

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos HISTORIAN
Tekijä JUHA AHONEN	
Työn nimi SINIVALKOISILTA SIIVILTÄ KIILTÄVILLE KISKOILLE	
Oppiaine TALOUSHISTORIA	Työn laji LAUDATURTYÖ
Aika 1996	Sivumäärä 129
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>1920- ja 1930-luvut olivat ripeän muutoksen kausia juuri itsenäistyneen Suomen yhteiskunta-, talous- ja matkailuelämässä. Suvereenin maan tunnettuutta ja imagoa pyrittiin selkiyttämään niin omille kansalaisille kuin ulkomaillekin. Matkailun merkitys näyttäytyi tässä levitystyössä; sen taloudellinen tärkeys oli niin ikään oivallettu.</p> <p>Matkailuelinkeinojen kuten matkailukuljetusten elinehto on niiden operointi liiketaloudellisin periaattein ja markkinoinnin introdusointi helpotti tehtävää.</p> <p>Markkinointitietoutta 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. Matkailukuljetusten 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 'tarjoilijapoi-ka' erilaistivat. Valtaosaltaan mainosten apellit olivat yksitoikkoisia, "perustat" kuten hinta- ja saatavuustiedot mainitsevia; ilmoitukset olivat vielä yksinlitisempiä. Kuvat ja valokuvat lisääntyivät hieman ajanjakson kuluessa. Messuosallistumiset ja PR-toiminta yleistyivät.</p> <p>Vapaa-aika etsi matkailutodentumiaan. Kansainvälistyvät, kaupallistuvat matkailukuljetukset ja niitä edeltävä markkinoinnin monimuotoinen edistys auttoivat tässä.</p>	
Asiasanat MAINONTA, MARKKINOINTI, MATKAILUKULJETUKSET	
Säilytyspaikka	
Muita tietoja	

JUHA AHONEN

SINIVALKOISILTA SIIVILTÄ KIILTÄVILLE KISKOILLE

**Matkailukuljetukset ja niiden markkinointi itsenäisessä
Suomessa ennen II maailmansotaa**

**taloushistorian
laudaturtyö
Historian laitos
Jyväskylän yliopisto
1996**

1. JOHDANTO: TUTKIELMAN TARKOITUS JA LÄHTEET.....	1
2. MONIULOOTEINEN MATKAILU MUUTTUVASSA YHTEISKUNNASSA...	8
2.1. Markkinointiviestinnän uudet tuulet.....	8
2.2. Oivallus matkailuyrittäjyydestä.....	16
2.3. Matkailu mainonnan palveluksessa.....	18
2.4. Matkakirjallisuus matkailupuffina.....	24
3. MAAKULJETUKSET JA MATKAILU ITSENÄISESSÄ SUOMESSA ENNEN II MAAILMANSOTAA.....	25
3.1. Maantiestä moottoriliikenteen pohjana.....	25
3.1.1. Kaupallistuva autoilu matkailuyrittäjyydessä..	27
3.1.2. Kehittyvä, kehitettävä autoilu.....	33
3.2. Linja-autoliikenne.....	38
3.2.1. Voitokas, monimuotoistuva linja-autoliikenne..	38
3.2.2. Linja-automatkailun ihanuus ja arki.....	40
3.2.3. Busseilla Tampereelle, Petsamoon ja Imatrallekin.....	49
3.2.4. Edistyvä, viestivä linja-automatkailu.....	57
3.3. Rautatie liikenne.....	61
3.3.1. Rautatiet ja matkailutarpeet.....	61
3.3.2. Haastetut junat.....	63
3.3.3. Tuote ja hinta kilpailukeinoina.....	66
3.3.4. Rengasliput.....	71
3.3.5. Markkinointiviestintä kiillottaa kiskoja....	75
4. ILMALIIKENNE.....	79
4.1. Lentämisen alkupyrähdykset.....	79
4.2. Matkailu, lentämispropaganda ja "sinivalkoiset siivet".....	83
4.3. Kehittyvä lentoliikenne.....	89
5. VESILIIKENNE.....	93
5.1. Meriliikenne.....	93
5.1.1. Vesitse aukeava Suomi.....	93
5.1.2. Matkustajalaivaliikenne markkinoivana.....	96
5.1.3. Merimatkailun propagoiminen - ilmoituksista mainoksiin.....	100
5.1.4. Merisiä tulevaisuuden vaateita.....	105
5.2. Rannikko- ja sisävesiliikenne.....	105
5.2.1. Hiipuva elinkeino?.....	105
5.2.2. Lomailuliikenteestä ja yhteistyöstä valoa synkkyyteen?.....	107
5.2.3. Markkinoinnin kultaamat? aallot.....	108
5.2.4. Tyrskyävät koskiveneet.....	117
6. KAUPALLISTUNEET MATKAILUKULJETUKSET - KEHKEYTYVÄ PROJEKTI	121

1. JOHDANTO: TUTKIELMAN TARKOITUS JA LÄHTEET

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tarkastella suomalaisen kuljetuselinkeinojen kehittymistä ja muuttumista itsenäisessä Suomessa ennen II maailmansotaa.

Erityinen huomio pannaan kuljetuselinkeinojen muuttuvaan rooliin matkailuliikenteessä, sen itsensä sekä nimenomaisesti matkailuliikenteen kaupallistumiseen ja kaupallistamiseen; ne toimivat konkreettisesti vaikkapa elinkeinon mainontana itse tutkimuskohteina ja kuin linsseinä joiden läpi tapahtumia tarkastellaan. Näkökulma on poikkitieteellinen ja "kaksoishistoriallinen" - paitsi matkailukuljetusten niin myös markkinointiviestinnän historiaan tutkimus opinnäytteenä on nähdäkseni kelpoinen. Mutta myös makrososiologisenä työtä voidaan pitää: Tällöin 1920- ja 1930-lukujen Suomi toimii vain operointialustana matkailukuljetusten sisäisten ja ulkoisten yhteiskunnallisten sidosten dynamiikan kuvauksessa. Tällöin kytkennät nimenomaan kommersialisoitumiseen tulevat keskiöön.

Tutkielma käsittelee yksittäisten kuljetusmuotojen ja niiden edellytysten kehittymistä lähinnä siis markkinoinnin kilpailukeinojen 'lävitse'. Keskiöön tulevat maantiestön asema moottoroitun matkailun alustana, linja-autoliikenteen edistyminen, rautatieteliikennöinnin muutos sekä ilma- ja vesiliikenteen kehitysaskleet. Ja koska kyseessä ovat elinkeinot myös näiden keskinäistä kilpailua ja sen keinoja pyritään kuvaamaan.

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. Muutamia suomalaisen kuljetus- ja matkailuelinkeinojen 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 suomalaisista yhteiskuntaa käsittelevistä yleisluontoisista historiankirjoituksista, matkaoppaista sekä aikakaus- ja sanomalehtiartikkeleista ja -mainoksista.

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

Matkailun lisääntymisen syitä on pohdittu runsasti. On viitattu 1900-luvun teollisuusmaiden taloudellisen hyvinvoinnin kasvun ja matkailun yhteyteen¹, painotettu vapaa-ajan määrän lisäystä matkailun mahdollistajana², kommunikaatioyhteyksien kehitystä³, yhteiskuntien sekularisoinnista⁴ ja urbanisoitumista⁵

Yksilötasolla on osoitettu matkailun syiksi fyysisiä, kulttuurisia, ihmisympäristön vaihtamisen, status- ja prestiisimotiiveja⁶, vaellushalua ja auringon kaipuuta⁷

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

² Robinson 1976, 18

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

⁴ Leach 1961, 132-136

⁵ Simmel 1986, 4; Pöschl 1962, 1; Christaller 1963; Levery 1971, 171

⁶ McIntosh 1972, 52; vrt. Graburn 1983, 9-33, 15; Graburn 1989, 28-29

sekä virkistäytymisen, vaihtelun ja velvollisuuksista vapautumisen tarvetta⁸. Matkailun motiiveja on lähestytty myös teoreettisemmin, esimerkiksi sosiologisesta - luokkapohjaisesta⁹ ja psykologisesta - hedonismien - viitekehystä¹⁰ käsin. On myös havaittu, että ihmiset eivät useinkaan tiedosta matkustamisensa todellisia motiiveja¹¹.

Matkailun motiivien olemassa olo ei kuitenkaan yksin riitä todentamaan tiettyyn kohteeseen matkustusta - realisaatioon useimmiten tarvitaan alueen turistisen veto-voiman 1. attraktion sekä matkailun taloudellisen merkityksen oivaltaneitten toimijoitten, usein yritysten, tarkeitushakuinen, 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".¹²

Matkailun markkinointia voidaan pitää eräänlaisena johtamisprosessina, jossa matkailuorganisaatiot ensiksikin

⁷ Gray 1970, 13

⁸ Krippendorf 1971

⁹ Veblen 1899

¹⁰ Krapf 1952; Dann 1986; vrt. Allock 1988, 33-48; Cohen 1979, 183-191; Iso-Ahola 1980, 287-296

¹¹ Crompton 1979, 408-424

¹² Krippendorf 1971, 46

identioivat kohdeyleisön: nykyiset ja potentiaaliset matkailukuluttajat. Se perustuu viestintään kuluttajilta otetaan 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 kattokäsite jakaantuu 'toimenpide' osiinsa. Markkinointiviestinnällä eli -kommunikaatiolla tarkoitetaan kaikkea sitä viestintää, jota markkinoiva yritys käyttää saadakseen tuotteelleen menekkiä. 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 tarkokkaaseen mainoskampanjaan alan erikoislehdissä, kutsuu-ko radiotoimittajan 'kostealle lounaalle' ja ylipäänsä suunniteltava miten yrityksen viestintä hoidetaan.

Maankuva, yrityskuva sekä tuotekuva ovat matkailun markkinointiviestinnän keskeisiä käsitteitä. Ne ovat yhä oleellisempia kilpailukeinoja; ne pohjautuvat todellisudelle 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? Linja-autot mukavia, pehmoisten penkkien

uinuloita, kiskot kutsuvia; ihanaa on lipuminen yli sisävesien sinijärvien tai lentäminen vapaan valkolampaisen suvitaivaan "kokkolintuna" laajan maan ääriltä toiseen nopeasti, turvallisesti ja sen kauneuden mitä hennottelevimmin löytäen.

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, mielikuviutusunelmina, miellyttävänä odotuksen värinä. Itse matkalla tuote koostuu kuljetuksista attraktioihin, 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 säävutettavuus sekä monipuolinen palveluvarustus. Niin ikään pääomien saatavuus alkuiinvestointeihin, kelpoinen työvoima ja yrittäjien osaaminen luovat oikeanlaista kasvualustaa turistikasvatulle - suojele yhteiskunnallinen asenneilmasto matkailuliiketoimintaa kohtaan helpottaa yksityistä päätöksentekoa.

Matkailuelinkeino jaetaan perinteisesti *kuljetus-, ravitsemis-, majoitus-, ohjelmapalvelu ja matkatoimistotoimintaan*¹³. Kunkin elinkeinohaaran 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 tarpeista¹⁴.

