaansuudelmatarjouksistaan huolimatta edes Jämsän kunnanvaltuusto.⁷¹¹

⁷¹⁰ Soini 1963, 188

⁷¹¹ Kansanlehti 20.02.1920

**VIINANKEITTÄJÄT JA
MYYJÄT
JÄMSÄSSÄ KIINNI!**

Jämsän kunnanvaltuusto on päättänyt maksaa 200 mk vaivan ja työn palkkiona niille, jotka ilmoittavat raittiuden valvojille tai kruununviranomaisille kieltolain rikkomuksen alkoholipitoisten aineiden valmistukseen, myyntiin, kuljetukseen ja varastosapitoon nähden, jos rikkomus voidaan todistaa niin, että asianomainen saadaan syytteeseen. Palkkio haetaan kunnallislautakunnan esimieheltä joka on lauantaisin tavattavissa Kunnallistalolla.

Ryhtykää ponteisiin toimenpiteisiin, että kaikki kieltolain rikkojat saadaan edesvastuuseen.

Jämsän Raittiuslautakunta.

Kelpasi sitä sitten lauantaia saunapuhtaana käydä "viinanpolttopolttorahoja" kunnallislautakunnan esimieheltä tiedustelemassa! Lakina kieltolaki oli täysin epäonnistunut, ja nimenomaan ravintolaelinkeinon se ajoi varsin tukalaan asemaan.

Ravintolat määrättiin valvomaan, että niiden huoneistossa ei nautittu väkijuomia - toisaalta kanta-asiakkaat vanhasta muistista niitä vaativat, toivotpa kiellon jälkeen omat viinalta löyhkäävät taskumattinsa mukanaan. Salakapakoitsijaksi ryhtymätön menetti asiakkaansa, ja urkinta kovan teen paikoissa kukoisti: 'nuuskijoitten ja hengenhaistajien heimokunta' oli jokapäiväinen mutta halveksittu näky.

Rikkomuksista rangaistiin ankarasti: milloin sakotettiin ravintoloitsijaa, milloin suljettiin koko kapakka. Jotkut jo vuosikautia Suomessa toimineet ulkomaiset ravintoloitsijat saivat kyllikseen ja palasivat kotimaahansa. Tarjoilu- paikkojen taso laski, eivätkä ulkomaiset matkailijat olleet enää halukkaita tulemaan Suomeen.

Myös suomalaisten ravintola-asiakkaitten houkutteluun oli kiinnitettävä huomiota, luotava moninaisia veto-omuksia. Onneksi ravintolaelinkeinolle ulkomailta "hyökkäsivät" saksofonijatsi ja "häpeämätön" tango, ja tanssiaisia, mutta myös oopperalaulajia ym. äänenkäyttäjä-viihdyttäjiä käytettiin houkuttimina.

Jos "Gradinissa" vapun kunniaksi viihdyttikin operalaulaja Renato Troisi,⁷¹² "Palladiumissa" ei arkenakaan tyydytty mihinkään kuninkaallista mitättömämpään: siellä kun lauloi *hoviopperalaulajatar* N. Talini-Toselli.⁷¹³ Mutta mikä pääosin suomalainen mutta osin kansainvälinen ja väkevä musiikkimeininki kuuluikaan ravintola Konsertti-Kahvilasta? Hei, mutta siellähän soitti *Huttusen vahvistettu jazzorkesteri!*⁷¹⁴ Ja olipa Ravintola Pörssi etusivun ilmoituksessaan kääntynyt apellin luonnissaan taikamaailmankin puoleen.⁷¹⁵ Siellä näet tanssiaisten lomaan esiintyi "suuremmoinen italilainen taikataituri NICOLA LUPO!"

Jos sitten oli kyllästynyt laittamaan parketilla tossua toisen eteen, niin sopi aivan hyvin siirtyä Kahvila Empireen: Humoristilaulajat Gabr. Tossu ja A. Tirkkonen esiintyivät⁷¹⁶, ja Gabriel Tossu sittemmin vielä jatketusti Majakka Kahvilassa, mutta edelleen humoristilaulajana.⁷¹⁷

Ja jos matkallaan puolestaan löysi Kotkan ravintola "Majakkaan", sai varautua siihen, että "annoksia ulos kannetaan".⁷¹⁸ Parhaista raaka-aineista valmistettuja tuotteitaan päivän halvimpiin hintoihin suositteli Helsingin Työväen yhdistyksen ravintola;⁷¹⁹ Viipurin "Espilässä" tarjottiin "tunnettuja I lk:n aterioita makuun ja nautintoon verraten"⁷²⁰ halpoihin hintoihin;⁷²¹ "Empiressä" puolestaan oli jo vuonna 1920, kuin kontrastina likaiselle kau-

⁷¹² U.S. 01.05.1919

⁷¹³ H.S. 15.06.1923

⁷¹⁴ H.S. 07.06.1922

⁷¹⁵ H.S. 29.5.1923

⁷¹⁶ SSD 30.04.1923

⁷¹⁷ SSD 18.05.1923

⁷¹⁸ vrt. Eteenpäin 10.06.1921

⁷¹⁹ SSD 05.03.1923

⁷²⁰ kurs. J.A.

⁷²¹ Ajan Sana 23.05.1931

panteolle, ollut apelloituna "puhdas kahvi".⁷²²

"Esplanaadi-kappeli" ilmoitteli ensinnäkin olevansa "in" -helsinkiläisten h i e n o i n sovittu tapaamispaikka⁷²³, ja toiseksi, että siellä kuuli useasti murkina- ja iltakonsertteja, ja mikä matkaajan murkinoidessa, jos sitä säästi oikea sotilasoittokunta⁷²⁴, mutta "Alppilassa" syötiin oletettavasti vielä äänekkäämmin: rannikkotykistörykmentin soittokunta musisoi joka päivä iltakuudesta puoleen yöhön ja sunnuntaisin ja juhlapäivin vielä useammin!⁷²⁵

"Melban" oleellisin apelli ei puolestaan ollut mikään ääni vaan oivallinen kohtelu. Tosin siellä oli myös 1-luokan ravintola, viihtyisä huoneisto ja erinomainen ruoka - tietenkin.⁷²⁶ Mutta mikäpä olikaan Brandön kasinon "ylimääräinen huomattava veto-ohjelma"? No, eittämättä imuisa mustalaisykuoro, jossa lauloi seitsemän miestä ja viisi naista.⁷²⁷ Toisessa muistuttavassa mainosversiossa ei puhuttu mitään ylimääräisyydestä tai huomattavuudesta vaan niissä mustalaisykuoro vain oli "joka ilta", ja jos niukemmin romaneja halusi, yksinäinen mustalainen Ferd. Gaalo viihdytti suositellusti Suomi Kahvilassa.⁷²⁸ KAHVILA PAGOD oli puolestaan ja ainoastaan "Kontinentaalinen"!⁷²⁹

Kauppalehden lukijoita kehoitettiin sitten evaluoimaan ravintola Savoytä. Arviointi oli kaiketi helppoa kun mainoksessa jo ilmoitettiin, että ateriat olivat *herkullisia*.

⁷²² SSD 13.03.1920

⁷²³ esim. H.S. 03.07.; 04.07.; 06.07.; 07.07.1923

⁷²⁴ H.S. 03.06.1928

⁷²⁵ H.S. 03.06.1928

⁷²⁶ H.S. 03.07.1923

⁷²⁷ H.S. 3.7.; 4.7.; 6.7.; 10.7.1923

⁷²⁸ SSD 09.03.1923

⁷²⁹ H.S. 15.06.1928

Myös se tuli tietoon, että isokin ruokatilaus ainakin vastaanotettiin!⁷³⁰

RAVINTOLA SAVOY

Maistakaa ja arvostelkaa meidän *herkullisia aamiaisiämme, päivällisiämme ja illallisia huokeisiin hintoihin.*

Suurempia ja pienempiä tilauksia vastaanotetaan.

Juhliin liittyvä ravintolamainonta näkyi. "Grand Cafessa" sai vappuna valita tyytykö ravintolan nimen "suosittelemaan" kahviaamiaiseen vai nauttiko sittenkin teeillallisen,⁷³¹ ja myös Savonlinnassa oli savolainen vappu. Siellä näet huviteltiin. Ja niin rajusti, että kustannuksia tuli ja ne oli katettava ja se puolestaan oikeutti myös pääsymaksuun. Toimeenpannun vappuillatsun vaihtelevaa, soitannollista ohjelmaa järjesti soitannollinen seura Savonlinnasta.⁷³²

Huveja

VAPPUILLATSUN

toimeenpanee

Savonlinnan Soitannollinen Seura

Seurahuoneen juhlasalissa

vaihtelevalla, soitannollisella ohjelmalla

Kustannusten peittämiseksi pääsymaksu

"Valkoisen lakin -ja kevään juhlaa" vastaanotettiin ravintola Venetsiassa,⁷³³ mutta työväenliikkeellä oli peräti toisenlainen käsitys vappuravintolan mainostamisesta. Perin kekseliästä oli mainostaa sitä, milloin tarjoilu oli keskeytettyä, saihan lukija tuolloin halutessaan kuvan, että aina muulloin innokas kyyppäri pinkoi.⁷³⁴

⁷³⁰ Kauppalehti=KL 23.10.1927

⁷³¹ US. 01.05.1919

⁷³² Itä-Savo 28.04.1923

⁷³³ Ajan Sana 30.04.1931

⁷³⁴ Kansanlehti 30.04.1920

VAPPUNA

on
tarjoilu keskeytettynä
kello 1/2 10 - 3 päivällä

Ravintoloissamme ja Kahviloissamme

TAMPEREEN TYÖVÄENYHDISTYS
TAMPEREEN TYÖVÄEN SANOMALEHTI O.Y

Lieneekö karkelointi ollut liian riehakkaan äänekästä tahi jopa melskeistä juhannuksena, sillä Kalastajatorpalta ilmoitettiin katumusamuna:⁷³⁵ Tästä päivästä lähtien klo 8-10 i.p. esittää **SOITTOA HILLITTY TRIO.**

Neljännennäinen oli hotelli Kämpin jouluaattoilmoitus. Oli nähtävissä miten varma tunnettuudestaan tuo ravintolainstituutio oli...tavanmukainen puolinen...ja mainoksessa harvennettuna kuin antamassa ymmärtää että jotain tietyille ihmisille perinteikkään tuttua mutta samoin perin harvinaista ja eksklusiivista oli tapahtumassa. Siksikö reklaimiväline oli Kauppalehti?⁷³⁶

HOTELLI KÄMP

Joulun aattopäivänä
t a v a n m u k a i n e n p u o l i n e n

"Joulupöytineen" soittoa klo 1.stä

Hotelli Kämp ilmoitteli sittemmin joka sunnuntaina "perhepuolisesta seisovine kylmöpöytineen, joita saisi aina 12:sta 1/3 3:een, jonka jälkeen sitten tarjoutuisi tilaisuus kuunnella kahvikonserttia 1/2 5:een i.p.. Kämpin taiteilijatrio soitti⁷³⁷, ja jos sitten ei puolisesta olutkaan aivan kokonaisen täysi, ei hätää, kaviaari ja blinit odottivat.⁷³⁸ Siitäpä sitten muhkein vatsoin Kaivo- huoneelle: "La Femme Equipéen järjestämä mannekiiniesitys erikoisesti esittää upeita pukuja lähestyviä kuningastans-

⁷³⁵ Ajan Sana 25.06.1931

⁷³⁶ KL 23.12.1927

⁷³⁷ vrt. esim. KL 28.01 ja 28.01.1928

⁷³⁸ KL 21.02.1928

siaisia varten.⁷³⁹

Iloinen oli kaksikymmenluku ja pitihän se myös ravintolois-
sa näkyä. Kun turisti ensin oli ilakoinut "Grand Hotel
Fennian" kolmen hyväntuulisen humoristin: The Three Goodhu-
mours'in⁷⁴⁰ pontevoittamana, hän saattoi propagoidusti
kulkea "Oopperakellariin": siellä esiintyi peräti neljä
pilkekulmaa, silmän iloksi The Four Gladeyes,⁷⁴¹ ja jos
jotain kummaa, vaikkapa eksentrisiä tansseja, illuminaati-
oonsa tarvitsi, matkajaan oli syytä piipahtaa tuttuun "Bör-
siin": Kitty & Erik Lux pyörähtelivät.⁷⁴²

Yllätyksiäkin ravintolamaailmassa sattui. Helsinkiin avat-
tiin "Grand Automatin" jatkeeksi⁷⁴³ ja ruokailun sujuvoit-
tamiseksi "1-luokkainen Automaatti-ravintola".⁷⁴⁴ Tuskinpa
yllätys sen sijaan oli turkulaisen ruokala Elatuksen an-
ti.⁷⁴⁵ Sen sijaan aikamoinen informaatiojysäys saattoi olla
Kalastajatorpan "kauhistunut" hätähuuto.⁷⁴⁶

**SIMPANSSIT
KALASTAJATORPALLA**

Ainoastaan
Muutamia
päiviä

Veikeästi telmivien simpanssien jälkeen Naantalin kesäiset
riemutkin kutsuivat uudella tavalla, kun sikäläinen Kaivo-
huone aukaisi ovensa. Apellina toimi uusi laajennettu
veranda, ilmeisesti muuta ei tarvittukaan: meren kaikki jo

⁷³⁹ H.S. 27.4.1928

⁷⁴⁰ U.S. 20.01.1927

⁷⁴¹ U.S. 22.01.1927

⁷⁴² U.S. 06.01.1927, koko tammikuun, esim. U.S. 22.01.1927

⁷⁴³ U.S. esim. 01.06.1919

⁷⁴⁴ KL 07.02.1928

⁷⁴⁵ T.S. 07.06.1929

⁷⁴⁶ Ajan Sana 05.08.1931

tiesivätkin.⁷⁴⁷

KAIVOHUONE

Naantalissa
on avattu
meren puoleinen veranda on uusittu
ja huomattavasti laajennettu