Myös matkailukuljetukset ovat elinkeinoja ja tuotteita; ne ovat palveluita itse laajemman matkailutuotteen sisällä ja niillä myös on oma erityinen tuotekuvansa: ihmisillä on käsitys "matkailullisesta" rautatiepuksutuksesta, ilmojen halki liittämisestä, merillä kyntämisestä. Huomattava on, että tähän kuvaan voidaan vaikuttaa - sitä voidaan tarkentaa, tiettyjä piirteitä korostaa tai ottaa aivan uusi, tarjottava kuva. Toimintaan voidaan käyttää markkinointia, varsinkin sen viestintäparametria.

¹³ Kts. esimerkkinä liite 1.

¹⁴ vrt. Murphy 1981, 193

2. MONIULOTTEINEN MATKAILU MUUTTUVASSA YHTEISKUNNASSA

2.1. Markkinointiviestinnän uudet tuulet

1920- ja 1930 -luvut olivat Suomen elinkeinoelämän, markkinoinnin ja markkinointiviestinnän voimakkaan kehityksen ja edistyksen aikaa. 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 Meuxman** toteaa: "Reklami (ransk.), ilmoitus jossa tavallisesti liioittelemalla kehutaan tarjolla olevata tawaraa".

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.¹⁵ Markkinointiviestinnän osiot tukivat näin toisiaan: mainontaa edistettiin SP-toimilla.

Pohjimmainen syy mainosmessujen järjestämiseen tuli luonnollisesti kielenhuollon ulkopuolelta. Suomen talouselämä oli huomannut suomalaisen markkinointiviestinnän tietyn kaltaisen kansainvälisillä kauppantantereilla korostuvan alkeellisuuden, ja mainosmessuista nähtiinkin väline edistää mainontaa nimen omaan monitahoisen ulkomaisen kilpailun voittamiseksi. Mainonnan ilmiönä ja elinkeinona jo ottamista kehitysaskelista oli myös tarpeen tiedottaa. Ylivohtaja W.M.J. Wiljanen esitelmoi:¹⁶

¹⁵ Kotkavuori, 1947:3, 11

¹⁶ Suomen ensimmäiset reklaamimessut, Helsingin Sanomat = H.S.22.4.1928

"... 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 apu-neuvoihin, 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.¹⁷ 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? Artikkelin loppuun myöskin modernilta vaikuttavaan mutta hieman metafyyssiseen pohdiskeluun:¹⁸

"Hyvä kansansielun tuntija on hyvä mainostaja. Se joka ei tunne sen piirin sieluja, jonka puoleen hän kääntyy, hän ei saavuta tarkoitustaan, valmistipa 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 suuremoinen ilmoitus!" Mutta kun hän kuulee huudahduksen: "Tuon minä menen tänään ostamaan!" saa hän olla tyytyväinen, sillä mainonta ei ole itsetarkoituksena, 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

¹⁷ esim. Mielenkiintoinen esitelmä reklaamin psykologiasta, H.S. 21.4.1928

¹⁸ emt.

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 virittämisen 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."¹⁹

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 elämyksellisyyttä 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 tilaisuu-

¹⁹ Liiketaito 1928:4, 68

desta 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(?) pohjimmaista lakonisuutta.²⁰

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 reklaamitaiteilijat 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 lie nevät varsin hämäriä käsitteitä.²¹

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 taloudellinen tekijä. Siihen perehtyminen on jokaiselle tärkeä."²²

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

²⁰ H.S. 20.4.1928

²¹ emt.

²² emt.

siinä jo kirjoitus mainonnan *historiastakin*.²³

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".²⁴ 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 Strenge**llin 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:

"Reklaamin nopea kehitys on hämmästyttävä. Uudenaikainen ilmoitus on eetillisessä suhteessa äärettömän paljon korkeammalla edeltäjäänsä, 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 suureksi arvioida, koska kaikki ihanteellisuus on reklaamille vierasta - se tavoittelee korkean yksipuolisesti vain käytännön tarkoituksia, voittoa ja ansiota..."²⁵

'Eetillisyydestä' 20-luvun kirjoittajalla lienee ollut perin kotikutoinen käsitys.

²³ H.S. 21.4.1928

²⁴ H.S. 26.4.1928

²⁵ Törmä 1977, 17-18

1920-luvun alku oli ennen muuta ilmoittelun aikaa. Silloin ilmoituskuva oli julistetta merkityksekkäämpi. Ensimmäiset mainostoimistot tarttuivatkin ponnekkaasti mainoskuvien kehittämiseen.²⁶

"Vaikka²⁷ 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."²⁸

Yhteiskunnan liike näkyi myös kuvissa. Vauhti ja vapaus tulivat aikakauden suuntaviitoiksi. Myös matkailun ja sen välineiden mainonta moninaistui. Vapaa-ajan ja taloudellisten henkisten resurssien käyttömahdollisuuksien suosittelu visuaalisointi 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."²⁹

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.³⁰

²⁶ Hovi, 1990, 119

²⁷täällä Suomessa J.A.

²⁸ Hovi 1990, 120, kurs.J.A.

²⁹ Hovi 1990, 120

³⁰ 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 nyky aikaista tyyliä...

Julistetaide on meillä suhteellisen uutta, mutta näyttelyssä on esillä myös joukko ansiokkaita ja kauniita suorituksia täältä alalta... Näyttelyssä näemme näyttöitä ilmoitusmainonnasta ja on hauska todeta sillä alalla tapahtuneen suurta edistystä. Ilmoitukset ovat taitavasti suunniteltuja ja herättävät tarkoitettua huomiota."³¹

Kongressin jälkeen uutisoitiin mainoskongressin olleen suuri voitto mainonnalle. Mainonta meni pitkin harppauksin eteenpäin -optimismi vallitsi.³²

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 mielipide sanomalehden tärkeytyvästä roolista ilmoitteluvälineenä.³³

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

Suomalaiset osallistuiivat mm. kansainväliseen mainontakongressiin Berliiniin, jossa alkusyksystä 1936 kokoontui

³¹ emt.

³² Mainoskongressi voitto mainonnalle. Kongressi oli onnistunut ja tuloksellinen, H.S. 02.06.1935

³³ Mainonta muuttumassa uutisluontoiseksi tavaran esittelyksi. Sanomalehti valtaa yhä tärkeämmän aseman ilmoitteluvälineenä, H.S.14.06.1935

800 mainosammattilaista Euroopan 15 eri maasta.³⁴ Mainontamediat monipuolistuivat.

Mainosten valokuvat lisääntyivät. Valokuvien käyttöä väitettiin halvemmaksi ja tehokkammaksi, ja kuvalla oli parempi todistusvoima kuin piirroksella, ja Viherjuuri kirjoitti eritellen:³⁵

"Eräillä aloilla valokuva on aivan välttämätön (kuten matkailu-³⁶, huonekalu-, rakennusalan, teknillisten koneitten, taloustarpeitten y.m. mainonnassa) t.s. aloilla, joissa valokuva ikäänkuin luotettavan asian tuntijan lausuntona vahvistaa, mitä ilmoitusteksti väittää."

Valokuvan käyttöä suosittava argumentointi päättyi konkreettiseen mutta retoriseen kysymykseen:

"Mitä kertoo piirretty kuva esim. kauniista näköalasta Kolilta ihaniin valokuvain 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.³⁷ Vuodesta 1936 lähtien hän sitten sovelsikin ideoitaan myös pitkiin Suomen matkailufilmeihin.

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

³⁴ H.S. 4.8.1936

³⁵ Viherjuuri 1933:1, 25-27

³⁶ kurs.J.A,

³⁷ Soldan 1933:1, 35-37

Ja nimenomaan elokuvan kansainväliseen matkailuviestintämerkitykseen kiinnitettiin huomiota. Varsinkin Tukholman Suomi-toimistossa matkailufilmien puute oli riesana: ruotsalaiset tiedustelivat vilkkaasti Suomea käsitteleviä elokuvia.³⁸

Muita mainosvälineitä olivat suoramainonta³⁹, näyttelyauto⁴⁰, käytettiinpä lentolehtisiäkin.⁴¹

2.2. Oivallus matkailuyrittäjyydestä

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 businekseen ja että sitä voitiin suunnitella ja kehittää.

Vuoden 1936 elokuun lopun Helsingin Sanomia lukevan aamusilmiin osui suurikokoinen mainos:⁴² **MATKAILUMESSUT JA MERENKULKUNÄYTTELY** alkavat tänään. Nämä valtakunnalliset suurmessut osoittivat selkeästi, että matkailun edistämässä 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 luiskahtanut Turusta aina Helsinkiin asti, ja idästä Laatokan pohjoitse puuskutti veturi jo Luumäellä: semioottisia viittauksia matkailun vauhtiin ja esteettömään rajojen rikkovuuteen. Tekstinä kartalla luki: **SUOMEA** ristiin ras-

³⁸ 120 000 olympialaisvierasta..., H.S. 21.11.1938

³⁹ Mainosuutiset 1973:4, 59-62

⁴⁰ Talouselämä 1966:48, 1158

⁴¹ Damsten 1961, 231

⁴² H.S. 22.08.1936

tiin 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.

"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 teollisuus temme 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, koverretuista ruuhista valtamerialuksiin, met sästysaseista Ilmarisen mahtaviin tykkeihin. Näettepä siellä pienoiskoossa koko sotalaivas tommekin, 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 - 6.9.1936⁴³**

Vaikkakin valtaosa Suomeen matkaavista saapui vesitse, jälkikäteen hieman oudolta tuntuu sotalaivaston esiintyminen matkailunäyttelyn yhteydessä sekä sen ampumaharjoitukset messujen ohjelmalveluna. Mutta toki merenkululekin oli SP-koosteessa tilaa jätettävä, vesiurheilujuhlat liittyivät kaiketi sitten matkailuosion "oheispalveluihin".⁴⁴

Helsingin Sanomien uutiscinnissa sekoittuivat jälleen 30-

⁴³ H.S. 22.08.1936

⁴⁴ vrt. emt.

luvulle tyyppillisesti uutinen, ilmoitus ja puffi. Toimitajat olivat päässeet jo ennakkoon äimistelemaan messuihmettä, kaiketi siksi, että kirjoitus voitaisiin sitten messujen avajaispäivänä lehdessä julkaista:⁴⁵

"...Paljon oli katseltavaa, ja paljon aivan ennennäkemätöntä. 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..."

2.3. Matkailu mainonnan palveluksessa

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."⁴⁶

Aasinsilta oli melkoinen, mutta kilpailijatkin toki 'matkailivat' "... matkalaukkua pakatessa älkää unohtako mitään..." - ei ainakaan "Orvoa". Kauneussaippuailmoitus vetosi näin vuodelta 1930.⁴⁷

Viipurin Tupakka Oy:n mielestä puolestaan, varsinkin alkusoinnuteltuna, "Erikoiskerho, miehen mielenmukainen, tuntuista tupakka, on miellyttävää matkaseuraa",⁴⁸ ja kun tupakan tuska oli sitten erikoiskerhossa tyydytetty, oli matkailijalla tietenkin jano, mutta ei taaskaan hätää,

⁴⁵ Kaunis Suomi esittäytyy tänään messuhallissa. Matkailu- ja merenkulkumessut kertovat, miten ja mihin suomalainen matkustaa, H.S. 22.8.1936

⁴⁶ Hovi 1990, 136

⁴⁷ emt.

⁴⁸ vrt. Suomen Matkailu 1937:2, 4

sillä Tornion Portteri ja Oluttehdas oy oli ilmoitellut jo aiemmin:⁴⁹

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

Ja jo Torniota ennemmin⁵⁰ Jyväskylän juomatehdas oli perin segmentoidusti ehdottanut kesän helteen näännyttämille "Matkailijoille!" Voima-Oluttaan.

Kolmekymmenluvulla oli tietenkin tärkeää tietää, että "matkailijat tarvitsevat Mäntän eväspergamiinia"⁵¹ ja että kuten Tampereen pukutehdas paljastaa "matkailun mukavuus riippuu myös puvun mukavuudesta"⁵² ja että kun "matkailukausi on ovella, Oulun Åströmin matkavarusteet auttavat niin pinttynyttä matkailijaa kuin maastoretkeilijääkin varustautumaan tyylikkäästi ja mukavasti".⁵³ Ja jos ei itse pääsisikään matkailun riemumaailmaan, saattoi kumminkin hyvin lukea samaisen Åströmin lohdutuksen virityssanoja sijaiskokemuksen mahdollisuudesta:⁵⁴

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

ÅSTRÖMIN PALLASKENGÄT

Erityisen iso- tai pienijalkaisia potentiaalisia kuluttajia informoitiin lisäksi: "PALLAS"-kenkiä on saatavissa kaikkia numeroita..."⁵⁵ Kenkien lisäksi kaikenkokoisten miesten oli todella tarpeellista hoksata herrainvaatehti-

⁴⁹ emt.31

⁵⁰ Matkan varrelta 1934, 62

⁵¹ Suomen Matkailu 1939:2, 5

⁵² emt.

⁵³ Suomen Matkailu 1938:2, 2

⁵⁴ Suomen Matkailulehti 1935:2, takasivu

⁵⁵ Suomen Matkailulehti 1935:2, takasivu

mo K. Flinckin ilmoitus kesälomalle, lähtijöille: varastoon oli taasen saapunut suuri valikoima Miesten puoli-alushousuja..."jotka ovat kesäkuumalla erittäin käytännöllisiä."⁵⁶

Niin ikään ainakin luontosamoilijan piti oivaltaa, että "Klingendahlin diagonaali ei muuta väriään eikä helppoa kulu"⁵⁷ ja että "Selkäreppujen laatumerkkinä tunnetaan ERÄVEIKKO, joka on myös poronkuvalla leimattua"⁵⁸ Oulun Åströmin työtä".⁵⁹ Myös kesänvietto-ohjeita annettiin:⁶⁰

"Kesän ihanuuksista nautitte varmasti parhaiten, jos teillä on oma ajanmukainen urheilu- tai ulkoilumaja, jossa voitte viettää viikonloppun ne ja kesälomapäivän ne 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 lisätietoja⁶¹, 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-Pankki⁶²

⁵⁶ Kansanlehti 10.06.1930

⁵⁷ Suomen Matkailu 1937:3, 5

⁵⁸ kurs. J.A.

⁵⁹ Suomen Matkailu 1939:2, 5

⁶⁰ H.S. 21.4.1935

⁶¹ Suomen Matkailu 1939:2, 26

⁶² H.S. 01.06.1935

Yleisemmin matkailun taloudellista mahdollisuutta, protestanttista pitkäjänteisyyttä ja hetkellisen tarpeentyydytyksen viivästyttämisen järkevyyttä kansalaiskasvatuksen henkeen käsitteli Kansallis-Osake-Pankki:⁶³

"LOMANNE VASTAA

täydellisimmän tarkoitustaan

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

Mutta myös ensi silmäykseltä turistiseen aktiviteettiin nihkeästi liitettävät yrittäjät hyödynsivät matkailun myönteistä imagoa. Porin konepaja osallistui. Sen mainos käsitteli ihanan aurinkoista kesäpäivää luonnon helmassa. Vasemmalla, piirretyssä 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...⁶⁴

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 yllättäessä.

Selostusvihkoja Nopsasta
meiltä ja myyjältä

PORIN KONEPAJA

⁶³ Suomen Matkailu 1939:2, 4

⁶⁴ H.S. 08.06.1935

Todellakin, jos tarkkaan katsoi, huomasi taustalla poukamaassa pienen veneen ja vielä pienemmän tyyllitellyn perämööttörin aluksen perässä. Moottori oli sitten uskotusti Nopsa. Ainakin tuo moottori oli tarinaan liittyen pröpötänyt 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!⁶⁵

Mutta mitäpä jos joutuisi merta edemmäksi kalaan? Syytä oli siihenkin valmistua ja niinpä esimerkiksi Paasivaaran Margariinitehdas käytti oheisina tuotteidensa menekinedistämisessä erilaisia houkuttelevia kuvia keräilykansioon "Maailman ympäri Paasivaaran kanssa".⁶⁶ Ja niinpä yhtiö sitten lohduttelikin konkreettiselle jättimatkalle kykenemätöntä:⁶⁷

"Vain harvoilla on tilaisuus matkustaa maailman ympäri - mutta älkäämme surko! Paasivaaran uusi kuvasarja, joka käsittää 210 värikuvaa, tutustuttaa meidät ilmaiseksi ja hausalla 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. Alkakaa heti - se on helpompaa."

Kuvat olivat tietysti värillisiä ja oli hyvä huomata, että isomman paketin kaksi kuvaa olivat erilaisia. Siis margariinin ahmintaa ei tulisi viivytellä, se oli helppokin.

Fazer puolestaan ilmoitti⁶⁸ "Fazerin Wieniläis Konvehteja kevään "iskulaaduksi" makeisten alalla! Konvehtiutuudeksi jonka magnetisoivan hieno laatu ei jätä valinnan varaa." Niin oltiinkin jo karamelleitse päästy Itävaltaan!

⁶⁵ H.S. 08.06.1935

⁶⁶ Myyjä ja Myymälä 1958:3, 22-23

⁶⁷ Kaleva 28.02.1939

⁶⁸ Suomen Matkailu 1938:3, 6

Ja monitaito Stockmann oivalsi myös huonekalujen ja Pyhän Maan yhteyden: "Näytteillä valokuvia Pyhästä Maasta Stockmannin huonekaluosastolla".⁶⁹

Jos heti ei oivaltanutkaan, mitä tekemistä Winterin kiilloitusvahalla, vaikka joka onkin...helppo käyttää ja kauriilta näyttää...on matkailun kanssa, heräsi kiiltotietoon luettuaan esimerkiksi kolmikymmenluvun puolivälin Suomen Sosiaalidemokraatin helmikuun numeroa.⁷⁰ Lehden mainososastolta silmiinpisti hempeän puffimummon tyytyväinen 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 stereotyyppioituun 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*.⁷¹

Mummo sitten kuvaili kaikkia rengasmatkan nähtävyyksiä ja ihannoituksia, joista vähäisin ei ollut komea Helsingin mies, mutta mainoksen jujuun päästiin vasta kerronnan loppupuolella.⁷² "...tyttäret 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 neekerit⁷³ elävät ja hallitsevat maamme kaikilla kulmilla, sillä niitten työtä ei mikään voi korvata eikä voittaa... Eläköön

⁶⁹ H.S. 14.4.1935

⁷⁰ Suomen Sosiaalidemokraatti=SSD 08.02.1935

⁷¹ vrt. emt.

⁷² emt.

⁷³ kurs J.A.

Winterin neekerit ja kiiltävät lattiat! Sellaisia terveisiä haluan lähettää kaikille."

2.4. Matkakirjallisuus matkailupuffina

Taiteilijat olivat vanhastaan hyvin kekseliäitä matkailijoita. Luonnollisesti 1920- ja 1930- luvuilla Pariisi oli pakko: jokaisen kirjailijan oli siellä käytävä. Pariisin taiteilijat pitivät keskuksenaan Montparnassen ns. Vavin kulmaa ja kuvasivat kirjoissaan hehkutellen sen kansainvälisyyttä. Se oli "läpi vuorokauden kiehuva ja kuohuva boheemisuden Baabeli, joka kuhisi partaisia ja baske-ripäisiä jenkkejä, humalaisia skandinaaveja, epämääräisiä slaaveja, pederasteja saksalaisia ekspressionisteja..."⁷⁴

Tärkeintä tuntui kuitenkin olevan itse liike, matkustaminen. Varsinkin juna kiehtoi mielikuvitusta. Pikajunan vauhti ja tempo tuudittivat matkalaisen lepoon, jota ki-duttavat, arkiset ajatukset eivät häirinneet. Junan sosi-aalinen miljöö poikkesi: ihminen saattoi olla kasvoton, rohkea - ja anonymi. Nuori Mika Waltari antoi romantti-sen rakkaudentunnustuksensa puuskuttavalle pikajunalle: "Kun kerran kuolen, tahtoisin kuolla junassa, joka kulkee sadan kilometrin vauhtia tuntematonta kaupunkia kohti, vuorien siintäessä taivaanrannalla, vaihdelyhtyjen sytty-essä iltahämärään."⁷⁵

Mutta toki Suomessakin kykeni matkailemaan, kulkemaan, ihailemaan sen ystävällisiä muuttuvia äidinkasvoja aina Hangosta Petsamoon. Siitä pitivät monenlaiset kulkuneuvot ja erikoistuvat matkailukuljetukset huolen.

⁷⁴ Pulla 1971, 85

⁷⁵ Waltari 1978, 226

3. MAAKULJETUKSET JA MATKAILU ITSENÄISESSÄ SUOMESSA ENNEN II MAAILMANSOTAA

3.1. Maantiestö moottoriliikenteen pohjana

Maantieverkosto oli huonokuntoista vielä 1900-luvun alkupuolella, ja se oli rakennettu pääsääntöisesti hevosliikenteelle. 'Kunto' perustuikin aikanaan varsin uudista-vaan vuoden 1734 lakiin, jossa säädettiin pääteiden 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.⁷⁶

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 säädetyin lain mukaan valtio huolehti maanteistä, kunnat kunnanteistä ja talot tieosakkaina kyläteistä.⁷⁷ Kestopäällysteisiä teitä oli maassamme 1930-luvun lopulla vielä vajaa

⁷⁶ vrt. Hirn&Markkanen 1987, 11-14

⁷⁷ Leppänen 1967, 121

200 km, kestopäällystys yleistyikin 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.⁷⁸

	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 "rumentavatko tiemme maisemia?"⁷⁹ 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 so rakuopat antavat niille kaikkialla keskentekoi sen leiman. Lienee myös syytä kysyä, vastaavat ko monet kauneusarvojen kustannuksella suoritettut teiden oikaisut tarkoitustaan..."

Huolenpurkauksensa lopussa kirjoittaja vaati tienrakentamisen epäkohtien poistamista ja matkailijain ja luonnonystävien kauneudelle asettamien 'luonnollisten' vaatimusten kunnioittamista.

⁷⁸ Emt. 121.

⁷⁹ Suomen Matkailu 1938:4, 20

Kun otettiin huomioon, että suurin osa matkailusta - varsinkin Suomen kaltaisessa maassa - tapahtui moottoriajoneuvoja käyttäen, oli selvää, että sovelias tiestö ja tienvarsien matkustamista helpottavat ja mukavoittavat oheispalvelut olivat Suomen kaltaisen matkailumaan kehittymisen ehtoja. Tämän tietäen valtiovalta 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!⁸⁰

3.1.1. Kaupallistuva autoilu matkailuyrittäjyydessä

Markkinointiviestintä runsastui ylipäänsä 1920-luvulta lähtien, ja erityisesti auton, vuosikymmenen hurmiotulkin, mainonta kasvoi,⁸¹ ja urbaanit elementit sen sisällyksessä 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 sujua matka mukavimmin, miellyttävimmän ja halvimmin".