Jonkin verran kekseliäisyyttä ilmoituksissaan käytti turkulainen kahvila Areena. Se suosittautui. Tämä uus-suomen sana tarkoitti kaiketi suosioon sulkeutumisalittiutta.⁷⁴⁸ Muita apelleja ei sitten ollutkaan. Mutta sinänsä Areena erosi tällä muodosteellaan muista lakonisista ilmoituksista. Kuten poikkesi myös kuninkaallinen "Royal": Se oli Helsingin ilmavin ravintola.⁷⁴⁹

Ravintolamaailman ei pitänyt olla kylläkään esitetyn jähmettynyttä ja ennen kaikkea vivahteetonta. Niinpä sitten Uudessakaupungissa tartuttiin 'dynaamisesti' toimeen. Siellä "Otavassa" myös konkreettinen liikkumismahdollisuus oheispalveluna oli selviö:⁷⁵⁰

**Kahvila ja ravintola
Otava Uusikaupunki**

Vuokra-auto saatavana samassa
paikassa lyhyitä että pitkiä matkoja varten

Vuokra-autolla sai sitten köröttää vaikkapa Petsamoon, ei toki mitään hirmuvauhtia mutta kumminkin perille päästen ja huomaamaan, että Petsamossakin oli parin vuoden kuluttua perin vilkasta, ja Trifonaankin oli ilmestynyt pari kahvilaa.⁷⁵¹

⁷⁴⁷ T.S. 02.06.1928

⁷⁴⁸ T.S. 7.6.1928

⁷⁴⁹ U.S. 01.06.1919

⁷⁵⁰ T.S. 8.6. ja 6.8. 1929

⁷⁵¹ Petsamossa nykyään ennennäkemättömän vilkasta, Kaleva 11.12.1931

Ennen Petsamoa oli kumminkin syytä piipahtaa Tampereella: Haydarbeyn ihmeellinen neekerij- ja arabialaisryhmä aloitti kansalliset esityksensä⁷⁵² ja pian Tivolissa ääntelehti kuuluisa ihmis-apina Koko.⁷⁵³ Kansainvälisen imevä ve-tonumero neekeritanssipari Deneta and Lo de Varenne askelsi Helsingin "Pörssissä", "Fenniaan" oli taas kuljettava, mikäli tahtoi ihailia Nana de Herreran sykäyttävää espanjalaisanssia,⁷⁵⁴ ja pääkaupungissa matkaaja muutenkin sai aavistuksen kaikesta siitä aistillisesta elämällisyydestä, hektisestä sykkeestä, mitä suuressa maailmassa eritoten nyrkkeilijäin ja ravintolaelämän ystävällekin oli tarjolla. Oli mentävä vain tanssikahtila Lagunaan.⁷⁵⁵

NEEKERITANSSIA

TANSSIKAHVILA LAGUNASSA

Esittää iltaisin maailmankuulu neekerinyrkkeilijä Jack Beasley New Yorkista. Voimamiehen kumijän teiset jalkalihakset näyttävät yllättävää osaa tässä rotuomaisessa tanssinäytöksessä.

Soitto alkaa kello 7 i.p.

Selvin päin ei kaiketi ollut niinkään hauskaa katsoa kumijänteisiä jalkalihaksia yllättävässä osassa rotuomaisessa tanssissakaan, sillä viimein huomattiin, että koko kielto-lakiajatus oli kehno. Sen yhteiskuntaelämää demoralisoivat vaikutukset olivat paljon sen mahdollisia hyötyjä suurem-mat. Oikea taidenäyttely oli pystytetty jo 20-luvun alku-puolella kielto lakia vastustamaan.⁷⁵⁶ Edes asianmukaista nimeä laista ei käytetty: puhuttiin kiertolaista:

⁷⁵² Kansanlehti 30.05.1930

⁷⁵³ emt. 03.06.1930

⁷⁵⁴ H.S. 26.04.1928

⁷⁵⁵ vrt. H.S. 06.03.1931

⁷⁵⁶ H.S. 27.05.1923

**Uusia nauvoja kiertolain
ruumisarkkuun**

TAIDESALONGISSA KASARMINKATU 48

avataan
kesäk 1 P:nä klo 12 p
ensimmäinen

KIERTOLAKINÄYTTELY

sisältäen
karikatyyrejä jotka kuvaavat kiertolakihumpuukia

SUOMESSA ja AMERIKASSA

Wettenhovi-Aspa

Laki olikin kärsinyt totaalisen vararikon; niin oli käynyt myös Norjassa ja Yhdysvalloissa, joitten huonot 'kansankuivaamiskokeilut' olivat nekin suomalaisten päättäjien tiedossa. Vuonna 1931 suomalaiset lopettivat yrityksen - kansanäänestyksessä 72% äänestäjistä vaati kieltolain kumoamista.

Eduskunnan vuoden 1932 tammikuun loppu oli vilkkaan väkijuomakeskustelun aikaa, ja kuun 30. päivänä kansanedustajat hyväksyivät uuden lain kuuden tunnin väittelyn jälkeen äänin 120-45. Lain kannattajia oli siis lähes 3:1:een, mutta myönteisesti suhtautuvien joukossakin oli varauksellisia. Kaino Oksanen kokoomuspuolueesta selvitti:⁷⁵⁷

"Erehdytään jos äänestys tulkitaan siten, että Suomen kansa nyt hyväksyisi juoppouden ja sen mukanaan tuoman häiriön. Sama kansa, joka kansanäänestyksessä tuomitsi laittoman väkijuomaliikkeen, ei myöskään koskaan tule sallimaan juoppouden ylivaltaa tässä maassa."

Oksanen suosittikin monien muiden tavalla raittiusliikkeen eneneviä ponnisteluja "viinapulman" ratkaisemiseksi mutta totesi samalla että kieltolakia ei enää voitu jatkaa. Edustaja Hilja Pärssinen oli sen sijaan kipakkana uutta lakia vastaan eikä sanan ruoskaltaan säästellyt "märkkää sukupolvea":⁷⁵⁸

⁷⁵⁷ H.S. 31.1.1932

⁷⁵⁸ H.S. 31.1.1932

"...vapaasti ei kansan voi antaa kokeilla väki juomia. Nykyinen polvi, olivat ne herroja tai narreja, juo itsensä tuhkahumalaan. Nyt jo on oltu voittonhumalassa, suureksi osaksi trokareilta hankittujen aineitten varassa."

Helmikuun 2. päivänä vuonna 1932 hyväksyttiin viimein uusi väkijuomalaki, jonka mukaan alkoholia sai taas anniskella.⁷⁵⁹

Väkijuomalaki oli siitä erikoinen laki, että se kaupallistettiin välittömästi. Trokarit kirosivat, mutta ainakin kirjakauppiat olivat ymmärtäneet "legaalisuuden" hyödyllisyyden.⁷⁶⁰

Päivän uutuus

LAKI VÄKIJUOMISTA

Eduskunnan 30.1.1932 päättämässä muodossa

Saatavissa jo useista kirjakaupoista tai suoraan kustantajilta

Hinta 10 mk

Otava

Kansa opiskeli, mutta lakia valvoi ja sovelsi ALKO.

4.4.3. Ravintolatoiminta kieltolain kumoamisen jälkeen

4.4.3.1. Viina vapautui - moraaliala ja liiketoimintaa

Uuden lain mukaan alkoholin valmistus ja myynti keskitettiin valtion omistamalle Oy Alkoholiliike Ab:lle. Se taas myönsi monopoli-asemansa oikeuttamana anniskeluoikeuksia eteenpäin enintään kolmeksi vuodeksi kerrallaan. Myös alkoholimainonta sallittiin: joidenkin lehtien reklaameihin ilmestyivät esimerkiksi Bolsin, Courvoisierin ja White Horsen merkit.

⁷⁵⁹ vrt. Soini 1963, 187-193

⁷⁶⁰ H.S. 3.2.1932

Vapun lähetessä Clicquot-samppanja ryhtyi hintakilpailuun:⁷⁶¹ "Huomatkaa hintojen alennus!", ja Johnnie Walker, puuhakas ratsupiiskaa kantava englantilainen gentleman, Born 1820 - Still going Strong, harppoi tyylikkäästi Red ja Black Labelina Helsingin Sanomien viskimainoksessa.⁷⁶² Suorasukaisuudessaan selkeää oli rommimainonta: *Hyvä neuvo: pidä aina pullo NEGRITAA saatavilla!*⁷⁶³ Tämän jälkeen esitettiin väkijuoman lukuisia käyttömahdollisuuksia tähdentävä "aito pariisilainen jälkiruokaresepti".

Myös juhla-ajat otettiin mainonnassa huomioon - juhannuksen läheisyyteen varauduttiin. Viinimainos oli erittäin imperatiivinen jo pari viikkoa ennen keskikesän juhlaa - ei terveysvettä, lääkäreitä, lääkkeitä vaan kunnan kumous rypäleitten iki-virvoittavaa käymämehua.⁷⁶⁴

**ÄLKÄÄ MATKUSTAKO
MAALLE!**

ottamatta mukaanne joitain pulloja
Chateau Paveil de Luze -punaviiniä
à 50 mk ja valkoista **Graves royal sec** -viiniä
à 43 mk. Ne korvaavat terveysveden juomisen,
lääkkeet ja lääkärin sekä tuottavat terveyttä ja
iloa.

Piti myös tietää viimeistään vapunaattona, että "Kotimainen Väkevä-Viini Taru oli kaikkien vappujuoma"⁷⁶⁵ ja että "taitoherkuttelua ja maun kouliintumista osoittaa erikoisen selvästi se, että Bual-Madeira 1900, joka Suomeen saapui vasta muutamia kuukausia sitten, alkaa päästä meilläkin, kuten vanhoissa sivistysmaissa, yhä useampien suosioon."⁷⁶⁶

⁷⁶¹ H.S. 27.4.1935

⁷⁶² esim. H.S. 29.9.1936

⁷⁶³ H.S. 13.4.1935

⁷⁶⁴ H.S. 10.06.1932

⁷⁶⁵ H.S. 29.4.1935

⁷⁶⁶ H.S. 14.04.1935

Kaikki lehdet eivät tosin alkoholia suostuneet mainostamaan.⁷⁶⁷ Väkijuomien mainostuksesta annettiin myös paljolti ohjeita ja käyttäjän oli viimein hankala tietää milloin viinasten nauttiminen ylipäänsä oli kelpoista toimintaa:⁷⁶⁸

"...väkijuomia ei pitäisi mainostaa...huumorin tai hyvän mielen antajaksi tai huolten poistajaksi...eikä suositella eri tilaisuuksiin, kuten jouluksi, pääsiäiseksi, saunassa tai tai kylvyn yhteydessä nautittavaksi..."

Oli myös tiedostettava, mitkä paikat eivät olleet soveliaita siveellisesti rampauttavien väkijuomien nautinnan edistämisfoorumeja:⁷⁶⁹

"Helsingin Raittiusjärjestöjen Keskustoimikunta on jättänyt Raitiotie ja Omnibus Oy:n johtokunnalle kirjelmän, jossa se huomauttaen, että väkijuomailmoitusten julkaisematta jättämisestä⁷⁷⁰ ei aiheutuisi kenellekään mitään vahinkoa, toi voo, että Raitiotie Oy kieltäytyisi julkipaneesta väkijuomailmoituksia raitiovaunuissa ja siten suosimasta liiketoimintaa, jota suuri osa⁷⁷¹ kunnan väestä pitää siveellisesti ala-arvoisena."⁷⁷²

Mutta alkoholikauppa oli bisnes, alkoholia käytettiin ja sitä niin myöden myös mainostettiin. Erikoinen menekinedistämisisidea oli puolestaan Lahden Mallasjuoman tapa lähestyä oopperayleisöä. ohjelmalehtiseen painetun runomainoksen avulla...⁷¹⁵ "Te haarikkani tänne tuokaa, kun sydänparka huoliensa huokaa..." Mutta tuskinpa aarioiden kuuleminen sentään kaljoitteluksi meni!

⁷⁶⁷ Litukka 1951, 25

⁷⁶⁸ H.S. 20.6.1936

⁷⁶⁹ H.S. 27.4.1935

⁷⁷⁰ kurs. J.A.

⁷⁷¹ kurs. J.A.

⁷⁷² kurs. J.A.

⁷¹⁵ Kaikko 1936:5, 132-135

4.4.3.2. Alko ravintolatoiminnan peräsimessä ja 1930-luvun uudet mannermaiset tuulet

Alko valvoi tarkasti anniskelua, antoi ohjeita, määräyksiä ja varoituksia. Ravintola-asiakkaan olo tehtiin syntiseksi ja "tarkoituksellisen" vinksahaneeksi, mistä myös koko elinkeino kärsi. Jotkut määräykset olivatkin perin kummallisia - Suomessa mm. kiellettiin baarituolit aina sodan jälkeiseen aikaan. Tämän hyödyllisen ja käyttökelpoisen innovaation ensi kuulemalta oudolta tuntuva epuutus saattoi tosin johtua 1930-luvun mahdinhaltijan perin henkilökohtaisista syistä:

"Erikoisesti silloinen hallintoneuvoston varapuheenjohtaja Arvo Linturi pelkäsi baarituoleja ja vakuutti, että niistä muodostuisi "silmiinpistävästi" prostituoitujen ja puoliprostituoitujen kokoontumispaikka...Pahat kielet väittävät, että Linturi olisi nuoruusvuosiensa opiskeluaikoina Saksassa kerran itse pudonnut tällaiselta tuolilta ja että Alkon kielteinen kanta perustui tähän historialliseen tapahtumaan."⁷¹⁶

Baarituolivihamielisyys ja kammo niille niljaisesti änkeytyviä puoli- tai täysprostituoituja kohtaan jatkui vielä maailmansodan jälkeenkin, mutta vuoden 1952 olympialaisten yhteydessä sitten kumminkin sallittiin paheellistava baarituolille tarjoilu ja tuolloin luonnollisesti ulkomaisten vieraitten viihtyisyyttä ajatellen. Kansainvälisesti kelpoista matkailumaaimagoa oli vaalittava. Tosin edellytettiin, että yleisön palveluun saatiin käyttää vain miehiä - tämä herkästi järkkävää sukupuolimoraalia turvaava säädös unohdettiin tosin ilmoittaa ravintoloille.

Usein vaadittiin myös ruokailemista anniskelun yhteydessä. Luonnollisesti kukaan ei voinut pakottaa suoranaiseen ravintola-ahmintaan mutta hiukopala oli ainakin rekvisiitana pöydässä oltava. Ravintoloissa muodostuikin omat käytäntönsä siitä, miten obligatorista ruokailuesinettä olisi sitten hyödynnettävä:⁷¹⁷

⁷¹⁶ Simpura 1982, 130

⁷¹⁷ Simpura 1982, 124

"Joillakin alemman luokan ravintoloilla oli käy- tössä muutamia juustovoileipiä, jotka kiersivät asiakkaalta toiselle päivästä päivään, kuukau- desta toiseen - kai joskus vuosiakin. Niitä piti olla paljon, koska Alkon tarkastajan tullessa piti joka ukon edessä olla tällainen leipäpala. Vakinaiset asiakkaat tiesivät luonnollisesti, ettei voileipä ollutkaan tarkoitettu syötäväksi. Kerrotaan, että jossakin ravintolassa joku 'vie- ras' asiakas kerran alkoi syödä tätä voileipää, koskapa oli sen maksanutkin. Yritykseksi se tietysti jäi - mutta ravintoloitsija närkeästy- i voileivän tarvelemisestä."

Henkilökohtaisen myyntityön osaavuus joutui nyt koville. Tuskinpa oli näet mahdollista julkisesti mainostaa: "Suojel- lukohde! Älä syö näitä kopristuneita, ikiliikkuvia, mui- naisjuustoisia aamuoluen oheislätkyjä!" Omalaatuinen pikku- piirteisyys vallitsi - minimilateria koostui kolmesta kyl- mästä voileivästä tai ananasviipaleesta, kun taas appelsii- ni ei kelvannut.⁷¹⁸

"Tällaisen aterian tavanmukaisena mausteena on- suola ja se voi käsittää esim. voileipiä, lämpi- miä annoksia, ranskanleipä-, voi- ja muna-annok- sen. Ateriaksi sitä vastoin ei katsota sellaista ruoka-annosta, joka yleisesti nautitaan jälki- ruokana, kuten hedelmät, tortut, leivokset ym. eikä myös sellaista ruokaa, joka muodostaa aino- astaan aterian osan, kuten muna, tomaatti, kurkku- jne."⁷¹⁹

Toinen maailmansota lyhensi moraalia ja tapatietoutta, myös ravintoloissa: sotien jälkeen kelpasi myös pelkkä muna- aamuoluen kera-ateriaksi.⁷²⁰

Ravintoloitten määrä vähenikin koko 1930-luvun; huomattava- toki on ns. laaturavintoloitten eli täysien oikeuksien- ravintoloiden hienoinen runsastuminen vuoteen 1938.

⁷¹⁸ Soini 1963, 193-194

⁷¹⁹ Simpura 1982, 124

⁷²⁰ emt.

Taulukko 7: Anniskeluoikeudet Suomessa 1933-1939.⁷²¹

Vuosi	1933	1936	1938	1939
Yleisiä ravintoloita	635	583	565	562
Täydet oikeudet	207	220	242	255
Whisky- ja viinioikeudet	149	97	84	81
Viinioikeudet	63	75	69	67
Olutoikeudet	216	191	170	159
Kerhoravintolat	116	124	117	102

Tasoltaan ravintolat varioivat paljon ja epäkohtia esiintyi runsaasti. Ravintoloiden sisustusta arvosteltiin: missä oli aistikkuus, missä siisteys? Ruokaa moitittiin usein yksitoikkoiseksi ja kahvin ja teen laatua vaadittiin parannettavaksi. Keittotaito olikin taantunut maailmansotaa edeltäneistä vuosista. Myös ravintolan tarjoilua pidettiin osamattomana - palvelun hitaus ärsytti eikä viinitietoutta juuri ollut.⁷²²

Matkailukomitea suositteli ravintolaelämän monipuolistamista ja kansainvälistämistä. Olisi perustettava ravintoloita, joissa tarjoiltaisiin vieraille kansoille ominaisia ruokajajuomalajeja ja suoritettaisiin tarjoilu niiden tapaan sisustetuissa huoneissa, samalla kun näiden kansojen kansallispukuiset tarjoilijat tai tarjoilijattaret ja muusikot lisääisivät vaihtelua. Painotettiin lisäksi, että tällaiset vieraita ruokalajeja ja ruoanlaittotapoja edustavat ravintolat rikastuttaisivat myös suomalaista keittotaitoa.⁷²³

Luonnollisesti pitäisi löytyä myös erikoisesti suomalais-tyyppisiä ravintoloita, joissa yleiseurooppalaisten ruokien ohelta olisi saatavissa parhaita niistä ruokalajeista, joita Suomen eri puolelta voi tavata. Tarjolla pidettäisiin Savon kalakukkoa, karjalanpiirakoita, palvattua lampaanli-

⁷²¹ Suomen Tilastollinen vuosikirja 1934, 286; 1937, 294; 1939, 298; 1940, 312.

⁷²² Komiteanmietintö 1937:4, 31

⁷²³ emt. 31

haa, Oulun ja Kemin lohta, Laatokan siikaa, Petsamon turskaa, Lapin poronlihatuotteita ja katkarapuja.

Kesämatkailukauden ajaksi varsinkin pääkaupunkiin olisi järjestettävä enemmän ajanviete- ja huvittelutilaisuuksia matkailijoita varten, vaikkapa konsertteja joissa saataisiin kuunnella Sibeliuksen musiikkia. Tällaisten puute oli jo aiheuttanut marinaa ulkomaalaisten keskuudessa.⁷²⁴

Ravintolat olivat lisäksi perin kaupunkeihin keskittyneitä vielä 1930-luvun puolivälissä, ja tähän epäkohtaan Suomen Matkailulehti kiinnitti huomionsa. Matkailumaaaimagonkin vuoksi olisi saatava ainakin merkittävimpien matkailureittiemme varrelle kelpoisten alkoholiravintoloitten verkosto.⁷²⁵

"Matkailuliikkeen kannalta katsoen olisi hyvin valvottojen ja järjestettyjen, ehdottoman siis tien alkoholiravintoloitten avaaminen maaseudulle erittäinkin suurten matkailijareittiemme varsiin, aivan välttämätön menestymisen ehto. Yksilöllinen vapaus ja sen vaatimusten varteen ottaminen on nim. matkailijalle samaa kuin perustuslaki valta kunnille. Sitä ei saa loukata eikä halventaa."

Mutta ei elämä ylipäänsä vallan ankeaa ollut. Kieltolain jälkeinen kolmekymmenluku tarjosi nautiskelijalle monenlaista hyvää: esimerkiksi seuraavasta taulukosta käy ilmi eri alkoholijuomien anniskelu litroina kolmikymmenluvulla:

Taulukko 8: Alkoholijuomien anniskelu vuosina 1933-1939.⁷²⁶

	1933	1936	1938	1939
Viinaa	105 684	100 845	129 542	126 756
Muita väkeviä juomia	502 932	624 250	833 952	706 067
Viinejä	146 467	460 914	856 800	620 824
Mallasjuomia	5 991 199	14 839 174	17 546 872	17 224 808

⁷²⁴ Komiteanmietintö 1937:4, 31-32

⁷²⁵ Maaseudulle olisi saatava alkoholiravintoloita, Suomen Matkailulehti 1934:näytenumero, 15

⁷²⁶ Suomen Tilastollinen vuosikirja 1934, 286; 1937, 294; 1939, 298; 1940, 312.

Viinien nautinta oli tuona seitsenvuotisuusvuotiskautena, 1933 - 1939, yli nelinkertaistunut - ja oluitakin juotiin "kolme pulloa entisen yhden asemesta". Väkevien juomien käyttö kasvoi mainittuna seitsenvuotiskautena 2/5 ja pelkkien viinojenkin näkyvästi.

Nimenomaan pääkaupunkiin matkustanut tai siellä asuva eli 'elämän antimien keskellä':

"Herkutteluhetkiin tarjottiin mm. perheaamiaispäivälisiä, helppohintaisia annosruokia, kylmähöyryä ja lämminannoksia. Päivälliserikoisuuksina tasokkaimmissa paikoissa oli mukailtua metsäkauriinpaistia, nuorta metsoa, heinäisorsaa, kalkkunaa à la Gourmet, oikeata merianturaa, ostereita, katkarapuja. Myös teatteri-illalliset ja kahvimatineat ylellisine ruokineen olivat tunnettuja paremmissa piireissä."⁷²⁷

Liikelounaat ja -illalliset muodostivat tuotedifferoinnissa oman sarkansa; Adlonin asiakasapellina toimi viisi voileipäpöytää ja liikelounaat.⁷²⁸ Voileipäpöytää painotettiin myös Kämpin lakonisessa "Liiketaidon" "ilmoituksessa":⁷²⁹ "Liikemiesten kesäinen tapaamispaikka on Kämpin voileipäpöytä". Useampia atrappeja ja jonossa esitti nimenomaisesti "bisnesmiehille" asemoitunut Osuusliike Voima i.l. Tampereelta samaisen lehden sivulta 53:

LIIKEVÄELLE miellyttävä aterioimispaikka on Ravintolamme Hämeenkatu 10:ssä. Keittiömme täyttää suurimmatkin vaatimukset. Nopea palvelu. Huokeat hinnat. Seisova voileipäpöytä.
Lähellä asemaa.

Sijainnin painotus viitanee rautateitse liikkuvien liikemiesten houkutteluun. Viipurilainen "Munkki" kilpaili "nopealle toimituksella"⁷³⁰ ja liikkumisen vapaus oli aistittavissa myös vaasalaisessa Kahvila Ravintola Libertys-

⁷²⁷ Elanto 1988, 4

⁷²⁸ U.S. 31.08.1939

⁷²⁹ Liiketaito 1934:6-7, 52

⁷³⁰ Suomen Matkailulehti 1935:8, 135

sä,⁷³¹ mutta mitähän hykerryttävän hillitöntä tapahtuikaan supi suomalaisessa kahvila "Kivassa"?⁷³²

Kansainvälisyyttä ja mannermaisuuutta palvottiin 30-luvun ravintoloissa. Tässä oli nähtävissä paitsi yleinen Eurooppa-orientaatio, myös jo vilkastuneen kansainvälisen matkailun virkistävät tuulahdukset. Varsinkin Ranska hienostuneine tapoineen oli ihailun kohteena⁷³³ - ja olivathan suomalaisitaiteilijat jo 1880-luvun lopulta saakka käyneet ammentamassa Pariisin taidekouluista ja -salongeista tietoa, taitoa, näkyjä, kokemuksia, maailmallista *l'homme d'esprit*-substanssia elämänsä ja taiteensa tukipaaluiksi.

Kansainvälistyminen ja erityisesti frankofilia näkyivät myös ravintoloiden niminä. Ravintola Pariisiin oli oudommatikin sivistyneen hyvä mennä: tavanomaisen herkullisen ateriatarjontansa lisäksi se häpeilemättä ilmoitti: "Ravintolassamme puhutaan kaikkia sivistyskieliä",⁷³⁴ "La Rotonde" (ent. Uimahallin ravint. huoneusto) tarjosi päivittäisiä iltakonsertteja klo 21-24,⁷³⁵ ravintola Chat-Doréssa soitti Vinbergin valio-orkesteri,⁷³⁶ ehdottoman tärkeää oli viettää samppanjan täyteinen Vappujen vappu ravintola Parisissa: "vaikk'ois vappu sumuinen, niin Parisissa ilon humuinen!"⁷³⁷ ja ajan hermolla olevan "Grandin" iloisissa tennisjuhlissa sai pakollisessa juhlapuvussa ja maksusta seurata kahden täysvalkoisiin vaatetetun neekeri-gentlemanin viihdytystä: "The Abessinian Darkies!"⁷³⁸ Etiopian "mustiaisten" loppiaistarkastelun jälkeen englantilaistu-

⁷³¹ Suomen Matkailulehti 1935:5, 76

⁷³² Matkan värreltä 1934, 8

⁷³³ vrt. esim. Mika Waltarin matkakertomukset, "Yksinäisen miehen juna", "Pine van Brooklyn"

⁷³⁴ H.S. 12.06.1932

⁷³⁵ H.S. 02.09.1935

⁷³⁶ H.S. 30.04.1935

⁷³⁷ emt.