Näin Ford ilmoitteli Kotiliedessä kaupunkien "raskaan työn raatajille" vuodelta 1925.⁸²

⁸⁰ Lappalainen 1987, 24

⁸¹ Hovi 1990, 120

⁸² emt. 122

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

Automainonta hyödynsi sitten voimakkaasti matkailun luomaa vapauden illuusiota, ihmisen huikaisevia mahdollisuuksia ja horisontissa houkuttelevana siintelevää avointa taikatulevaisuutta. Oli vaikkapa tiedettävä, että kauniina talvipäivänä voitiin tehdä *ihania huvimatkoja*⁸³ Ford-Tudor Sedan -autolla... "kuitenkaan ei ainoastaan talvisaikana vaan koko vuoden - sateisena syksynä tai keväänä, tahi kauniina kesäpäivänä - on se aina valmiina käytettäväksi."⁸⁴

Myös konkreettisten automatkailumahdollisuuksien markkinoitviestintä heräsi. Yksityisautoilijoille Liinahamarin tietä mainostettiin ensiluokkaisena autotienä. Tienvarsipalvelut olivat sangen kehittyneitä: Benziiniasemia riitti vaativallekin tankkaajalle ja riittävät majoitustilat Suomen matkailijayhdistyksen majataloissa olivat uudenaikaisia ja hyvinhoidettuja. Näin saattoi englantia taitava mielihyvin todeta kolmikymmenluvun puolivälin autoreittitiedotteesta.⁸⁵ Jo vuoden 1921 SMY:n matkailulehteen Ernst Lampén⁸⁶ kirjoitti artikkelin Petsamon maa ja Lappi matkailukohteena:

⁸³ kurs.J.A.

⁸⁴ Kansanlehti 21.02.1925

⁸⁵ Automobile-Routes in Finland 1934, 18-19

⁸⁶ Lampén 1921 n:o 2, 9

"Matkailu Suomessa on Petsamon omistamisen ja Lapin kulkuneuvojen kehityksen⁸⁷ kautta saanut tuntuva laajennuksen. Aivan uusia ja uudenlaisia maisemia on tullut lisäksi. Olemme saaneet kolme uutta nähtävyyttä: tunturit, vuonot ja valtameren."

Rohkeasti kirjoitettu, kun menneisyyden kinttupolut kiemurtelivat elävinä jäänteinä yli tuntureiden. Mutta toisaalta myös autoilun kupeelta mainostettiin. Ei ole syytä väheksyä autoon ja autoiluun liittyvää tietoannosta, joten kirja käteen!⁸⁸

ÄLKÄÄ LÄHTEKÖ

automatkalle tahi autoanne ohjaamaan ennen kuin olette tutustuneet autoilijan parhaaseen oppaaseen

AUTO-KIRJAAN

Tietyn kaltaista kätkeyttä Petsamon ja Lapin mainontaa edusti puolestaan Prof. Dr. G. Braunin kirjanen *Finnisch-Lappland und Petsamo. Reiseberichte und Studien* jo vuodelta 1925. Ja viestintä Jäämeri-atraktiosta 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."⁸⁹

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

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

⁸⁷ kurs J.A.

⁸⁸ H.S. 09.06.1923

⁸⁹ Jääskeläinen 1987, 63

Taulukko 2: Asetusten mukaiset autojen suurimmat sallitut ajonopeudet (km/h).⁹⁰

	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 Petsamoa 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 keuhno. 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 "voortaja" hyrräsi Suomessa liki 30 000. Ja totta kai tällaiselle automobiilirunsaudelle oli teitä tehtävä! Niinpä julkaisuissa väitettiin 1930-luvun hyväkuntoisten valtatei-

⁹⁰ Komiteanmietintö 1954: 6, 55.

den verkon ulottuvan kaikkialle Suomessa.⁹¹

Turvallisuuden tunteen lisäämiseksi oli myös syytä uskoa automainoksia: "Te ette voi löytää kuoppaista tietä ajessanne vuoden 1935 Studebakerilla!"⁹² tai jos kuitenkin sattuisi löytymään, avattaisiin taas Helsingin Sanomat:⁹³ "...oikea tasapainotus yhdessä General Motorsin synkronisoidun polviniveljousituksen kanssa estää vaunun (=Chevrolet'n J.A.) heittelehtimästä ja keikkumasta..."⁹⁴

Ajettavat tiet eivät toki autoilijalle vielä riitä: tarvitaan myös oheispalveluja. Mutta tärkein niistä oli kumminakin kunnossa, sillä vilkas paikallinen autoliikenne oli tuonut myös bensini asemat kaikkialle. Rauma & Pallari Oy., Autoliike Rovaniemeltä vetosi huutomerkitettynä suoraan suomen, ruotsin, englannin ja saksan kielisessä mainoksessaan turistiautoilijoihin: matka-auto on tarkastettava ennen reissulle lähtöä!⁹⁵

"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 apuvaunun ja korjaajat paikalle.⁹⁶

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

⁹¹ vrt. Matson 1938

⁹² H.S.11.4.1935

⁹³ H.S.25.4.1935

⁹⁴ kurs.J.A.

⁹⁵ Suomen Matkailulehti 1935, n:o 7, 109

⁹⁶ emt. 108

toki parhaiten nämä yhdistämällä. Kätkeytysti 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:⁹⁷

"Tunturihiihto ja autoilu

- KAKSINKERTAISTETTUA VAUHDIN HURMAA!

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

Välineet ja niiden huolto ratkaisevat nauttimon 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,⁹⁸ ja lohduttavaa tietoa puolestaan ulkomaan matkailijalle ilmensi "virallisen" matkaoppaan toteamus:... joten matkailijain ei suinkaan tarvitse ottaa omia polttoainevarastoja mukaansa.⁹⁹

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-lu-

⁹⁷ Suomen Matkailu 1939:2, 6

⁹⁸ Suomen Matkailu 1939:2, 6

⁹⁹ Automobile-Routes in Finland.
Publ. Finland-Travel 1934, 3

vulla pääsee jokaiseen suomalaiseen kylään.¹⁰⁰

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 kirkkaissa järvissä ja teltailla Suomen kauniissa, metsänvihreässä suvessa.¹⁰¹

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

3.1.2. Kehittyvä, kehitettävä autoilu

Automatkailun pulmiin kiinnitettiin myös huomiota. Autoiliitto oli perustettu autoliikenteen etujärjestöksi ja se otti jämäkästi kantaa myös matkailuliikenteen selvittämiskomitean mietintöön: Komitea ei sen mielestä tajunnut autoilun lisääntyvää merkitystä matkailukuljetuksissa.¹⁰² Autoliiton hallitus kommentoi:

¹⁰⁰ Matson 1938, 24

¹⁰¹ VA.SMLA, painotuotteet (Suomen Matkojen julkaisut) 1931-1940. Automobilrutter i Finland. Publ, Finlandsresor. Helsingfors 1937, 3. Ha13

¹⁰² 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 *matkailuliikenteen*¹⁰³ palveluksessa vuosi vuodelta on saavuttanut yhä tärkeämmän sijan ja aivan erikoisesti soveltuu matkailuun. Suomessa, jossa rautatieverkko on harva ja matkailunähtävyydet suu rimmaksi osin luonnonnähtävyyksiä, jotka parhaiten ja yksinomaankin voidaan saavuttaa vain auton välityksellä, samalla kun auto saattaa toivotulla tavalla matkailijat läheiseen yhteenteen kansan elämän¹⁰⁴ 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 automatkailu 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 on erittäin vakava, sillä säännöllisten laivavurojen 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 ku vastamaan hedelmättömänä miltei arktisena alueena minkä ohessa taloudellinen hyötykin tästä matkailusta jäisi perin vähäiseksi."¹⁰⁵

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

¹⁰³ kurs. J.A.

¹⁰⁴ kurs. J.A.

¹⁰⁵ Matkailuliikenteen kehittämiseksi perustettava suuri keskusyhdistys, H.S. 03.02.1938

maanteitä huristaessaan.¹⁰⁶

Esitelmässään hän valitteli että "...ulkomailta tänne suuntautuva automatkailu on laivausten varassa eikä vuorolaivojemme kuljetuskyky ole riittävä...." Hän suosittikin sitten kelpoisen, Itämeren maiden kautta kulkevan matkailureitin avaamista. Tähän tarvittaisiin luonnollisesti kansainvälistä yhteistyötä.¹⁰⁷

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 matkajallisesti voitava lyhentää.¹⁰⁸

"...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 matkailumaailmaan.¹⁰⁹

Rajamuodollisuuksia olisi Parmalan mukaan yksinkertaistettava, sillä vitkaiset tullitarkastukset ym. toimet luonnollisesti hankaloittivat esimerkiksi ulkomaan turistien mahdollisia Neuvostoliiton matkoja Suomen läpi.¹¹⁰

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

¹⁰⁶ Suomen Matkailu 1938:4a, 19

¹⁰⁷ 120 000 olympialaisvierasta, H.S. 21.11.1938

¹⁰⁸ vrt. tämän tutkielman taulukko nopeusrajoituksista

¹⁰⁹ vrt. em. 120 000...

¹¹⁰ emt.

pohjoismaisten yhteensopivien reittien käyttöön otot myös Suomen matkailuelämää. Skandinavia attraktiona olisi luonnollisesti vielä Suomea isompi ja vetävämpi, jos esimerkiksi kaukomaitten - lähinnä Yhdysvaltain - "mootto-roituja" turisteja ajatteli.¹¹¹

Parmalan mukaan myös olisi suositeltavaa, että liian niukkoihin mutta toivottavasti runsastuviin matkailukarttoihin auton käyttäjille merkittäisiin myös leirintäpaikat.¹¹²

Parmala päätti suomalais(e)n vetoavasti: "Lopuksi vielä automatkailijain harras toivomus: päästäkää meidät saunaan! Matkailumajojen ja hotellien saunojen tulisi olla aina lämpimiä."¹¹³

Niin ikään kolmekymmenluvun automatkailujulkaisuissa kiinnitettiin huomiota automatkailureittien oikeaan valintaan. Matkailu pyrittiin tekemään mahdollisimman antoisaksi ja niin keskityttiin tarjoamaan vain oletetusti 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.¹¹⁴ Pisin esitellyistä reiteistä oli Viipurista Imatran, Savonlinnan, Joensuun, Kolin ja Kaajanin kautta Ouluun yhteensä yli 900 km. Oli siinä matkaajalle köröttelemistä!

Suomen-Matkat r.y. julkaisi runsaasti taskukokoisia ja erikielisiä Suomen matkailukarttoja helpottaakseen ulko-

¹¹¹ vrt. em. 120 000...

¹¹² emt.

¹¹³ emt.

¹¹⁴ Automobilrutter i Finland 1937

maalaisten liikkumista ja houkutellakseen heitä maahan, jossa eksymistä ei tarvitse pelätä. Yksin matkaesitteissä olevat pienet kartat matkareiteistä eivät näet enää riittäneet tyydyttämään Suomessa autolla liikkuvien tarpeita.