⁷³⁸ U.S. 06.01.1935

ristinkin kaiketi sopi sitten kömpiä etsimään muita itämaan tietäjiä vaikkapa ravintola Angleterreen?⁷³⁹

Viihdyttäjät tulivat ulkomailta tai ainakin naamioitiin ulkomaisiksi. "Kaisaniemessä" vuonna 1935 naisiin pettynyt sai varmasti kokea jotain feminiinisen viehättävää: Black&White -orkesterin säestämät "3 Charming Girlsit",⁷⁴⁰ ja naisillekin oli seuraavana vuonna ainakin kerran elämässään mahdollisuus tavata "the Jiggersien" ryydittämät mukavat heput, "The Two Fellowsit".⁷⁴¹ Lukuisten Jussifanien tie kulki tietenkin "Grandiin". Siellä näet pelehti 2 Dancing Johnnies.⁷⁴² Ja kuin ilkeitä "piraattikopioita" mitätöntäen "Kaivohuone" mainosti: "Renée & Ramé, aikupe-räisiä"⁷⁴³ pariisilaisia tanssiesityksiä.⁷⁴⁴

Turisteja puolestaan kaipasi ravintola Nizza. Ei sentään mitä tahansa matkailijoita vaan sellaisia, jotka kernaasti poikkeavat tupakkaturinoille, jotka arvostavat viihtyisää huoneustoa, joiden pää ei mene pyörälle vaikka pyörivä orkesteri soittaa ja joista pöytäpuhelimet ovat aivan *chic*.⁷⁴⁵ Edellisenä vuonna kuitenkin pyörimistä oli jo harjoiteltu, mutta silloin oli pyörinyt tanssilattia, tosin vapun aattona.⁷⁴⁶

Niin oli taas oivallettu outouden veto. Erilaisia taiteilijaryhmiä, lauluntaitajia ja tanssijoita pyydettiin ympäri maailmaa. Helsinkiin saapui ammattiviihdyttäjiä mm. Argentiinasta, Unkarista, Itävallasta, Saksasta ja eritoten

⁷³⁹ H.S. 30.04.1935

⁷⁴⁰ H.S. 15.06.1935

⁷⁴¹ H.S. 15.07.1936

⁷⁴² Ajan Suunta 23.04.1936

⁷⁴³ kurs.J.A.

⁷⁴⁴ U.S.28.06.1939

⁷⁴⁵ vrt. H.S. 1.7.1936

⁷⁴⁶ H.S. 30.04.1935

Ranskasta. Cocktaileja tehtiin tanskalaisittain ja sisäisessä markkinoinnissa henkilöstölle myytiin kansainvälisiä asenteita, tapoja ja taitoja.

Ohjelmapalveluja ravintoloissa oli runsaasti ja ne olivat tyyliiltään varioivia. Ihmisille tarjottiin vatsasta puhujia, taikurimestareita, ilmapalloakrobaatteja, harmonikkapelimanneja, notkulanteisia ammattitanssijoita tai tatuoituja unkarittaria, toisinaan hämmästeltiin steppiä, vietettiin naamiaisia tai snobbailtiin anti-keskiluokkaishuumorilla. Se oli näyttöarvon paikka ja oman lisänsä mahdollisesti maukkaaseen menuuseen toi mauttomuuden rajoilla kulkeva perifeerinen ravintola Oulu.⁷⁴⁷

RAVINTOLA OULU

Esiintyy fakiirien kuningas "Rolando"

Ihminen ilman verta ja hermoja. Vaarallisia esityksiä. Polttaa ihoansa. Pistää lihaksiensa läpi teräksisiä neuloja.

Yleisön pyynnöstä antaa vieraan henkilön pistää neuloja.

Suorittaa myös ennennäkemättömiä voimaesityksiä.
Kauniit puvut

Pisteltyään Rolandoon kylliksi neuloja asiakkaalla oli yli viisi vuotta aikaa siirtynyt Tampereelle Uutta vuotta juhlistamaan "Tammeriin", jossa saattoi ihmetellä monikansallisia kääpiöveljeksiä: Saksalais-espanjalaiset kääpiötaiteilijat Weeken Brothers esiintyivät,⁷⁴⁸ ja sitten turistin sopi valua Helsinkiin ja tutulle "Kaivohuoneelle". "Kaivohuoneella" esiintyi näet originelli, maailmanluokan tanssija⁷⁴⁹; kansainvälisyyteen oli totuttukin, olivathan maailmanvetonumerot Turand Broos -koomikot jo aiemmin pelehti-

⁷⁴⁷ Kaleva 27.10.1932

⁷⁴⁸ Aamulehti 01.01.1938

⁷⁴⁹ U.S. 21.08.1939

neet Lontoon malliin⁷⁵⁰, ja mitä hotelli Grandiin tulee, siellä iltapäivän valssin tuoksuisissa kahvikonsertti-tanssiaisissa saatiin nautiskella oikeasta Cabaret-ohjelmasta⁷⁵¹ sekä luonnollisesti juhlavista iltapukutansseista hummereiden kera.⁷⁵²

"Esplanadi-kappelissa" puolestaan perheaamiaispäivällinen herkuteltiin sotilasorkesterin ulkoilma- ja kahvikonsertin ryydittämänä,⁷⁵³ ja "Mikadossa" keikkuivat tasapainotaiteilijat Valentino Berliinin, Wienin, Prahan ja Kööpenhaminan suuremman menestyksen jälkeen nyt Helsingissä "päätähuimaavasti ja henkeäsalpaavasti".⁷⁵⁴ Ja Tampereella "Rosendalissa" - kaupungin hauskimmassa⁷⁵⁵ ravintolassa - oli mahdollista nähdä itse kaunis tanssi- ja pyörätaiteilija Miss Mary ja mikä parasta, yhdessä nykyaikaisen salonkitaiteilija Uno Montellin kanssa.⁷⁵⁶ Mutta oliko ulkomaalaistaminen jäänyt puolitiehen Hotelli Kämpissä,⁷⁵⁷ siellä kun vapunaattona lauloi *Mary Hannikainen?*

Asiakkaiden *osoitetuille* ylevyyden ja enemmyyden tunteille rakentuva ravintoloiden menekin edistäminen näyttäytyi usein erilaisina eksklusiivisina tunnelmatekijöinä sekä ranskan kielisinä ruokalistoina. Ajanmukaisen, mannermaista tyyppiä olevan⁷⁵⁸ ravintola Preston Wieniläis-keittiöpäällikkö vastasi hyvästä ruoasta - ja eksklusiivisesti sekä privaatisti - sillä yksityisille seurueille oli luksuksena

⁷⁵⁰ H.S. 02.07.1936

⁷⁵¹ U.S. 30.01.1938

⁷⁵² H.S. 7.10.1936

⁷⁵³ U.S. 11.09.1938

⁷⁵⁴ U.S. 27.10.1935

⁷⁵⁵ Suomen Matkailulehti 1935:6, 85

⁷⁵⁶ Aamulehti 15.01.1938

⁷⁵⁷ Ajan Suunta 25.04.1936

⁷⁵⁸ U.S. 6.11.1935

tarjona verhoilla eristettyjä osastoja,⁷⁵⁹ ja lisäksi oli ylipäättänsä perin ylevää tarjota *Giro de Mouton Marinée en Gibier* kuten ravintola *Royalessa* tehtiin,⁷⁶⁰ ja mitä sanoikaan aikalainen *Hotelli Seurahuoneen Kanasuprême Polignacista?*⁷⁶¹

Kuivanlaista huumoria käytti vuoden 1939 kesätarjonnan mainostuksessaan "Esplanaadi-kappeli". Sen hauskaksi tarkoitettu "ei sitä koskaan tiedä" -houkutus jätti lukijan huviksi päättää, mitä Itämerellä oli faktuaalisesti tapahtunut ja missä tuo Itämeri ylipäittäin sijaitti, puhumatta-kaan siitä, millaisia olentoja olivat sulkeistettu kalapöytä sekä lainausmerkein ympäröidyt matkailijat ja mitä oikeasti tarkoitti 'kuuleman mukaan'.

ESPLANAADIKAPPELI
Voileipäpöytä, Kylmäpöytä
(kalapöytä) ja Juustopöydät

ovat kuuleman mukaan suosittuja ja mieluisia puheen aiheita kotiinpalaavien "matkailijoiden" kesken Itämeren matkalla⁷⁶²

Myöhemmissä versioissa matkailija oli riisuttu lainausmerkeistä ja kalapöytä sulkeista, mutta sinne oli ujutettu puolestaan jäähdytyspöytä - monenlaisia pöytiä oli siis *Esplanaadikappelissa* tarjolla, kunpa vain tuolit asiakkaille riittäisivät!⁷⁶³

Paitsi kuuluna majoitusliikkeenä, *hotelli Torni* saattoi ylpeillä maan mainiosta keittiöstään. Tarjonta oli tietenkin *à la mode délicateuse* ja *quelles mademoiselles!* Niinpä oli perin herkullista tarjota rapuja, ei mitä tahansa mudan mönkijöitä vaan *jättiläiskrapuja*, piiraaseen kätkettyjä rapuja ja mistäpä muualta sai *Garonnen* kupeelta *Bordeaux'n*

⁷⁵⁹ H.S. 1.7.1936

⁷⁶⁰ U.S. 30.01.1938

⁷⁶¹ U.S. 30.03.1941

⁷⁶² U.S. 11.07.1939

⁷⁶³ U.S. esim. 25.07.1939

alueelta sumputettuja rapuja tai ainakin Bordeaux'n tyyliin? Tilliäkin sai pehmeällä t:llä ja suuremmoisena aukeni näköala yli Suomen pääkaupungin - miltä sen jälkeen näyttivätäkään Tornin kansainväliset megaravut aidon pompööseine mahtisaksineen?!

Hotelli Torni

Krapu-illallisia Torniravintolassa

Huom! Suuremmainen näköala yli kaupungin

JÄTTILÄISKRAPUJA

Krapuja á la Bordelaise.- Krapuja dillissä.-
Krapupiirakoita

P ö y t ä t i l a u k s e t Hovimestarilta Puhelin 20611

Eikä Torniin kuka tahansa tai miten vain tule, siitä pitäisi pöytävarauksia vastaan ottava ja järjestävä hovimestari huolen. Mutta niin internationaalinen kuin hotelli Torni olikin, ei sekään mainoksessaan saanut ranskalaisaksenttia vasemmalle taipumaan!

Myös pääkaupungin ulkopuolella, periferiassa prestiisiperustainen promootio näkyi. Jyväskyläläinen "Jyväshovi" ilmoitteli adjektiivveitta ja kainosti sunnuntaiaterioitaan. Mutta, perhepäivällisenä oli ensin valittava, ottaako alkuun kananlientä Chancelie're vai kilpikonnakeittoa Parisienne, siirtykö maistelemaan paistettua lohta a'l'Alexandre, kananpoikaa Falconnet vai miellyttääkö makuhermoja kenties eniten paahtoleike Orientale. Jälkiruokana saattoi aivan yhtä hyvin pyytää ananas Beignet Soufflés kuin Mercedes-jäätelöä luonnollisestikaan unohtamatta juustojen ja keksien mahdollisuutta. Illallistanssiaisten menu käynnistyi puolestaan parsamunakas Princesse Marie'lla, jolle ilmeisen vaihtoehdon tarjosi meriantura Czarine. Tämän jälkeen olikin harkittavana kalkkuna Godard vai vasikanleike Maxim. Ateria päättyi suussa sulavasti jäätelö Fleuretteen, persikka-annos Maroccoon tahi juustotarjotti-

meen.⁷⁶⁵

Mutta matkailijan oli myös mahdollista olla suomalainen ja suomalaisen dieetin ystävä, ainakin Tampereen seurahuoneella:⁷⁶⁶ "Tänään jälleen suosittu makkarailtamme herkkukylmäruokapöytineen." Eikä pääkaupunkikaan huonommaksi jäänyt: Hotelli Helsinki ilmoitteli jo etukäteen: "Tänään tiistaina 14/5 -35. Olut- ja makkarailta."⁷⁶⁷ Taidatkos sen suuremmin sanoa?!

Ravintola Rosendal segmentoitui suomalaisille tammikuun hiihtäjille ja ulkoilijoille,⁷⁶⁸ tilasivatpa he sitten mitä tahansa. "Parhaat markkinasilakat" matkailija löysi puolestaan ravintola Kruunusta⁷⁶⁹ ja jos ei tähänkään tyytynyt, niin "Puuroa ym.koko päivän, kahvia kupittain klo 8-13" sai "Mustasta Karhusta";⁷⁷⁰ sittemmin se läimäytti tammikuun lopulla vuonna 1938.⁷⁷¹

MUSTA KARHU KANSALLINEN RAVINTOLA

Vapaussodan alkamisen 20-vuotisjuhlien johdosta erikoismusiikkiohjelma sekä päiväkonsertissa 14.30 - 16 että iltakonsertissa klo 20 - 23.30.

Omalaatuinen puolestaan oli Radio Ravintolan vetoomuksen kehittäely. Paikan nimi viittasi toki moderniin viestintätekniikkaan mutta omalogiseksi apelliksi osoittautuikin: "Hedelmä- ja herkkukauppa samassa talossa." Asian ymmärret-

⁷⁶⁵ KSML 24.4.1938

⁷⁶⁶ Aamulehti 25.03.1938

⁷⁶⁷ H.S. 12.05.1935

⁷⁶⁸ Aamulehti 08.01.1938

⁷⁶⁹ H.S. 30.09.1936

⁷⁷⁰ Suomen Matkailulehti 1935:1, 2

⁷⁷¹ Aamulehti 30.01.1938

tävyvyyden varmistamiseksi uutinen oli myös ruotsiksi.⁷⁷²

1930-luvun loppupuolella olivat muodissa jälleen erilaiset ravintolatanssiaiset. Aihe iloitteluun oli helppo löytää: oli illanistujaistanssijaisia, kahvikonserttitanssijaisia, ja juhlapyhät sekä muodin mukaiset juhlapuvut - sovelletut marlene dietrichit, greta garbot ja joan crawfordit⁷⁷³ - muodostivat mitä oivallisimman kasvualustan 'pölyytykselle'. Ravintola Hawaiiissa kiidettiin parketilla vappu-aamuna klo 6-8 aamutanssiaisissa⁷⁷⁴, Hotelli Tornin Wapun-aaton tanssiaisissa soitti ilmeisesti pidennetyn tarjoiluajan takia vahvistettu orkesteri⁷⁷⁵, ja maineikas Ravintola Kämpö järjesti uuden vuoden tanssijaiset aina aamuneljään.⁷⁷⁶

Elävä musiikki kuului niin ikään ravintoloihin ja **Dallapé** oli pop. "Dallapen loistomenestys jatkuu. Päiväkonsertit lauantaina ja sunnuntaina klo 15-17!"⁷⁷⁷ Ja Verdin tietämättä ravintola Royaleessa vietettiin naamiohuveja: tunnelmaa loi mm. kolme orkesteria, tombola ja kabaretti.⁷⁷⁸ Tanssikilpailuja käytettiin yleisesti erikoishoukuttimina, atmosfääriä sävytti pehmeä 'swingin kutsu'.

Ravintoloitten sanomalehtimainonta yleistyi, mainokset tulivat yhä kutsuvimmiksi, houkuttelevimmiksi... ja Bulevardilla pisti kulkijan silmiin Palladium-ravintolan violetin sininen valokehys toisen kerroksen ikkunoista. Lienevät pesty "Bon Amilla"?

Ja mitä näkyikään? Komeita miehiä ja kauniita naisia, ja tangon, faksin, bostonin ja valssin lomasta näiden indigon

⁷⁷² Suomen Matkailulehti 1935:7, 103

⁷⁷³ Franck 1993

⁷⁷⁴ H.S. 30.04.1935

⁷⁷⁵ emt.

⁷⁷⁶ U.S. 31.12.1937

⁷⁷⁷ U.S. 15.01.1938

⁷⁷⁸ U.S. 30.01.1938

siniseen juhla-asuun pukeutuneitten, komeitten miesten maskuliiniseen rahan hajuun sekoittui elegantisti tuoksuvi- en seurapiirikaunottarien pariisilaishajuvesien kiehtova hyasintin houkutus, sillä olihan totisesti naisten 'profes- sionaaliselle' ihailulle - varsinkin Ester Toivosen vuoden 1934 Euroopan valloituksen jälkeen - järjestettävä omat 'markkinoidut' tilaisuutensa.

Myös erilaiset mannekiiniesitykset olivat yleisiä, niin hotelli Grandin kuin Elannon ravintolankin "oheispalvelui- na", ja ne olivat niin suosittuja, että niihin etukäteises- tikin myytiin *paikkalippuja*⁷⁷⁹. Näin edistettiin samalla luonnollisesti tyylikkaiden, muodikkaiden - ja kalliiden - naistenvaatteiden menekkiä; lippujen toinen myyntipiste tietenkin oli tavaratalo Elannon naistenvaateosastolla! Ja "hyväntekeväisyyttäkin" esiintyi: "Tammerissa" pidettiin mannekiiniesitys puutteenalaisten rintamamiesten hyväksi, sunnuntaina peräti kaksi!⁷⁸⁰

Missit, tulivatpa tai menivät, saivat kaupallisen roolin- sa: Itse missikisat sekä vastaanottomatineat kiinnostivat tuon ajan ravintola-asiakasta. Olihan tuolloin näet mahdol- lisuus kokea jotain siitä salaperäisestä ja hyväilevästä, jota estetisoitu seksi kylläkin jo aiemmin poroporvarilli- suuteen oli vihjaillen piilottanut - kuin *fin-de-sièclen* 'paheellisena', sofistikoituneena jälkituulahduksena. Kyllä ulkomaalaisenkin kelpasi taas Suomeen tulla!

Ravitsemispalvelut nousivat ainutkertaiseksi myyntiväittä- mäksi, kun Helsinki, Suomen valkea pääkaupunki, uutisoi- mainosti. Markkinointi segmentoitiin myös mainosvälineen pohjalta, sillä foorumina saattoi toimia nyt esimerkiksi ensi tuntumalta outo "Elokuva lukemisto". "Kesäistä huvit- telua Pohjolan valkeassa kaupungissa"-artikkeli osui filmi- en ystävän silmiin heti tulevan Capra-filmin esittelyn jälkeen.

⁷⁷⁹ H.S. 26.4.1935

⁷⁸⁰ Aamulehti 27.3.1938

Helsinki-juttu, paitsi että sen näkyvänä tarkoituksena oli houkutella suomalaisia turisteja Helsinkiin, yhtä selvästi painotti, ettei mitään syytä ole kaikota kesäisestä Helsingistä - suviluonnon tavoitettavuus on muutaman minuutin bussi-, auto- tai laivamatkan päässä. Ja pääkaupungissa oli jotain mitä maalla ei koskaan ollut: maan mainioita ulkoilmaravintoloita.

Mainostavin osa segmentoituikin sitten ravintolan ystäville. "Elokuva lukemisto" eksplisiittisesti suosittelee, käyttäen tätä sanaa, Kappelia, "jota ilman kesähelsingiläinen ei tule toimeen", Golf Casinon "ilmavia kattoverantoja ja kauniitten puitten varjostamia puistoterasseja", "ihanan meren ympäröimää" ravintola Luotoa, "mannermaista nähtävyyttä" Kalastajatorppaa sekä tietenkin "traditioista rikasta, idyllistä" Kaisaniemeä.⁷⁸¹

Sekä uutiselta että mainokselta vaikutti myös "Elokuva-aitan" "Kaisan", sinänsä kulttuurihistoriallisesti merkittävän helsinkiläisen ravintolainstituution esittely:⁷⁸²

KAISANIEMI
maan vanhin ulkoravintola

meidän kaikkien "vanha kaisa", maamme vanhin ulkoravintola, on... nuorentunut saatuaan uuden ja mukavan terassin...paitsi erinomaista keittiöstään tarjoaa Kaisaniemi kaikin puolin ensiluokkaista ohjelmaa...Erikoisesti haluamme huomauttaa vienalais-tanssitrion "3 Firionas" ja ihmeellisten akrobaattien "3 Ullriks" esiintymisestä..."

Ilmeisesti ilmoittelussa yhtäältä haettiin spesifiä kuluttajasegmenttiä, elokuvan ystäviä. Aiheellista oli ounastella, että osin samat ihmiset, jotka viihtyvät elokuvissa käyttävät laaturavintoloiden palveluja. Toisaalta oli lisäksi mahdollista, että elokuvan ammattilehdessä julkaistu ravintolailmoitus ei tuntunut niin tyrkyttävältä. Painovirheiden on todettu lisäävän huomioarvoa - siksikö trion kotipaikka jäi arveltavaksi...

⁷⁸¹ Elokuva lukemisto 1938:12, 10-11

⁷⁸² Elokuva-aitta 1939:13, 5

Jos ulkomaille suunnattuihin matkaoppaisiin oli uskomista, niin suomalaiset ravintolat olivat aistikkaasti ja viihtyisästi sisustettuja, luonteeltaan eurooppalaisia, joiden ruokalistoilta tulvivat mitä monenmoisimmat kosmopoliittisten keittiöiden herkut. Erikoinen suussa sulava ja kielen vievä suomalaishoukutus puolestaan oli kesäisen keittiön keiton korvaava viili. Ja ravintoloiden seisomapöytien herkullista runsautta ei missään tapaa!⁷⁸³

Mutta vuoden 1935 huhtikuun Helsingin Sanomia lukeva huvielämän rakastaja huomasi jälleen valtiovallan holhouksen pikkupiirteisen konkreettisuuden.⁷⁸⁴ Tuolloin ilmoitettiin eduskunnan hyväksymästä väkijuomia tarjoavien ravintoloitten tanssikiellosta; ravintoloitsijan oli valittava tanssi tai viina. Poikkeuksen muodostivat ensimmäisen luokan ravintolat; siellä naukun ei katsottu siveellistä menoa haittaavan. Varakas kaiketi koikkelehti asiallisesti pikku humalassakin!

Epäiltiin määräyksen seurauksia, mutta huojentuneena poliisikomentaja Arajuuri saattoi Uuden Suomen haastattelussa todeta.⁷⁸⁵

"Mitään valituksia sitä, että yleisö olisi tuonut niihin ravintoloihin (=väkijuomattomiin.J.A.) väkijuomia mukanaan ei ole tullut, yhtä vähän kuin muistakaan järjestyshäiriöistä."

Joissain paikoissa voitiinkin todeta tanssin vetävän paremmin kuin anniskelun. Joka tapauksessa väkijuomatarjoilun ja tanssin erottaminen kokeili jälleen suomalaisen ravintolaelinkeinoon kestävyyttä.

⁷⁸³ vrt. esim. Matson 1938, 26; laivan seisomapöytä "6"
"All-Expense tours in Finland, s.a., 29, liite 19

⁷⁸⁴ H.S. 10.04.1935

⁷⁸⁵ U.S. 06.01.1935

5. KANSAINVÄLISTYNEET, KAUPALLISTUNEET MATKAILUELINKEINOT - KEHKEYTYVÄ PROJEKTI

1920- ja 1930-luvut olivat uuden itsenäisen Suomen haasteellisen kasvun aikaa. Suuren Venäjän imperiumin turva ja sen mukanaan tuoma internationaalisuus mennyt ja uuden maan oli lunastettava paikkansa suvereenien kansakuntien joukkoon.

Valtakunnan tunnettuutta oli lisättävä - jo kansainvälisen mahtipolitiikan 1920- ja 1930-lukujen kiemurat edellyttivät voimakkaan, vitaalisen, mutta myös positiivisesti kiehtovan maan imagon luomista. Tuttua ja itseensä uskovaa valtakuntaa ei niin vain ahmittaisi valtapolitiikan myllerryksissä. Suomen urheilijat ja taiteilijat levittivät positiivisia käsityksiä maasta, mutta oli myös muita mahdollisuuksia. Kansainvälisen turismin good williä lisäävät vaikutukset tunnettiin ja olikin syytä saada ulkomaan matkailijat enenevästi kiinnostumaan maastamme. Myös kotimaan kulkijoiden Suomen innostus oli sytytettävä: matkailusta saatiin yksi apukeino itsetiedostavan suomalaisuuden lisäämiseen. Myös matkailun taloudellinen merkitys näyttäytyi selkeänä niin yksityisille kuin julkisyhteisöillekin.

Kansainvälistyminen oli siten pyrkimyksellistä, ja niin myös sen ja kuin turismin leviämisen apuvälineinä toimivat matkailuelinkeinot. Elinkeinojen toimivuuden elinehto oli niiden operointi liiketaloudellisten periaatteiden mukaan.

Markkinoinnin introduointi auttoi liiketaloudellistamista. Oli seurattava markkinoinnin kehitystä ja käytettävä sen edistystä myös matkailuelinkeinon edistämiseen.

Sekä kansainvälistymiseen että matkailuelinkeinon kaupallistumiseen liittyivät erilaiset osanotot kansainvälisiin kokouksiin ja symposiumeihin, sekä elinkeinoelämän, markkinoinnin että matkailun itsensä. Osanotto konkretisoitui myös käytännön kansainvälisenä matkailuyhteistyönä sekä kansainvälisen esimerkin mukaisina matkailutuotteina.

Myös sekä markkinointiin että matkailuelinkeinoihin liittyvän ammattikirjallisuuden hankkiminen, henkilökunnan kansainvälisyyteen, palvelualttiuteen kouluttamiset, kieli- taidon lisäämiset, standardit - ja niiden valvonta sekä muut laatuvaatimukset nostivat matkailuelinkeinojen tasoa.

Erikoistuttiin. Jotkut yritykset saivat epiteetikseen 'matkailu', kuten eräät hotellit ja uusi kolmikymmenluvun matkailulaaajennus oli talven hyödyntäminen.

Imagon luominen oli tärkeää. Oli tärkeää luoda kuva dynaamisesta kansainvälisestä ja kilpailukykyisestä matkailuelinkeinosta; myös elinkeinojen välinen lisääntyvä kilpailu pakotti alituisen tuotesuunnitteluun ja -kehittelyyn, hintapolitiikkaan mutta myös yhteistyöhön, ja se pakotti myös näistä oikealla tavalla tiedottamiseen: mainontaan.

Maankuva, yrityskuva ja tuotokuva pyrkyinä realisoituivat. Niiden yhteennitoumat tulivat pohdintaan ja mietittiin, miten ja millaisin vetoomuksin 'omaa' kuvaa voitiin edistää. Markkinoinnista opittiin apellien rakentaminen. 'Ensiluokkainen' yhdisti vetoomuksia, 'ilmavin' tai 'kumijäntäinen neekeritanssi' erilaistivat. Valtaosaltaan mainosten apellit olivat yksitoikkoisia, "perustat" kuten vain (suhteelliset) hinta- ja saatavuustiedot ilmaisevia; ilmoitukset olivat vieläkin yksiniitisempiä. Kuvat ja valokuvat hiven enenivät ajanjakson vanhetessa. PR-toimintaa, usein tiedottajia 'käsittelyä' 'harjoitettiin' - siksikö monesti olikin vaikeaa erottaa matkailu-uutineen ja elinkeinoa edistävä juttu, jopa puffi?

Kansainvälisyyttä haettaessa voitiin sofistikoitua esimerkiksi ranskankielisiin ruokalistoihin, viittaaviin ravintolanimiin, internationaalisiin ravintola- ja keittiömestareihin; englanninkielisiä puolestaan olivat järjestään ohjelmopalvelujen esittäjien taiteilijanimet. Maailmansodan nälkäaikaa kontrastoiden kukkurapöydät manifestoivat parempaa jo osin saavutettua tulevaisuutta. Haluttiin tanssia, katsella ulkomaan tummahipiäisiä viihdyttäjiä, ihailia kau-

niita naisia kun olympialaisetkin olivat tulossa. Erämääho-
telliien akkunoitten etiset haastavat korpimaisemat houkut-
telivat uljasta hiihtokansaa tai samoajaa alkuvoimaiseen
mittelöön - luonnollisesti hyvin ravintolasalissa tankat-
tuina ja niin että matkatoimiston lomapaketin esite ensin
ja sitten itse retkitoimintaan "sisältyvä" luonto-opas
hurjimmat näyt paljasti.