3.2. Linja-autoliikenne

3.2.1. 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 pimennoon. 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.¹¹⁵

Kysyntä kasvoi nopeasti ja autoliikenteen kasvu aiheutti-kin sisävesi- ja rautatieliikenteelle ongelmia: toisen vehnäleipä on toisen pettu, jopa nälkäkuolema. Hevosmatkailua autoliikenne luonnollisesti köyhdytti tuntuvas-
ti.¹¹⁶ Sen kehittyminen teki vanhan maatalousyhteiskunnan matkustusoloihin soveltuvan **kievarilaitoksen** tarpeetto-
maksiksi 1920-1930-luvuilla - rautateitten varsilta se oli jo aiemin 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.¹¹⁷ Vuoden 1920 kyytilaki pyrki tosin auttamaan kievarielinkeinoa. Sen mukaan kestikievari-
menot määrättiin maksettaviksi valtion varoista, mikäli kievari-
palveluksista kertyneet tulot eivät tehneet kyytilaitosta

¹¹⁵ vrt. tämän tutkielman seuraava taulukko

¹¹⁶ Lappalainen 1987, 9

¹¹⁷ 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.¹¹⁸

Kievarit kuihtuivat paljolti juuri ammattimaisen autoliikenteen vuoksi. Lisääntyneet henkilövuokra-autot ja syrjäkolkiinkin kulkevat linja-autot vähensivät kestikievaritarvetta - autoistuminen kasvoi yleisemminkin.

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

Pika-autoliikenne oli nimenomaisesti eteläpohjalainen ilmiö. Se soveltui parhaiten pitkille reiteille, joilla pysähdyksiä vähentämällä ja ajonopeuksia lisäämällä voitiin säästää runsaammin aikaa. Tällaisia reittejä Matti Viitaniemi¹¹⁹ 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 harjoittaneiden 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 vähyyden vuoksi kannattamattomia. Matkaava yleisö kuin vanhasta muistista piti hitaampaa perinteistä linja-autoilua miellyttävämpänä ja niinpä 1930-luvun alkuvuosina pika-autoliikenne konkreettisenä loppui. Idea jatkokehittelyineen jäi kum-

¹¹⁸ Järvinen 1936, 166, vrt. Paasikivi 1958, 741

¹¹⁹ Viitaniemi 1978, 82

minkin teille itämään.¹²⁰

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 1922-1939.¹²¹

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.

3.2.2. Linja-automatkailun ihanuus ja arki

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

¹²⁰ vrt. emt.82

¹²¹ Leppänen 1967, 123.

joitettiin, 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.¹²²

"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 kiittäviä maisemia, mikä seikka turistimatkailijalle 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:¹²³

"...Mutta apropos autobusseista! Autobusseissa ja urheilukilpailuissa saavuttaa jälleen uskon sa 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 tien varresta tuleville. Joskus vielä voi nähdä jonkun koppavana tiuskaisevan jotain, mutta silloin muut hymähtävät vähän säälivästi, 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 rengasmatkailijoi-

¹²² Rahalla saa ja linja-atolla pääsee, Suomen Matkailulehti 1935:5, 69

¹²³ Waltari, Matkailun psykologiaa, Matkailija 1935:näyttenumero, 9

den suosiosta. Jutun mahdollinen tilattuus ja 'suositeltu' sisältö paistoi kerronnasta.

Jutussa lähdettiin taitavasti alkuasemasta, jossa kuvattiin negatiivissävyytteistä ennakoaprikointia 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 kasvullisen kuljettajan kanssa, toivat matkustustarinaaan luotettavuutta ja tavallaan viittasivat kaikkien mahdollisuuteen toistaa meidän kokemus.¹²⁴

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

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

¹²⁴ Juna - linja-auto, Matkailija 1935:näyttenumero, 9

"Syynä oli vain se että hra Kerhosen kuten kaikkien 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 pehmustetuille istuimilleen, jossa hänen ei tarvitse tehdä mitään muuta kuin pitää silmänsä avoinna, ja kaikki suomalaiset maisemat metsineen, järvineen, vaarolineen, kylineen, karjoineen ja kaupunkineen avautuvat näkyviin. Autoissa soiva kovaääninen päästää silloin tällöin ilmoille musiikin, jonka helskyvässä tahdissa taival katkeaa vieläkin nopeammin kuin muuten."¹²⁵

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 maalaillen 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. Viereistä voitiin lukea teksti:¹²⁶

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

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

¹²⁵ Juna - linja-auto, Matkailija 1935:näytenumero, 9

¹²⁶ H.S. 22.4.1928

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

ENTINEN JA NYKYINEN AIKA

Tilavissa ja ilmavissa International Autobus seissa matkustaa yhtä nopeasti kuin boggie vaunussa. Tarkastelkaapa vain hyvin topattuja, pehmeitä ja avaria nojatuoleja, avaran näköalan tarjoavia ikkunoita, tiiviisti 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. Reklamain apelleina käytettiin ensiksi matkustamisen väljyyttä: oli tilaa ja ilmaa. Lisäksi oli perin miellyttävää köllöttää pehmeissä, avarissa, pölyttömässä nojatuoleissa katsellen puolisolmin 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 kätkeyty tunnus näet annettiin myös rautateitten yksityiselle mainosvetoomukselle: pyrittiin omimaan ilmeisesti junamatkan markkinoinnin lanseeraama "matkustamisen pehmeä kiitävyys" - ei ainoastaan veturi kulje "kuin kiskoilla".

Myös linja-autokaupan sisällä kilpailu oli koventunut. Autobusineksessa liikkui 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.¹²⁷

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

Apellien valinnoissaan mainitusti suomalainen osakeyhtiö Daimler-Mercedes vetosi sitten kansainvälisiin liikesuh-teisiinsa korostaakseen niihin implikoituvaa autonsa laa-dukkuutta - Internationalhan oli jo nimeensä ympäröity kansainvälisyyden vaateet - sekä myös sitä että lukuisat yrittäjät olivat jo loistoauton edut huomanneet. Saata-vuuden maininta, tässä tapauksessa yrityksen toiminta-paikkojen ilmoittaminen: Helsinki ja Viipuri, "avoimen kätketysti" osoittivat myös auton levinneen Suomen elin-hermoihin. Mainoksessa tiedettiin toki, että myös auton valinnassaan ihmiset kernaasti toimivat toistensa kaltai-sesti...kahdeksattakymmentä...ja jos mahdollista joitain mielipidejohtajia seuraten, onhan ostossa niin paljon "rahaa liossa".

Samoin D-M:ltä ovelaa oli liehitellä potentiaalista osta-jaa mainitseamalla kaupasta kuin automaattisesti sä-kenöivän ostajan ajattelukyky ja harkitsevuus, sekä että niin monen kaltaiset "tahot" ovat Rochet Scheideriin tyy-tyväisiä: omistajat, autoilla matkaava yleisö kuin myös viranomaiset.

Mainosotsikon tarkoitus oli hätkähdyttää jokaista lehden lukijaa, jopa semmoista, joka auton hankkimista ei haa-veilekaan. Vedotaan tehokkaasti ihmisen "tirkistelyviet-tiin"...tuommoistakin!... sensaatioiden haluun ja mahdol-lisuuksiin täyttää ihmissaivoja unelmoittava reaali-maailma

¹²⁷ H.S. 16.5.1928

myönteisillä kummallisuuksilla.¹²⁸

MITENKÄ ON MAHDOLLISTA?

myydä sellaista korkealuokkaista merkkiä Suomessa kuin on

Rochet Schneider

kysyvät usein meidän ulkomaiset liiketuttavamme. Vastauksemme on: 5-vuotisella luottamuksellisella tehtaalla 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 taloudellisuutensa tähden voittaneet ostajien täyden luottamuksen niin että

ROCHET SCHNEIDER

autobussit nyt ovat ajattelevan autobussin omistajan että yleisön ja viranomaisten suosikkeja!

SUOMALAINEN OSAKEYHTIÖ DAIMLER-MERCEDES

Bulevardi 3 Helsinki * Viipuri Karjalankatu 16

Tietynkaltaiselta linja-auton matkailumainokselta vaikutti myös Mika Waltarin kirjoitus "Matkailun psykologiaa". Kirjoitus henki matkailun virkistävyttä. Uudet maisemat karkoittavat masennuksen ja huolet - spontaanista vain bussiin ja pika-tour Porvooseen:¹²⁹

¹²⁸ emt.

¹²⁹ Waltari, Matkustuksen psykologiaa, Matkailija 1935:näyttenumero, 8-10

"...Kerran olin hyvin alakuloinen, huolet painoivat ja elämä maistui katkeralta mielessä. Tulin silloin kävelleeksi linja-autoaseman ohitse ja näin, että juuri sillä hetkellä oli bussi lähdössä Porvooseen. Nousin siihen ja puolentoista tunnin kuluttua kävelin Porvoon katuja ja katseilin 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."

Valtaosa matkailuliikenteeseen spesifioitumattomista yrittäjistä oli kumminkin ilmoittelussaan perin maallistettoman niukkaeleistä. Ilmoituksen ja mainoksen ero näkyy selkeänä esimerkiksi Suomen elinkeinoelämän valtasuomen, Helsingin -Tampereen bussiyhteyden tiedottamisessa... tyyliin "jos nyt jostain syystä joudutte matkustamaan, niin tässä se on":¹³⁰

AUTOLIIKENNE TAMPERE-HELSINKI

Tampereen ja Helsingin välillä alkaa auto-omni busliikenne 21 hengen International-vaunuilla. Ensimmäiselle matkalle lähdetään 5 p:nä touko kuuta 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

¹³⁰ H.S. 05.05.1928

kuluttajalle riitti tieto, että Padasjoelta pääsi viides-
ti viikossa Hämeenlinnaan, eikä kaupunkiin tarvinnut jää-
dä, sillä myös takaisin oli mahdollista tulla, jos sattu-
moisoin osui auton lähtöaikoihin.¹³¹

Padasjoen Matkailu-auto

tulee kesäkuun 6:pstä lähtien välittämään sään-
nöllistä liikennettä Padasjoen Auttoisilta Hä-
meenlinnaan ja päinvastoin viisi kertaa viikos-
sa.

Sinänsä liikennöinti-ilmoitus saattoi kyllä olla suuriko-
koinen, kuten Vaasa-lehdessä liikennöinnin aloittamisen
tiedottaminen toukokuulta 1923.¹³²

"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 saatava
na.

OSKARI

HUHTALA

LAPUA"

Yrittäjät mainitsivat usein lehti-ilmoituksissaan Huhta-
lan kaltaisesta mahdollisuudesta saada auto 'ylimääräi-
seen ajoon'. He laajensivat myös tuotevalikoimaansa mat-
kailutoiminnan suuntaan ja järjestivät hyvätuottoisia
kierrosajeluja sekä markkinarahvaan torikuljetuksia, ku-
ten Heinolassa tapahtui.¹³³ Ja Matka-Autot Oy mainosti
suitsuttamatta:¹³⁴

¹³¹ H.S. 09.06.1922

¹³² Vaasa 24.5.1923

¹³³ Viitaniemi 1978, 118

¹³⁴ Linja-autojen kulkuvuorot 1932

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.¹³⁵

AUTOMATKAILUN HARRASTAJAT!