Kieltolakiaika ymmärrettävästi hankaloitti suomalaisen
matkailuelämän eurooppalaistamista, mutta kun se oli taka-
na, kuin itsestään selvänä, mainostamatta, myös huuruiseen
elämyksellisyyteen oli kansainvälinen, kuorrutettu mahdol-
lisuus. Ja tätä kirjailijoiden ja kuvataiteilijoiden näyt-
tämää kansainvälisyyden tuulahdusta oli jo ollutkin mahdol-
lisuus käydä eri seuramatkoilla Euroopassa nuuhkimassa,
hypätä pikajunaan, pitkänmatkan bussiin, lentää Suomen-
valkoisin siivin, lipua merien siniaalloilla tai vaikkapa
rohjeta useutuvaan yksityisautoon. Vapaa-aika ja vapaus
etsivät matkailutodentumiaan. Kansainvälistyvät, kaupallis-
tavat matkailuelinkeinot auttoivat tässä.

LIITTEET**LIITE 1****Taulukko 9: Bruttokansantuote 1920 -1939,
vuoden 1985 hintoihin, indeksit 1926=100.⁷⁸⁶**

vuosi	bruttokansan- tuote/capita	bruttokansan- tuotteen	bruttokansan tuotteen	BKT/ capita-
	vuoden 1985 hintoihin	vuotuinen %-muutos	volyymi- indeksi	indeksi
1920	26 970	11,9	72,4	77,2
1923	33 056	7,4	88,8	91,4
1926	37 233	3,9	100,0	100,0
1929	43 385	1,2	116,5	113,8
1932	41 617	-0,5	111,8	106,7
1935	51 551	4,3	138,5	129,4
1938	61 185	5,2	164,3	150,1
1939	58 584	-4,3	157,3	142,7

**Taulukko 10: Bruttokansantuotteen volyymin kasvu toi-
mialloittain 1860-1938, % keskimäärin vuodessa.⁷⁸⁷**

toimiala	1860- 1890	1890-1913	1920-1938
maatalous, metsäs, ktys, kalastus	1,7	1,0	1,8
metsätalous	0,9	3,2	2,3
teollisuus	5,0	5,3	7,9
rakennustoiminta	2,2	2,0	6,2
liikenne, kauppa, pankit ja vakuutuslai- tokset	2,7	3,8	4,8
asuntojen omistus, yksi- tyiset palvelut			
julkiset palvelut	1,5	2,8	3,0

⁷⁸⁶ Hjerppe 1990, 186-187.⁷⁸⁷ Hjerppe 1990, 188.

LIITE 2

Asetelma 2. Työvuoden keskipituus työtunteina eräissä maissa 1900 - 1986⁷⁸⁸

	1900	1913	1950	1973	1986
Suomi	2688	2588	2035	1707	1596
Ruotsi	2688	2588	1951	1571	1457
Saksa(n lt)	2684	2584	2316	1804	1630
Iso-Britannia	2725	2624	1958	1688	1511
Japani	2688	2588	2289	2213	2129

LIITE 3

Asetelma 3: Kauppavaihto eri maiden kanssa 1920-1938.⁷⁸⁹

	Nl %	Ruotsi %	Saksa %	Iso-Br. %	USA %
1921 - 1925	3.2	6.3	21.0	28.6	10.5
1931 - 1935	2.7	6.1	16.5	35.1	8.5
1936	1.2	8.7	14.3	36.5	8.7
1938	0.9	8.9	17.4	32.7	9.1

⁷⁸⁸ Hjerppe 1990, 88⁷⁸⁹ Suomen Tilastollinen vuosikirja 1941, 122.

Taulukko 11: Radioluvat vuosina 1926 -1939.⁷⁹⁰

Vuosi	Radiolupia
1926	4 310
1927	36 953
1928	73 832
1929	97 742
1930	106 559
1935	144 737
1937	230 903
1938	293 896
1939	332 940

Asetelma 4: Eräiden sanomalehtien levikkilukuja
1921-1939.⁷⁹¹

	Aamulehti	HS	Hbl	KSSML	SSd	TS	US
1921	20000	36900	30000	5800 (1920)	23800	21000 (1920)	25000 (1920)
1925	24100	39300	40000	6200	20000 (1924)	22000	32131
1930	28458	64900	43000	9462	28000	28600	43888
1935	28000	69700	?	7751	15500	25110	49851
1939	32503	88303	57000 (1940)	11691	21900	30540	64678 (1940)

HS=Helsingin Sanomat
 Hbl= Hufvudstadsbladet
 KSSML= Keskisuomalainen
 SSd= Suomen Sosialidemokraatti
 TS= Turun Sanomat
 US= Uusi Suomi

⁷⁹⁰ Vattula 1983, 313.⁷⁹¹ Suomen lehdistön historia 5-7, 1988.

LITTE 4

Taulukko 12: Kaupungistumisaste Suomessa
vuosina 1920 - 1939.⁷⁹²

1920	16.1 %
1925	17.1 %
1930	18.3 %
1935	20.6 %
1939	22.6 %

⁷⁹² Suomen Tilastollinen Vuosikirja 1941, 9.

LIITE 5

Mc.Intosh on ryhmitelty matkailumotiivit neljään kategori-
aan⁷⁹³

(1) **Fyysiset motiivit**, jotka liittyvät fyysiseen vanhentumiseen ja lepoon, urheiluaktiviteetteihin ja terveydenhoitoon; kaikki viittaavat yksilön ruumiilliseen hyvinvointiin.

(2) **Kulttuurimotiivit**, jotka viittaavat yksilön matkustushaluun, jotta hän saisi tietää toisista maista ja niiden asukkaista ja taiteessa, musiikissa ja kirjallisuudessa, kansanrunoudessa jne. ilmentyvistä kulttuuriperinnöstä.

(3) **Ihmisympäristön vaihtamismotiivit**, jotka liittyvät haluun tavata sukulaisia tai ystäviä, tai paeta omaa perhettä, työtovereita tai naapureita, tai kohdata uusia ihmisiä ja solmia ystävyysuhteita, tai yksinkertaisesti vain paeta harmaata arkea.

(4) **Status- ja prestiisimotiivit**, jotka palvelevat henkilökohtaisen arvostuksen ja kehityksen tarpeen tyydyttämistä. Nämä liittyvät liike- tai ammattimatkoihin ja itsensä kouluttamiseen tähtääviin matkoihin kuin myös matkoihin, joilla yksilö voi harrastaa haluamaansa asiaa.

⁷⁹³ McIntosh 1972, 52; vrt. Robinson 1976, 29

LIITE 6

Tiivistelmänä Gray kokooa matkamotivaatioitten tärkeimmät erot luettelon-muotoon⁷⁹⁴

Auringon kaipuuVaellushalu

- | | |
|---|--|
| 1. Lomakeskustoimintaa | Matkailutoimintaa
(Tourism business) |
| 2. Yhden maan matka | Mahdollisesti monen maan
matka |
| 3. Matkailija etsii kotimaan
tapojen ja toimien
vastaavuuksia | Matkailija etsii erilais-
ta kulttuuriympäristöä |
| 4. Erikoiset luonnonolot
välttämättömyys
(ilmaston korostus) | Fyysinen ympäristö ihmi-
sen muokkaamana
(manmade):ilmaston mer-
kitys pienempi |
| 5. Kohteeseen matkustamisen
jälkeen muu matkustelu
vähäpätöistä | Matkustaminen tärkeää
koko vierailun aikana |
| 6. Joko rauhallista tai
hyvin aktiivista | Ei rauhallista eikä ur-
heilullista: uuden etsin-
tää oppimistarkoituksessa |
| 7. Suhteellisesti enemmän
kotimaan matkailua | Suhteellisesti enemmän
kansainvälistä matkailua |

LIITE 7

Sveitsiläinen matkailututkija **Jost Krippendorf** on koonnut matkailun motiivit seuraavasti:

Krippendorf ja matkailun motiivit

1. Virkistäytymien ja levon tarve
 - fyysinen ja psyykinen rauha ja kiireettömyys
2. Vaihtelun tarve
 - Työn rutiineista irrottautuminen
 - 'toisen minän' toteuttaminen
3. Velvollisuuksista vapautuminen

⁷⁹⁴ Gray 1970, 14

LIITE 8

Asetelma 3: Yritystutkimukseen vastanneiden arviot matkailijaliiketoiminnan osuudesta koko liiketoiminnasta eräissä tutkimuksissa prosentteina (suluissa arvioiden vaihteluväli):⁷⁹⁵

Toiminnan laatu	Lahti 85	Imatra 83	Joensuu 86
Majoitustoiminta	93%	97% (75-100)	
Ravitsemistoiminta	23%	25% (0-50)	43%
Tavaratalokauppa	-	9% (5-20)	3%
Elintarvikevähittäiskauppa	4%	5% (0-40)	-
Muu vähittäiskauppa	-	7% (5-15%)	3%
Huoltamatoiminta	13%	13% (3-30%)	9%

LIITE 9

Asetelma 4: Eräiden järjestöjen perustamisajankohtia ja muita merkittäviä vuosilukuja maailmansotien välisessä Suomessa.⁷⁹⁶

Aero oy (Finnair).....	1923
Tukholmaan ensimmäinen Suomi-toimisto.....	1926
Linja-autoliitto.....	1928
Suomen Hotelli- ja Ravintolaliitto.....	1930
Oy Matkahuolto Ab.....	1933
Suomen Retkeilymajajärjestö.....	1935
Matkailutoimisto Oy Area.....	1935
Finnish Travel Information Bureau New Yorkiin.....	1935
Suomen matkailu esillä Brysselin kansainvälisessä näyttelyssä....	1935
Ensimmäiset matkailua markkinoivat lyhytelokuvat.....	1936
Suomen matkailuosastolle kultamitali ja kunniadiplomi Pariisin kansainvälisessä näyttelyssä....	1937
Matkailuolosten kehittämistä selvittänyt Jalmari Castrénin komitean mietintö.....	1937
Ensimmäinen matkailukongressi.....	1938
Työväen matkailuliitto.....	1938

⁷⁹⁵ Imatran Matkailututkimus 1989.

⁷⁹⁶ Vrt. Hemmi ym. 1987, 34.

LIITE 10:

Asetelma 5: Valtion myöntämiä määrärahoja matkailulle vuosina 1920, 1930 ja 1939.⁷⁹⁷

<u>Tuen saaja</u>	<u>1920</u>	<u>1930</u>	<u>1939</u>
Matkailijayhdistys:			
- vuosittainen apu	30 000	150 000	500 000
- korot ja kuoletukset	-	-	1 005 000
Matkailumajat	-	1 100 000	5 000 000
Eri matkailufärjestöt:			
Suomen Matkat	-	-	500 000
Suomi-toimistot	-	-	850 000
Työväen matkailuliitto	-	-	100 000
Yhteensä	30 000	1 250 000	7 955 000

LIITE 11

Taulukko 13: Finnairin ulkomaanliikenteen osuus siviili-ilmailusta vuosina 1925-1940.⁷⁹⁸

<u>Vuosi</u>	<u>Lento-km</u>	<u>Matkustajia</u>	<u>Rahtia</u> <u>kg</u>	<u>Postia</u> <u>kg</u>
1925	35 000	450	646	996
1927	114 000	1 768	2 107	5 425
1929	233 000	4 964	5 569	24 277
1930	225 000	3 334	5 750	21 583
1932	257 000	2 949	10 234	21 619
1935	193 000	6 444	19 476	26 840
1937	235 000	5 775	25 919	30 180
1939	440 000	11 258	62 618	100 959
1940	261 000	8 129	90 010	53 818

⁷⁹⁷ Lappalainen 1987, 14.

⁷⁹⁸ Suomen taloushistoria 3/1983, 313

LIITE 12: Taulukko 14
Matkustajalaivaliikenne sisävesillä 1920-1939.⁷⁹⁹

Kanavien kautta kulkeneita
matkustajalaivoja keskim.
vuodessa (kpl)

1920-1924	9356
1925-1929	7939
1930-1934	5649
1935-1939	3911



SUOMI
MATKAILUMAA

Matkailu on yksi niistä harrastuksista, jotka ovat tulleet meidän aikamme kukoistamaan. Se on ihmisen luonnollinen tarve, ja se on yksi niistä voimista, jotka ovat auttaneet ihmiskuntaa edenneen kulttuurin ja sivistyksen alueille. Suomeksi matkailu on ollut erityisen suosittua, ja se on ollut yksi niistä tekijöistä, jotka ovat auttaneet Suomea maailman tunnetuksi. Matkailu on yksi niistä harrastuksista, jotka ovat tulleet meidän aikamme kukoistamaan. Se on ihmisen luonnollinen tarve, ja se on yksi niistä voimista, jotka ovat auttaneet ihmiskuntaa edenneen kulttuurin ja sivistyksen alueille. Suomeksi matkailu on ollut erityisen suosittua, ja se on ollut yksi niistä tekijöistä, jotka ovat auttaneet Suomea maailman tunnetuksi.

Flora

Matkailu on yksi niistä harrastuksista, jotka ovat tulleet meidän aikamme kukoistamaan. Se on ihmisen luonnollinen tarve, ja se on yksi niistä voimista, jotka ovat auttaneet ihmiskuntaa edenneen kulttuurin ja sivistyksen alueille. Suomeksi matkailu on ollut erityisen suosittua, ja se on ollut yksi niistä tekijöistä, jotka ovat auttaneet Suomea maailman tunnetuksi.



Aivo

Matkailukirja pakettina
EIKÄ unohda sitä...

Tuolloin Opetusministeriö on antanut
käsikirjan matkailusta Suomessa.
Se on erittäin hyödyllinen, ja se
on yksi niistä tekijöistä, jotka
ovat auttaneet ihmiskuntaa edenneen
kulttuurin ja sivistyksen alueille.
Suomeksi matkailu on ollut erityisen
suosittua, ja se on ollut yksi niistä
tekijöistä, jotka ovat auttaneet
Suomea maailman tunnetuksi.

Ketussa ja matkalla
Opetusministeriö

Matkailu on yksi niistä harrastuksista, jotka ovat tulleet meidän aikamme kukoistamaan. Se on ihmisen luonnollinen tarve, ja se on yksi niistä voimista, jotka ovat auttaneet ihmiskuntaa edenneen kulttuurin ja sivistyksen alueille. Suomeksi matkailu on ollut erityisen suosittua, ja se on ollut yksi niistä tekijöistä, jotka ovat auttaneet Suomea maailman tunnetuksi.

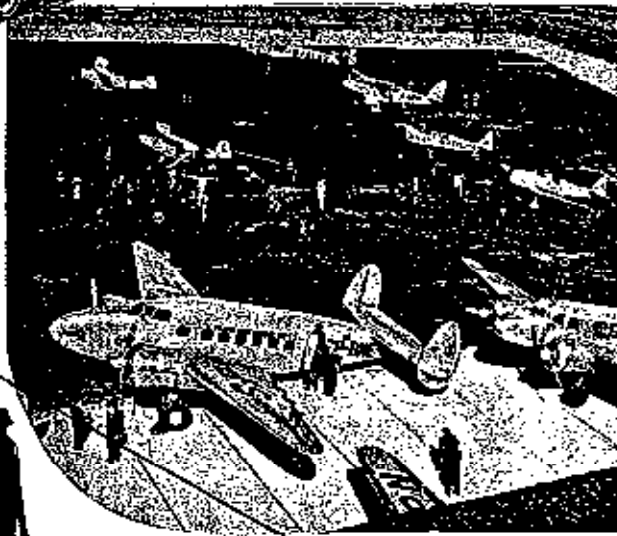
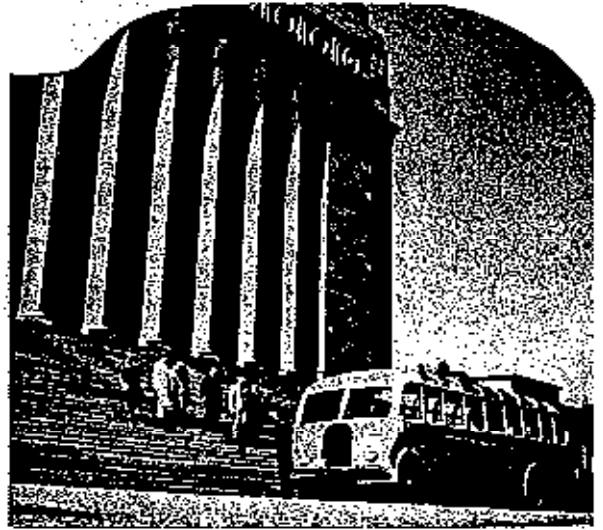
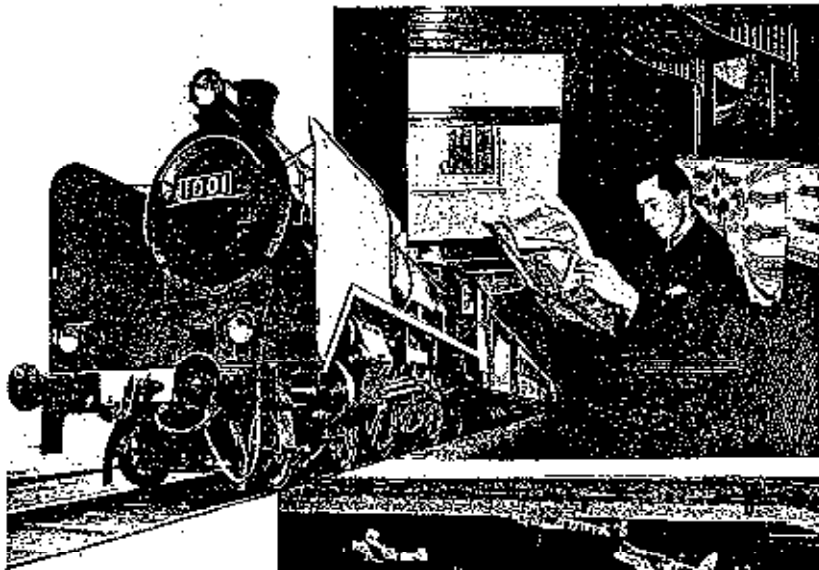
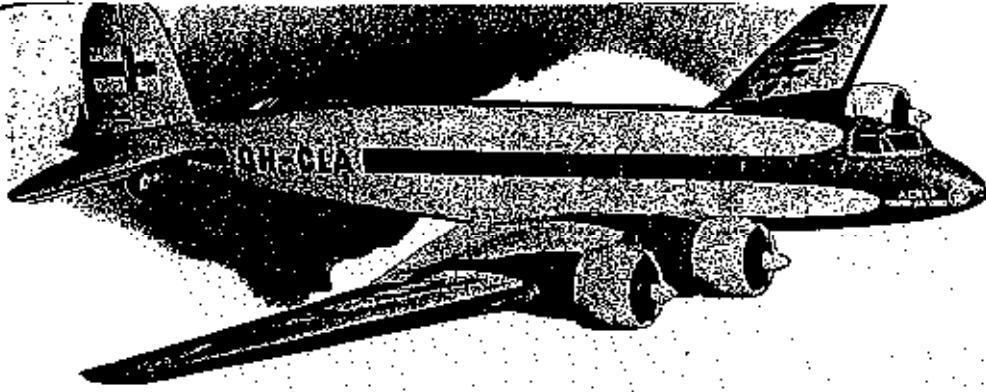
LIITE 14



Train Conductors at Helsinki/Helsingfors



LITTE 15



LITE 16



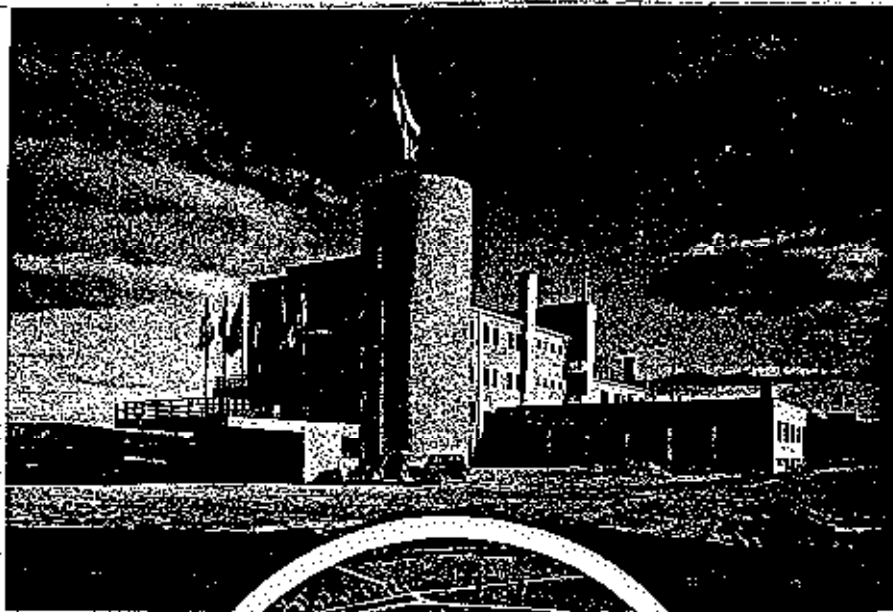
s/s "Ariadne" leaving Helsinki (Helsingfors) for Stettin.



Shooting the rapids.

LIITE 17

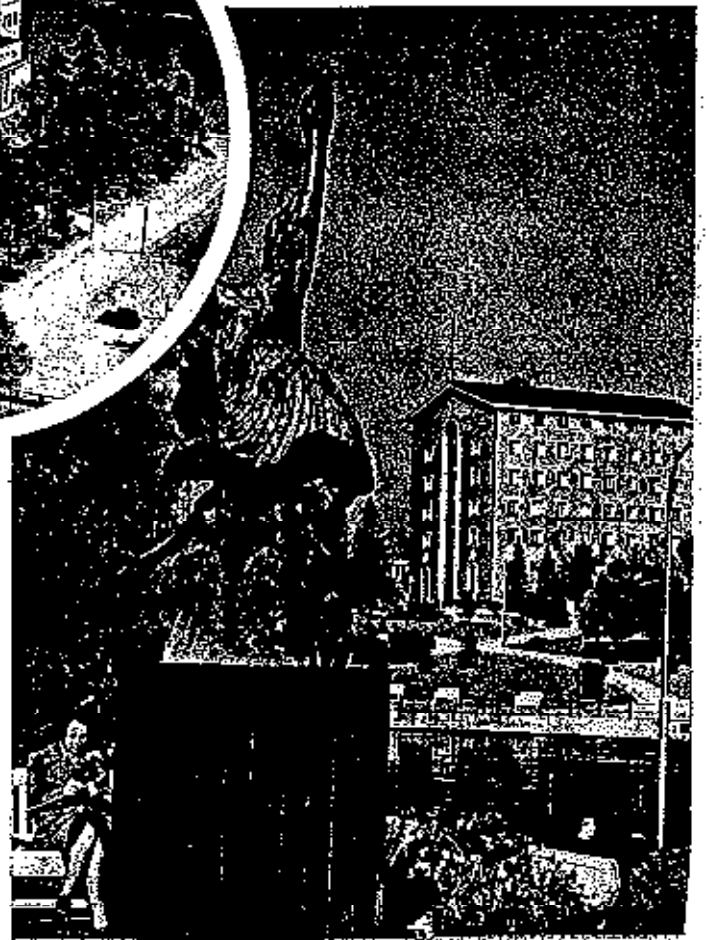
JANHOYS HOTEL
THE ARCTIC CIRCLE
OVANIEMI



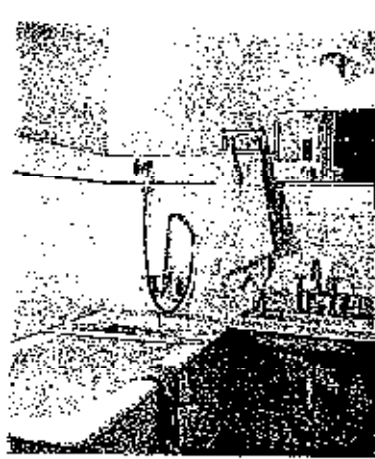
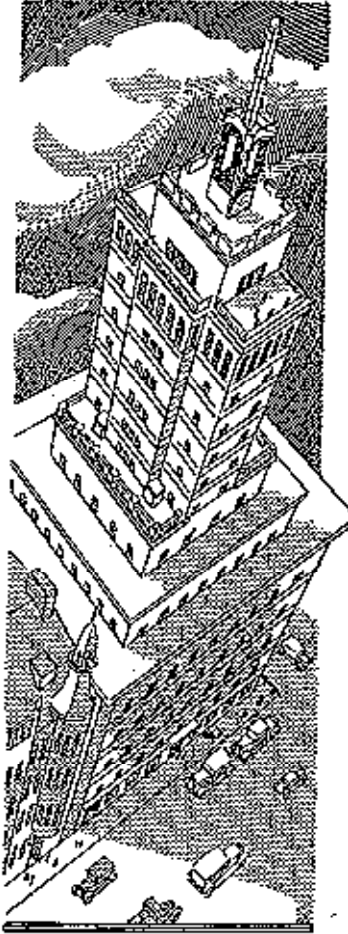
HOTEL TAMMER AT TAMPERE



BRÄNDÖ
STRAND
HOTEL IN
HELSINKI



LIITE 18



Hotel room with bath (Helsinki).



Jyväskylän Asemaravintola

LITTE 19



*Lunch table on the Finland
Steamship Company's steamers.*



LÄHTEET:**VALTIONARKISTO (VA)**

SMLA= Suomen Matkailuliiton Arkisto

Suomen-Matkojen mainosarkisto 1926, 1930, 1932, 1935-1942, Ha 13

Suomen-matkojen mainosarkisto 1931-1940. Ha 19

KIRJALLISUUS:

6 "All Expense" Tours in Finland, published by Finland Steamship Co Ltd, Helsingfors s.a.

6 Tours in Finland, publ. by Finland Travel Bureau LTD, Helsinki 1931

Adorno, T.: Vapaa-aika. Uuden ajan aura 1/1981, 13-17

Ahvenainen, J.: Liikenne. Teoksessa Suomen taloushistoria 2: Teollistuva Suomi, Helsinki 1982

Alapuro, R.: Maailmansotien välinen aika artikkelissa Yhteiskuntaluokat ja sosiaaliset kerrostumat 1870-lvulta toiseen maailmansotaan teoksessa Valkonen et al.: Suomalaiset. Yhteiskunnan rakenne teollistumisen aikana, Juva 1985

Allock, J.B: Tourism as a Sacred Journey lehdessä Loisier et Société/Society and Leisure, Vol.11, No.1/1988, 33-48.