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

3.2.3. 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 matkaila linja-autolla aina Enontekiön Peltovuomaan saakka, jonne oli aloitettu seka-autoliikenne.¹³⁶

Tilausajon luonne muuttui itsenäisyytemme ensimmäisinä vuosikymmeninä. 1920-luvulla merkittävimpiä olivat lähiseutupiipahdukset erilaisiin juhliin, näyttelyihin ja hengellisiin tilaisuuksiin. Helsingistä päästiin Tampereen messuille.¹³⁷

Automatkoja järjestää
 Tampereen messuille

halvalla **Järvinen**. Ilmoitettava puhel.
 5445, kaikkina päivinä

¹³⁵ Suomen Matkailulehti 1935:6, 95

¹³⁶ vrt. Viitaniemi 1978, 113-114

¹³⁷ H.S. 16.06.1922

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.

**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.¹³⁸

Juhannuksen kupeella Rovaniemelläkin oli alkanut matkailukausi. Mielenkiintoista oli ilmoituksen media: Joensuulainen "Karjala"-sillä tavoitettaisiin Viipurin Lapin ystävätkin. 1930-luvun puolivälistä uskaltauduttiin linja-autolla ulkomaillekin.¹³⁹

Linja-auton tärkeys matkailukuljetuksissa oli itsenäisyytemme alkukymmeninä selvä, ja niinpä vuoden 1938 matkailukongressissa insinööri Y.Vänttinen alustikin linja-autoliikenteen silloisesta ja tulevasta merkityksestä Suomen kokonaismatkailun kentässä.¹⁴⁰ Hänen mukaansa pahimpia esteitä linja-automatkailun kehittymiselle oli tar-

¹³⁸ Karjala 22.06.1939

¹³⁹ Viitaniemi 1978, 113-114

¹⁴⁰ Suomen Matkailu 1938:4a, 19

peellisten linja-autoasemien puute. Muuallekin kuin kaupunkeihin, ensi sijassa tärkeimpien linjojen seisontapaikkoihin, olisi saatava edes vaatimattomia asemia, joista myytäisiin virvokkeita ja joissa olisi toimiva WC.¹⁴¹

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.

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 matkailukirjoittamistyylisiin kuuluikin.¹⁴²

"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 har rastaville nykyajan ihmisille eivät nämä houkuttimet yksin riitä. Pitkän matkan vaivat ja rasitukset pelottavat 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 matkailuintoisille turisteille. Kulku ei alkuun ollut vällan helppoa!¹⁴³

¹⁴¹ 120.00 olympialaisvierasta..., H.S.21.11.1938

¹⁴² H.S. 02.06.1928

¹⁴³ Viitaniemi 1978, 115

"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."

Tiet olivat vielä kehittymättömiä tai puuttuivat kokonaan ja vesikuljetuksia oli käytettävä. Tärkeintä kuitenkin oli, että Petsamoon, tuonne Jäämeren El Doradoon,¹⁴⁴ oli ylipäittäinen mahdollisuus päästä. Viitaniemi jatkoi:¹⁴⁵

"Täältä jouduttiin keskeneräisen tien vuoksi matkustamaan vesitse Salmijärvelle, josta oli valittavana kaksi vaihtoehtoista tapaa jatkaa matkaa. Paatsjokea pitkin voitiin jatkaa vesitse Kolttaköngkälle, josta höyrylaiva "Juho Veisänen" 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."¹⁴⁶

Mutta Petsamon moniulotteiseen merkityksellisyyteen havaitumisen jälkeen myös liikenneyhteydet sinne pikkuhiljaa 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."¹⁴⁷

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

¹⁴⁴ vrt. tämän tutkielman Tigerstedt-puffi

¹⁴⁵ Viitaniemi 1978, 115

¹⁴⁶ Viitaniemi 1978, 115

¹⁴⁷ Viitaniemi 1978, 115

matkailureitille.¹⁴⁸

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 majoituselinkeinoon mahdollisesti konfliktoivat intressit olisi huomioon otettava.¹⁴⁹

"...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 tietoa 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 tö-

¹⁴⁸ emt. 117

¹⁴⁹ Petsamon-matkat ensi kesänä yhä nopeammiksi, Kaleva 14.01.1932

rähdys, jossa isoava nuoruus päräytti haasteensa kasvavalle elämälle? Ja ei matkaa ilman maan kuulua lyyrisen helskyävää Keitelelen vehmasta Viitasaarta. Matkantekoa sopi, totta kai, apelloida vielä vetoamalla kotimaisuuteen - 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 !

Autobussimatkat Kuusamon ja Paanajärven kautta
kautta

PETSAMOON 18. - 30.07.

Koulumatkailutoimisto O/Y ¹⁵⁰

Helsingin Imatran linjaa mainostettiin niin ikään turistireittinä jo vuonna 1927 ja kotimaisten matkailijoitten ohella ja nimenomaisesti - sitä suositeltiin ulkomaisille turisteille. Liikennettä tällä linjalla hoiti "Imatran Turistiauto liikenne", joka vaativan matkailijan kansainvälisiä tarpeita huomioon ottaen hankki käyttöönsä varustelutasoltaan erinomaisen linja-auton.¹⁵¹

Helsingin Sanomat uutisoi:¹⁵²

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

Tämän vuoden turistissa on jo mainittu autolin ja 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 *subdetoiminnan* merkityksen: kutsuvieraskaarti oli luonnollisesti koottu siten, että ns. mielipidejohtajia ja muita tiedot-

¹⁵⁰ U.S. 10.07.1939

¹⁵¹ vrt. Viitaniemi 1978, 117

¹⁵² H.S. 12.6.1927

tamisen erikoishenkilöitä oli siihen valikoitu. Pyrittiin siis sekä viralliseen että epäviralliseen ilmaisen business-tiedon levitykseen kuin myös luonnollisesti myönteisen yrittäjä- ja yrityskuvan luomiseen merkittävien mahdollisuuksien tajuntaan.

Myös tässä nimenomaisessa uutisessa liikennöijä mainittiin ja kuvailtiin hänen aiempaakin innovaattorin rooliin. 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 auto-bussi. Yksinkertainen matka tulee tällä linjalla maksamaan 200 markkaa."¹⁵³

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 ehdoteltiin...Samalla Imatran attraktiot, komean viihtyisä Valtionhotelli ja klassisen uljas koski palautettiin potentiaalisen matkailijan mieleen.¹⁵⁴ 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 omanasteltiin sitten linjaa perin sopivaksi myös ulkomaan turisteille. Se näytti tutustumisen ar-

¹⁵³ H.S. 15.06.1927

¹⁵⁴ H.S. 15.6.1927

voiset Etelä-Suomen pikkukaupungit, sellaiset joihin laivat ja junat vain kömpelösti 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 rannikkokaupunkiin tutustumista varten sillä rautatie ja laivayhteys näille seuduille on, kuten tunnettu, 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 Imatralta.¹⁵⁵

Luonnollisesti myös itse matkailuliikenteeseen tarkoitettua linja-auton tuotekehittelyyn haettiin finessejä. Jos linja-autoa aiottiin tarjota kansainvälisille turisteille, oli sen oltava myös internationaaliset kvaliteetti-vaatimukset täyttävä. Laatu perustuu mielikuviin ja esimerkiksi palveluun on liitettävissä sellaisia specialiteetteja, 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 laivasalongeissa...:¹⁵⁶

¹⁵⁵ emt.

¹⁵⁶ H.S. 15.6.1927

"...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 uudenaikaisin autobussi mitä meillä tähän saakka on rakennettu."

Kyllä uutisen loppuhuipennuksesta toimittajalle aina ilmaiset Imatran matkat voi antaa.

3.2.4. Edistyvä, 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.¹⁵⁷

Niinpä 1930-luvulla linja-autolla voitiin tilausajomatkojen lisäksi päästä matkailukohteisiin käyttämällä myös vakiovuoroja. Vaihtoyhteyksien avulla oli mahdollista matkustaa mukavasti pitkiäkin matkoja.¹⁵⁸

"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

¹⁵⁷ Viitaniemi 1978, 117

¹⁵⁸ emt. 117

Helsingistä.¹⁵⁹

Myös Karjalasta kajahti:¹⁶⁰

"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 hivi-
matkoilla.

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

Mainos vetosi näin Karjalan kauneuteen, suorastaan vel-
voitti sen kokemiseen ja painotti, kuinka mainio huvimat-
kakulkuneuvo bussi olikaan. Apelleina käytettiin kustan-
nusten vähyyttä, matkanteon nopeutta sekä miellyttävyyt-
tä. Kaikki ovat tervetulleita!

Kansainvälistymiseen liittyy aina myös työtä. Niinpä lin-
ja-autoliikennekin joutui yhä uusien parannusvaateitten
eteen. Osaavaan asiakaspalveluun oli kiinnitettävä
enenevästi huomiota: tyytyväinen asiakas on bussimatkai-
lunkin paras mainos. Liikennetoimintaan osallistujien
kielitaidottomuus varsinkin maaseudulla matkailukeskusten
ulkopuolella hankaloitti ulkomaanturistin matkantekoa,
vaikka kyllä hyvällä tahdolla suurimmista kommelluksista

¹⁵⁹ Pohjanmaan matkailu 1939/3

¹⁶⁰ Viitaniemi 1988, 46

olikin vielä selvitty, Levämäki selvitti. Suomalaisen klassinen ja itse tiedostettu velvoittava ystävällisyys ja auttamishalu olivat eittämättömänä apuna.¹⁶¹

"Matkailukeskuksissa puhutaan kyllä kaikkia ns. sivistyskieliä, mutta esim. maaseutuautolin joilla¹⁶², joilla kielen taitamattomuus monesti tekee tilanteen vaikeaksi... vaikka kyllähän siitä aina hyvällä tahdolla joten kuten selvit ty. Eri puolilla maata pitäisi ryhtyä nimen omaan matkailuliikenteen tarpeita silmällä pitäen opiskelemaan ainakin englantia eikä ruotsin kieltäkään olisi unohdettava, sillä puolet kaikista matkailijoista jotka vuosittain käyvät Suomessa, ovat ruotsalaisia."

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

Bussimatkaa kaupungin tutkimiseen, "sight seeingia" suositeltiin niin ikään. Oivallista oli yhdistää mainostus maailmalla itsensä läpi lyöneeseen Suomen naisen kauneuteen. Tällä kertaa autoemännät olivat ihailun esineinä:¹⁶³

"Kiertomatka autobussissa on Helsingissä kiintoisampi kuin konsanaan matka yksityisautossa. Missä muualla maailmassa vieno naisen käsi ojentaa teille bussilipun... Neiti bussikonduktööri nauttii Suomessa suurta suosiota. Nuo vikkelat neitokset näyttävät tosiaankin kauniissa univormuissaan, mihin luonnollisesti myöskin kuuluu kiharakutripäähän painettu lippolakki, suurenmoisilta ja ovat he ennen kaikkea vallanneet miehisten matkustajien sydämet. Heille ei sen tähden voi olla pahoillaan kun he vienosti hymyillen paukauttavat oven kiinni suoraan ne näsi 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 ihailten ja

¹⁶¹ vrt. Matkailukeskusten ulkopuolella, Kaleva 09.08.1936

¹⁶² kurs. J.A.

¹⁶³ Matkailumaailma 1938:5, 11

unelmiensa lämmittämänä kernaasti jäi vaikka "objektiivisiin" paukkupakkasiin värjöttelemään. Mutta luonnollisesti kaupallistetussa matkailumaailmassa ei olekaan koskaan ole liikaa pakkasta!

Varmaa sen sijaan on, että linja-autojen monenlaisesti lisääntyneestä matkailukäytöstä hyötyivät paitsi liikennöijä itse niin myös muut matkailuelinkeinot.¹⁶⁴

¹⁶⁴ Viitaniemi 1978, 113-117

3.3. Rautatieliikenne

3.3.1. 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.¹⁶⁵

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.¹⁶⁶

¹⁶⁵ vrt. Leppänen 1967, 115

¹⁶⁶ Leppänen 1967, 116-117

**Taulukko 4: Henkilöliikenne Valtionrautateilla 1920-1939
(1000 henkilökilometriä).¹⁶⁷**

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.¹⁶⁸

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, myös matkailutarpeet huomioon ottaen.

¹⁶⁷ Suomen tilastollinen vuosikirja 1941, 165.

¹⁶⁸ 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 paimenpoikain Paanajärvelle, ohi Kuusamon tyrskyinä pärskyvien koskien tiettömien, jylhien erämaiden taa tai vihdoin aina jopa rannattomana aukeavan Jäämeren äärelle, Petsamoon!¹⁶⁹

3.3.2. 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.¹⁷⁰ Tosiasia esimerkiksi oli, että linja-autojen saavuttavuus oli paljon junia parempi, vuonna 1938 linjaliikenneverkko oli lähes seitsenkertainen rautatieverkkoon verrattuna¹⁷¹ ja jo vuonna 1937 linja-autojen henkilöliikenteen suorite oli kasvanut rautateitten suoritetta suuremmaksi.¹⁷²

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

¹⁶⁹ vrt. Rautatie Oulu-Kuusamo - Paanajärvi 15.7.1932 Kaleva ja Suomen Matkailu 1939:4, 25

¹⁷⁰ vrt. Mäkelä 1978, 419

¹⁷¹ Viitaniemi 1978, 183

¹⁷² emt.184

Huomattiin myös, että jos ei voi voittaa kilpailijaansa on joko liittouduttava sen kanssa tai suoritettava ns. nurkanvaltaus. Taloudelliset taustaehdot ohjasivat käyttäytymistä. Ja Kainuusta VR:n "vierailta vesillä kalastelu" tai tuotelajitelman laajennus alkoi:¹⁷³

"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 olemassa olon tietyillä reiteillä. Lipunmyyntipolitiikka oli kieltämättä omalaatuista mutta kieli VR:n tarkoitusperistä.

"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 Helsingiin. Suoranaisia edestakaisia lippuja myydään Helsingistä autolinjan kaikilta pysäkeiltä Helsinkiin. Automatkastakin kannetaan junan III luokan lipun hintaa vastaava maksu."¹⁷⁴

Myös voimakkeinoja käytettiin. Kilpailullisesti epäterveenä piirteenä näkyi pyrkimys estää linja-autoliikenteen

¹⁷³ Valtionrautatiet 1912-1937 II 1937, 782-783

¹⁷⁴ emt. 782

tulo reiteille, joiden katsottiin kilpailevan rautateiden kanssa - 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 matkaaja tietenkin kärsi, asettihan väärä mahdin näyttö näiden välien haja-asetukset sekä etäällä rautatiestä olleet kylät muita seutuja huonompaan asemaan.¹⁷⁵

Myös yhteistyötä linja-autojen kanssa ns. yhdysliikenteenä ja muutenkin yritettiin virallisoin sopimuksin. Tässä epäonnistuttiin. Viitaniemi kirjoittaa:¹⁷⁶

"...VR:n kielteinen suhtautuminen kilpailijanaan pitämäänsä linja-autoliikenteeseen ja liikenteen harjoittajien pelko VR:n ja valtion liiallisesta puuttumisesta heidän asioihinsa aiheuttivat sopimuksiin¹⁷⁷ perustuvan yhteistyön jämmämisen 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 määränpäähensä."

Mutta positiivisestikin yritettiin toki kilpailla. Oli tavannukaisesti kenties luettu myös uutisia naapurimaasta:¹⁷⁸

"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 mainonnan¹⁷⁹ avulla."

¹⁷⁵ vrt. Viitaniemi 1978, 183-184

¹⁷⁶ emt.191

¹⁷⁷ kurs.J.A.

¹⁷⁸ Ruotsissa voimakas matkailupropaganda, H.S. 02.06.1935

¹⁷⁹ 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 kätkeytyi suositti markkinointiviestinnän enentämistä ja sen elimellistä kytkemistä tuotesuunnitteluun ja -kehittelyyn. Mahdollisten erikoismatkojen ja niiden viestinnällisien kuoruttamisien luomia myönteisiä, kaupallistettavia mielikuvia pyrki koko rautatiematkustus luonnollisesti hyödyntämään.

3.3.3. 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 talvella-kin. Tuolloin lanseerattiin tuotteina elinkelpoisiksi osoittautuneet Helsingin-Hyvinkään hiihtoliput ja lipuis-
ta julkaistiin mainoksia päivälehdissä läpi talven.

Kalevassa Valtionrautatiet ilmoitteli hiihtolippuja:¹⁸⁰ "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 sulkeis-
sa 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 omavastuises-
ti kuljettaa tavaravaunuissa. Järjestyksen säilyttämiseksi kehoitettiin sitten suksiin asettamaan osoitelaput.

Ns. hiihtoliput kotiutuivat rautiekäytännöksi ja niinpä

¹⁸⁰ vrt. Kaleva 20.03.1936

vuoden 1939 saatettiinkin kirjoittaa:¹⁸¹ "Rautateitten hiihtolippujen käyttö on lisääntynyt."

"...tänäkin talvena on tavalliseen tapaan järjestyttä niinsanottuja hiihtomatkoja Helsingistä, Viipurista ja Oulusta lähipaikkakunnilla olevaan sopivaan hiihtomastoon. Helsingistä myytiin tällaisia lippuja aikaisemmin ainoastaan Hyvinkäälle, 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.¹⁸²

"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 loppupalven 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 sun-

¹⁸¹ Kaleva 04.02.1939

¹⁸² Kaleva 04.02.1939

nuntaaliikennettä varten palaajien mukavuudeksi järjestettiin kaksi lisävaunua.¹⁸³ Kalevassa kirjoitettiin:¹⁸⁴

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

Hyvin 'miellyttävä' Yrjö Arpokarin keino mitätöntää omat VR:n vaateet oli sitoa hiihtolippujen lanseeraus hiihtoharrastuksen levittämisyrittämykseen. Miksei: hiihtoakin puffattiin 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 talvituristille oli luonnollisesti tärkeää ja niinpä rautatiet maksoivat sekä mainosjulisteiden että selostusvihkosen talvisista majoipaikoista - näitä mainostamisen tapoja on sittemmin alituisesti käytetty. Myös aikauslehtimainontaan ryhdyttiin. Niin ikään Lapin matkailun mahdollisuuksia tutkittiin. VR avusti vapaalipuilla retkikuntia, joiden tehtävänä oli nimenomaisesti selvittää tunturihiihdon kehittämisen edellytyksiä Lapissa. Ja paljon parantamista havaittiinkin, nimen omaan matkailuelinkeinon kehittymättömyys näkyi juuri esimerkiksi majoitustoimen riittämättömyytenä. Kun se saataisiin kuntoon, reipas talvilomailu mahdollistuisi Suomessakin, uskottiin.¹⁸⁵

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

¹⁸³ vrt. Rautateitten hiihtolippujen... Kaleva 04.02.1939

¹⁸⁴ emt.

¹⁸⁵ Komiteanmietintö 1937:4, 17

vyyksinen ja mainostettu kiertomatka Boden - Haaparanta - Tornio - Kemi - Rovaniemi - Petsamon Kolttaköngäs - Kirkkonieniemi - Nordkap - Narvik - Boden viihdytti vaativampaa-kin matkailijaa.¹⁸⁶

Kolmannen pohjoismaisen mainoskongressin yhteydessä Helsingistä tavoitettu ruotsalainen Axel Ekström arvioi yhteistyön onnistumista - idea kansainvälisestä yrittäjyysekumppanuudesta oli toteutunutkin kelpoisesti.¹⁸⁷

"Neljän pohjoismaan rautateillä...on jo jonkin aikaa järjestetty yhteisiä kiertomatkoja, jotka ovatkin tulleet hyvin suosituiksi. Näiden kiertomatkojen tarkoitus on lisätä matkailuliikennettä kaikissa pohjoismaissa...ajatus tällaisten eri maiden kautta kulkevien kiertomatkojen järjestämisestä on ollut hyvin onnistunut, sillä kiertomatkoja 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 suur tapahtumia. Salpausselän kisoihin oli tapana saada Helsingistä ylimääräinen Lahden juna, mutta ylimääräinen janoiselle hiihtokansalle ei suinkaan ollut junaan liitettävä ravintola-vaunu, jaksoihan ilmeisesti siellä käynnin jälkeen reippaammin kuljettaa ilmaiseksi mutta omavastuisesti suksiaankin konduktöörivaunussa.¹⁸⁸ 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 myöntä-

¹⁸⁶ Komiteanmietintö 1937:4, 17

¹⁸⁷ Ruotsissa voimakas matkailupropaganda, H.S.02.06.1935

¹⁸⁸ vrt.esim. H.S. 04.03.1931

mällä kansallishenkiselle musiikkiväelle 25%:n kulkualen-
nuksia Sortavalaan,¹⁸⁹ vuonna 1936 matkailumessujen "jär-
jestelyihin" Helsingin alennuslipuillaan, ja niinpä oli-
kin siten jo perinteistä, että se otti huomioon myös Lah-
den tulevat vuoden 1938 maailmanmestaruushiihdot palve-
luissaan. Helmikuun puolenvälin jälkeisessä Etelä-Suomen
Sanomissa olikin sitten ilmoitus kuljetusten organisoin-
neista Salpausselälle. Lisäjunia otettaisiin käyttöön
Helsingistä, Riihimäeltä, Heinolasta, Kouvolaan ja Vii-
purista ja matkaajille myönnettäisiin 25%:n hinnanalennus
Lahden matkoistaan.¹⁹⁰

"...matkaa varten Lahteen ja takaisin sekä yöpy-
mismatkoja varten Lahdesta annetaan matkailijoil-
le puolitoista menolippua. Ne oikeuttavat sekä
meno- että paluumatkaan, ja on molemmat liput
kummallakin matkan osalla esitettävä konduktöö-
rille. Liput matkaa varten voidaan ostaa etukä-
teen ja siten välttyä tungokselta lippuluukul-
la..."

Uutisesta voitiin huomata myös VR:n ennustajan ja neuvo-
jan roolit: väkeä tulee niin paljon, että taatusti on
ruuhkaa lippuluukulla, joten viisas ostaa lippunsa etukä-
teen. Ja olivathan markat siten myös VR:n lakkarissa
aiemmin! Myös konduktöörin käsittelyyn opastettiin.