Arpokari, Y.: 45% enemmän kotimaisia matkustajia, Suomen Matkailu 1937:4

Automobile-Routes in Finland, publ. by Finland-Travel 1934

Bernecker, P.: Grundlagenlehre Des Fremdenverkehrs, Wien 1962

Blomberg, H.: Finland kallar. Publ. Finlandsresor. Helsingfors 1933

Burkart, A. & Medlik, S.: Tourism, Past, Present, Future, London 1974

- Christaller, W.:** Some Considerations of Tourism Location in Europe: The peripheral regions-underdeveloped countries - recreational areas, Regional Science. Association Papers XII Land Congress (1963). Artikkelissa **Leverly, P.:** Resorts and Recreation. Teoksessa **Leverly, P.:** Recreational Geography, Newton Abbot 1971
- Cohen, E.:** A Phenomenology of Tourist Experience, lehdessä Sociology, Vol 13/1979, 179-201.
- Cosgrove, I. & Jackson, R.:** The Geography of Recreation and Leisure, London 1972
- Crompton, J.L.:** Motivations for pleasure vacation lehdessä Annals of Tourism Research, Vol.6, No. 4/1979, 408-424
- Dansten, B.:** Stockman sadan vuoden aikana, Helsinki 1961
- Dann, G.:** "The tourist as a child" esitelmä XI Congrès Mondial de Sociologie'ssa, New Delhi 1986
- Dyhr, M.:** Amerikansuomalaisten matkailu kotimaahan vuosina 1920-1947. Julkaisematon pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto, yleinen historia 1979
- Elanto:** Viisikymmentä vuotta suomalaista hotelli-, ravintola- ja kahvilamainontaa. Elannon julkaisuja, Helsinki 1988
- Finland for Holiday-makers,** publ. by Tourist Association of Finland, Helsingfors 1922
- Finnisch-Lappland und Petsamo. Reiseberichte und Studien,** herausgeben von Prof. Dr. G. Braun, Hampuri 1925
- Franck, M.:** Kerro, kerro kuvastin... Naisen juhlapuku 1880-1980, Tampere 1993
- Graburn, N.H.H.:** The Antropology of Tourism lehdessä Annals of Tourism Research, Vol.10, No.1/1983, 9-33
- Graburn, N.H.H.:** Tourism: The Sacred Journey kirjassa Hosts and Guests. The Antropology of Tourism, toim. **Valene L. Smith.** 2.painos, Philadelpihia 1989, 21-36
- Gray, H. P.:** International Travel-International Trade, Massachusetts 1970
- Haatanen, P.:** Sosiaalinen ja taloudellinen kehitys kulttuu rimme taustalla, teoksessa Sata suomalaisen kulttuurin vuotta, Porvoo 1974

- Hannus:** Matkahavaintoja pikaiselta lentomatkalta
Lontoo-Helsinki-Lontoo,
Helsingin Sanomat 12. ja 13.8.1936
- Hemmi, J. & Lehtinen, R. & Vuoristo, K.-V.:** Matkailu ja
matkailijat,
Porvoo 1987
- Hirvonen, J. ja Hjerppe, R.:** Taloudellinen kasvu Suomessa
1880-1980, Suomen Pankin tutki-
musosasto Bank of Finland
Research Department 1983
- Hjerppe, R.:** Kasvun vuosisata, Helsinki 1990
- Hirn, S. & Markkanen, E.:** Tuhansien järvien maa. Suomen
matkailun historia,
Jyväskylä 1987
- Hovi, P.:** Mainoskuvia Suomessa. Kehitys ja vaikutteet 1890-
luvulta 1930-luvun alkuun. Taideteollisen korkea-
koulun julkaisusarja A8, Jyväskylä 1990
- Hunziker, W. & Krapf, K.:** Grundriss der Allgemeinen Frem-
denverkehrslehre, Zurich 1942
- Iso-Ahola, S.E.:** The Social psychology of leisure and
recreation, Dubuque, Iowa 1980
- Jyske, J.:** Junamatkailu, Suomen matkailu 1937:2
- Järvinen, K.:** Liikenne ja kauppa, teoksessa Suomen kulttuu-
rihistoria IV, Jyväskylä 1936
- Jääskeläinen, O.E.:** Matkatoimisto Oy Area 1935-1985; Fin-
nairin painatusosasto 7/85,
Helsinki 1985
- Jääskeläinen, O.E.:** Suomi maailman matkailukartalle, teok-
sessa Suomen Matkailuliiton vuosikirja
1987. Suomen Matkailuliiton 100-vuo-
tishistoriikki, Mänttä 1987
- Jääskeläinen, O.E.:** Suomen Matkailuliitto majoitusolojen
kehittäjänä, teoksessa Suomen Matkailu-
liiton vuosikirja 1987. Suomen Mat-
kailuliiton 100-vuotishistoriikki,
Mänttä 1987.
- Jääskeläinen, O.E.:** Suomen Matkailuliitto matkailureittien
kehittäjänä. Diligenssillä ja koskive-
neillä, teoksessa Suomen Matkailuliiton
vuosikirja 1987. Suomen Matkailuliiton
100-vuotishistoriikki, Mänttä 1987
- Kaikko, I.:** Huomio runoilmoituksiin,
Liiketaito 1936:5, 132-135

- Kallio, V.:** Aate ja yhteiskunta. Teoksessa Suomen kulttuurin historia 3: Itsenäisyyden aika, Porvoo 1982
- Karikoski, V.A.M.:** Olympia-ajan matkailuliikenteestä, Suomen Matkailu 1939:3
- Katona, G.:** The Mass Consumption Society, New York 1964
- Kero, R.:** Siirtolaisturistit. Pohjois-Amerikan suomalaisten matkat "vanhaan maahan", kirjassa Matkakuumetta. Matkailun ja turismin historiaa Turku 1994, toim. **Taina Syrjämaa**
- Knebel, H.-J.:** Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus, Stuttgart 1960
- Kiviniemi, E.:** Kotiväki sai kortteja ja kirjeitä, joissa hehkuvat värikkäät tunteet, Helsingin Sanomat 21.10.1992, A13
- Komiteanmietintö** 1937:1-4, 1954:6
- Kotkavuori, P.:** Ensimmäiset suomalaiset mainoskirjat, lehdessä Mainostaja 1947:3
- Krapf, K.:** La Consommation Touristique. Une contribution à une Theorie de la Consommation, Aix-en-Provence: Centre d'Etudes du Tourisme 1952
- Krippendorf, J.:** Marketing im Fremdenverkehr, Beitrag zu einer Schweizerische Konzeption. Heft 7 der Berner Studien zum Fremdenverkehr, Bern & Frankfurt/M
- Krohn, A.:** Elämän lomassa. Suomalaisen loman historiaa, Helsinki 1991
- Kärkkäinen, V.:** Terveisiä Suursaaresta, Helsingin Sanomat 01.06 1936
- Laine, Y.:** Matkamuuistoesineet, Suomen Matkailu 1937:3
- Lampén, E.:** Petsamon maa ja Lappi matkailukohteina, SMY:n matkailulehti 1921
- Lanfant, M.-F.:** International Tourism Resists the Crisis, teoksessa Leisure and Life-Style, toim. **Olszewska, A. & Roberts, K.**, London 1989
- Lappalainen, S.:** Suomen matkailukohteet 1920- ja 1930 - luvuilla. Suomen historian pro gradu -työ, Jyväskylän yliopisto 1987
- Latvala W.K.:** Juliste, lehdessä Mainos 1933:1
- Latvala, W.K.:** Vähän amerikkalaisesta ja eurooppalaisesta reklaamista, lehdessä Liiketaito 1928:3
- Leach, E.:** Rethinking anthropology, London 1961

- Leiviskä, I. & Levämäki, L.:** Suomen matkailuopas,
Helsinki 1938
- Leppänen, S.:** Kuljetuslaitos 1919-1950. Teoksessa: Itsenäisen Suomen taloushistoria 1919-1950,
Porvoo 1967
- Levämäki, L.:** Matkailijayhdistyksen alkuvuosikymmenet,
teoksessa Suomen Matkailuliiton vuosikirja
1987. Suomen Matkailuliiton 100-vuotishistoriikki, Mänttä 1987
- Litukka, A.:** Näkemyksiä ilmoittelumainonnastamme v 1925-50,
teoksessa Mainonta, kaupan purjeet,
Helsinki 1951
- Malmberg, Th.- Neumann, K.:** Valkeat laivat s.a. s.l
Matkailuoppaan käsikirja, MEK, Helsinki 1989
- Matkan varrelta** 1934
- Matson, A.:** Finland for Holidays, published by Finnish
Tourist Association, Helsinki 1934
- Matson, A.:** Visit Finland.
Publ. Finland-Travel. Helsinki 1938
- McIntosh, R.W.:** Tourism: Principles, Practises,
Philosophies,
Columbus, Ohio 1972
- Murphy, J.F.:** Concepts of Leisure,
Englewood Cliffs, N.J. 1981
- Myllyntaus, T.:** Vaaran laelta toimiston nurkkaan - ta
loudellinen kehitys ja elämän muodon muutokset kirjassa **Rahikainen, M.** (toim) Suuri muutos. Suomalaisen yhteiskunnan kehitys piirteitä, Vammala 1992
- Olsson, H.:** På kanaexpressen, Helsingfors 1929
- Ottomeyer, K.:** Människan under kapitalismen, Göteborg 1978
- Paasikivi, J.K.:** Kyytilaitos,
teoksessa Oma Maa I, Helsinki 1958
- Paasivirta, J.:** Suomen kulttuurisuhteet 1800- ja 1900-luvuilla. Turun yliopisto. Poliittinen historia, tutkimuksia D 1/91, Turku 1991
- Paasivirta, J.:** Suomi jäsentyy kansakuntana Eurooppaan: Kulttuurisuhteet 1800- ja 1900-luvuilla, teoksessa Suomi Euroopassa, toim. **M. Jokipii**, Jyväskylä 1991 (Paasivirta 1991 b)

- Paavilainen, K. & Niinisalo, K.V. & Numminen, J.:** Suomen matkailun nykytilasta ja kehittämistehtävistä. Valtakunnansuunnittelutoimiston julkaisusarja A:17, Helsinki 1965
- Piesanen, M.:** Turun matkailun esiteaineiston kehitys ja yhteys maantieteelliseen todellisuuteen, Turun yliopiston maantieteen laitoksen monisteita n:o 18, Turku 1993
- Piha, K. & Tuominen, P.:** Turun matkailu 1966, Turku 1968
- Pulla, A.J.:** Hullut vuodet eli iloista 20-lukua, Helsinki 1971
- Pulla, A.J.:** Puoli vuosisataa Suomen messuja, Helsinki 1970
- Pöschl, A.:** Fremdenverkehr und Fremdenverkehrspolitik, Berlin 1962
- Rasila, V.:** Liikenne. Teoksessa Suomen taloushistoria 2. Teollistuva Suomi, Helsinki 1982
- Reisen in Finnland.** Publ. Touristenverein in Finnland. Helsingfors 1922
- Robinson, H.:** A Geography of Tourism, London 1976
- Rosberg, J.E.:** Travels in Finland. Publ. The tourist Society in Finland. Helsingfors 1920
- Rönehholm, H.:** Markkinat, messut ja näyttelyt osat 1-2, Helsinki 1945
- Sandberg, B.:** Suomen matkailupolitiikka ja ulkomaista matkailu-propagandaa, Suomen-Matkat r.y. 1930 - 1945, Helsinki 1945
- Silja Line:** 25 vuotta valkoisilla laivoilla. Esite, ei painopaikkaa eikä -vuotta.
- Simmel, G.:** Muodin filosofia, Rauma 1986
- Simmons, I.:** Rural Recreation in the Industrial World, London 1975
- Simpura, J.:** Vapaan viina aika, Helsinki 1982
- Smith, V.:** Introduction. Teoksessa Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism, toim. V. Smith, Philadelphia 1989
- Soini, Y.:** Vieraanvaraisuus ammattina II, Porvoo 1963
- Soldan, B.:** Millainen on hyvä mainoselokuva, lehdessä Mainos 1933:1
- Stähle, G.:** Kotimainen lentoliikenne, Suomen Matkailu 1937:4

- Suomen lehdistön historia 2, 5-7, Helsinki 1988
- Suomen tilastollinen vuosikirja 1934, 1937, 1939, 1941,
- Surakka, A.: Päivä Bukarestissa, Helsingin Sanomat
3.10.1936
- Tigerstedt, Ö.: Tänä talvena Petsamoon, lehdessä Suomen
Matkailu 1937:2
- Tuomisto, A.: Näin toiminta jatkui, teoksessa Suomen Mat
kailuliiton vuosikirja 1987. Suomen Matkailu
liiton 100-vuotishistoriikki, Mänttä 1987.
- Törmä, T.: Reklaamia ei voi välttää, Helsinki 1978
- Valtionrautatiet 1912-1937 osa II, Helsinki 1937
- Wall, G.: Car Ownwers and Holiday Activities teoksessa
Levery, P: Recreational Geography,
Newton Abbot 1971
- Waltari, M.: Matkailun psykologiaa, Matkailija 1934
- Waltari, M.: Yksinäisen miehen juna, Juva 1978
- Waris, H.: Muuttuva suomalainen yhteiskunta, Porvoo 1967
- Vattula, Kaarina (toim.): Suomen taloushistoria 3.
Historiallinen tilasto,
Helsinki 1983
- Veblen, Th.: The Theory of The Leisure Class, New York 1899
- Viherjuuri, H.J.: Enemmän valokuvia mainoksiin,
lehdessä Mainos 1933:1
- Viitanieniemi, M. & Mäkelä, A.: Suomen linja-autoliikenteen
historia, Jyväskylä 1978

MUU LÄHDEAINEISTO:

- Aamulehti 1931, 1938
- Ajan Sana 1931
- Ajan Suunta 1936
- Elokuva-aitta 1939
- Elokuva lukemisto 1938, 1939
- Etelä-Suomen Sanomat 1938
- Eteenpäin 1921
- Helsingin Sanomat 1920-1939
- Itä-Savo 1923
- Kaleva 1931, 1932, 1935, 1936, 1938, 1939
- Kansanlehti 1920, 1930
- Karjala 1939
- Kauppalehti 1927, 1928
- Keskisuomalainen 1930, 1938
- Liiketaito 1928, 1934, 1936
- Mainosuutiset 1973
- Matkailija 1935
- Matkailumaaailma 1939
- Myyjä ja Myymälä 1958
- Pohjanmaan matkailu 1937
- Satakunnan kansa 1935
- Savon Sanomat 1931
- Suomen Sosialidemokraatti 1929, 1923, 1935
- Suomen Matkailu 1937, 1938, 1939
- Suomen Matkailulehti 1934, 1935
- Tekijän käymä kirjeenvaihto SMT:n kanssa elokuussa 1992
(SMT)
- Talouselämä 1966
- Turun Sanomat 1929
- Uusi Suomi 1919 -1939
- Vaasa 1928