Myös olympialaisten onasteltuun tuloon vuonna 1940 oli
Arpokarin mukaan varauduttu: kalustoa pyrittiin hankki-
maan lisää. Olympiaturistit olisivat tervetulleita Suomen
rautateille Suomeen tutustumaan, ja paremmin he oikeaan
junaa osaisivat, jos Gunnar Stählen ideat matkalippuun
painetusta lähtölaiturista ja asemien sivistyskielisisistä
opastuskylteistä toteutuisivat.¹⁹¹

Pieni mutta kiusallinen epäkohta Suomen ja Suomen rauta-
teitten kansainvälisen imagon kannalta oli esimerkiksi

¹⁸⁹ H.S. 15.6.1935

¹⁹⁰ Junayhteydet Salpausselälle Maaailmanmestaruuskilpailui-
hin 24.- 28.2., Etelä-Suomen Sanomat=E-S.S 17.02.1938

¹⁹¹ vrt. 120.000 olympialaisvierasta..., H.S. 21.11.1938

kantajien puuttuminen rautatieasemilta.¹⁹²

"Maassamme on vain aniharvoilla asemilla kantajia yleisön käytettävänä. Koska varsinkin ulkomaalaisille¹⁹³ on hankalaa, ettei mm. niin tärkeillä liikennepaikoilla kuin Oulussa, Keimissä, 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 kantajajärjestelmä jo kesäkuun aikana käyntiin..."

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

3.3.4. Rengasliput

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

¹⁹² Suomen Matkailu 1938:3, 43

¹⁹³ kurs.J.A.

"Nyt jo "työmieskin" ymmärtää, ettei ihminen kerää viisautta pelkästään oman kamarin tapetikuvioiden tutkimisella. Kaikilla on halu liikkua, nähdä maailmaa, kuten sanotaan - koska ihmisellä on on merkillinen taito ja kyky uusissa oloissa aina luoda jotain uutta ja omalaatuista, 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 selvityksen saamiseksi mitä tästä lapsesta tuleman pitää..."

Rengaslippujen suosio kasvoikin nopeasti, sillä tosi pian myös Arpokarin lainausmerkein ympäröity työmieskin oli näytetysti valmis ymmärrykseen, maailman näkemiseen ja uuden oppimiseen:¹⁹⁴

Taulukko 5: Valtionrautateiden myymät rengasliput vuosina 1934-1938.¹⁹⁵

<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.

¹⁹⁴ Arpokari, Y.: 45% enemmän kotimaisia matkailijoita, Suomen Matkailu 1937:4, 10

¹⁹⁵ Lappalainen 1987, 9.

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!

Merkitsevähän 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 ihaillemaan saapuneet tulivat ravituiksi ja majoitetuiksi..."¹⁹⁶

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

¹⁹⁶ Arpokari 1937:4, 10

"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 Oulun 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."¹⁹⁷

Arpokari arveli myös yleisen arvostusmentaliteetin muutuneen 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 uudenai-kaistuvan 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..."¹⁹⁸

Myös muun kaltaisiin tuotekehittelyihin ryhdyttiin. Jotkut 'matkoista' olivat bisarrin tuntuksia, kuten VR:n "laskutikulla lanseeraama" kahden vuorokauden junamatka Suomen ympäri. On aihetta epäillä, että kyseessä pikeminkin oli mainostemppu. Pyrittiin osoittamaan, miten kattava rautatieverkko maassamme oli ja miten nopeita olivat junamme. Tuote ei ollut mikään varteen varteen-otettava matkailuvaihtoehto kahden ylimääräisen vuorokau-

¹⁹⁷ Arpokari 1937:4, 10

¹⁹⁸ em. Arpokari, 10

den käyttöön. Suomen Matkailulehdessä kumminkin kirjoitettiin:¹⁹⁹

"Jos ketä huvittaa tehdä 48 tunnin eli kahden vuorokauden rautatiematka Suomen ympäri, antavat Valtionrautatiet siihen luvan jokaiselle matkalipun lunastaneelle. Päivä on 1670 kilometrin pituinen, olettaen, että lähdetään esim. Riihimäeltä ja palataan lähtöpaikkaan... Matkan voi tehdä 48 tunnissa, mutta kukapa viittisi 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 "suurenkaa seen" yhdistää sopivia syrjämatkoja."

Miellyttävyys, mukavuus, kansainvälinen esimerkki - oheispalveluja pyrittiin niin ikään liittämään rautateillä matkustamiseen ja niitä pohti myös tuolloinen liikennetarkastaja Arpokari vuoden 1938 matkailukongressissa pitämässään alustuksessa "Valtionrautateitten matkailupalvelu".²⁰⁰

3.3.5. 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...

Suhdetoimintana tempaus oli niin ikään merkittävä - tavasti tiedottaen rautateiden good-will -arvo nousikin matkustavan yleisön keskuudessa.²⁰¹ Mainonta myös organi-

¹⁹⁹ Kahden vuorokauden rautatiematka Suomen ympäri, Suomen Matkailulehti 1934:6, 16

²⁰⁰ Suomen Matkailu 1938:4a, 19

²⁰¹ vrt. Valtionrautatiet 1912-1937 II 1937, 788

soitiin 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".²⁰²

"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 määrätuille paikkakunnille alkujä lopputalven 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 matkailuaktiviteettiin 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, turvallisuus, mukavuus ja halpuus.

VR:n puuhakkuus ei pysähtynyt lippupolitiikkaan. Se ryhtyi myös kaupallisissa tiedotteissaan hyödyntämään moder-

²⁰² Suomen Matkailu 1938:2, 3

neja mainosvälineitä, elokuvaakin:²⁰³

"Erikoisesti on mainittava rautateitten valmis tuttamat 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 propanganda-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.²⁰⁴ 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 suhteuttaen.²⁰⁵ Rautatie ulottui, huomautettiin,

²⁰³ Valtionrautatiet 1912-1937 II 1937, 792

²⁰⁴ Valtionrautatiet 1912 - 1937 II, 811-817

²⁰⁵ 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

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.

4. ILMALIITENNE

4.1. Lentämisen alkupyrähdykset

Aero Oy - nykyinen **Finnair**²⁰⁶ - 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.²⁰⁷

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 16.12.1936.²⁰⁸

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 Kupittaan Saven tuotteita - yksittäisen matkatoimiston ylläpitämisen ei uskottu olevan sinällään aluksi kovinkaan kannattavaa toimintaa.²⁰⁹

²⁰⁶ Suomen lentoliikenteen kehityksestä, liitteet 2 ja 3.

²⁰⁷ Jääskeläinen 1985, 6

²⁰⁸ emt. 7

²⁰⁹ 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." ²¹⁰

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'.²¹¹

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.²¹² 15.06. suoritettiin avajaislento. Myös Petsamon liittämistä lentoyhteyksiin suunniteltiin; vuonna 1939 lentokentän rakennustyöt oli jo aloitettu.²¹³ Ja mikä Petsamoon oli lennetäessä:²¹⁴

"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."

²¹⁰ Jääskeläinen 1985, 7

²¹¹ emt. 6-7

²¹² emt. 11

²¹³ vrt. Suomen Matkailu 1939:4, 25

²¹⁴ Suomen Matkailu 1939:3, 27

Petsamon liittämistä "lintuverkkoon" tukivat myös lähestyivät olympialaiset ja niiden Suomen matkailumaa-ainagoa 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".²¹⁵

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.²¹⁶ Olisiko esimerkiksi Pallaksen tunturihotellin lähelle mahdollisuus laskeutua?²¹⁷

"...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.²¹⁸

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

²¹⁵ 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

²¹⁶ vrt. Kaleva 04.04.1939

²¹⁷ Lentoliikenne Kemi-Pallastunturi, Kaleva 30.3.1939

²¹⁸ 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.²¹⁹

Taulukko 6: Siviili-ilmailu Suomessa vuosina 1924-1939.²²⁰

<u>Kotimaisten yhtiöiden säännöllinen lentoliikenne</u>			
<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

Vaativuodesta alusta johtuen 20-luvun loppupuolen lentoliikenteen kasvu oli huima. Nelivuotiskaudella vuodesta 1926 vuoteen 1929 lentokilometrit lisääntyivät 135% ja kuljetettujen matkustajien määrä kasvoi 180%.²²¹ 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-

²¹⁹ Jääskeläinen 1985, 11; Lappalainen 1987, 7

²²⁰ Vattula 1983, 313.

²²¹ 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 2ja 88% eli 11258 matkustajaa.²²² Talvisotavuonna siviili-Finnair lensi ulkomailla 11 kertaa maapallon ympäri!

4.2. Matkailu, lentämispropaganda ja "Sinivalkoiset siivet"

AERO oivalsi pian perustamisensa jälkeen parantuvan markkinoitviestinnän 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.²²³ 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.

²²² tarkemmin: liite 3, taulukko 8

²²³ Hovi 1990, 229

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:²²⁴

"Siihen päätökseen tulin lentomat kallani, että tällä kulkuneuvolla on suuri tulevaisuus edessä. Sehän on vasta alussa. Ihmiset vierovat sitä, peläten se vaarallisuutta. Kun Junkersissa istuu, unohtaa täydellisesti vaaran mahdollisuuden. Tuntuu niin turvalliselta hyllyä ilmassa. - Omasta puolestani olen vakuutettu, että tämä ensimmäinen lentomat kani ei tule olemaan viimeinen."

Totta kai auktoriteetin - mielipidejohtajan - suosituksia oli hyvä olla ennakkoluuloisen Suomen kansan suostuttamisessa 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 "lintukokemuksen" halu.

Niinpä ryhdyttiin maan eri puolilla erilaisiin lentonäytöksiin ja vuonna 1927 tehtiin ensimmäinen, "K-SALAN suorittama", Suomen ympärilento, jossa piipahdettiin aina Rovaniemellä asti - erityisine paikallisine "taivasnumeroineen" yli 6000 kilometriä ilmaitse.²²⁵

"AÉRO-yhtiön Junkers-kone K-SALA on nyttemmin päättänyt mielenkiintoisen lentonsa Suomen ympäri...Ympärilennon aikana suunniteltiin eräitä uusia sisämaan lentoreittejä sekä herätettiin näiden lentoreittien varsilla olevissa kaupungeissa harrastusta siviililentoon..."

"Crispin" ylisti tekoa Uudessa Suomessa²²⁶ pukien lentämisen "laajempaan, kehittynempään ja käyttökelpoisempaan vaateparteen" sekä korostaen lentokonepelon mielettömyyt-

²²⁴ H.S. 05.06.1925

²²⁵ Suomen ympärilento, U.S. 26.02.1927

²²⁶ 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.²²⁷

**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" naapurimaan maksaisi. Vielä kolmekymmenluvun puolivälin ilmoitus Tukholman ylimääräisestä lennosta oli suhteellisen kuoruttamaton. Olihan siinä tosin imperatiivinen matkustusvaade, eikä junalla tahi uiden vaan lentäen!, ilmoitus uudesta lentokoneesta, joka oli vielä perin suomalaiskansallisesti nimetty sekä lisätietomahdollisuus.²²⁸

²²⁷ KL vuosi 1927 ja 1928 lukuisia ilmoituksia

²²⁸ 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 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.²²⁹

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,²³⁰ ja vuonna 1939 tarjottiin kiireiselle "enemmän ja laajemmalti" sekä: "**LENTO** koko matkanne **KOHOKOHDAKSII.**"²³¹

²²⁹ Suomen Matkailu 1937:3, 3

²³⁰ Suomen Matkailu 1938:2, 3

²³¹ Suomen Matkailu 1939:2, 2

Vuoden 1939 kesäkuun puolivälin "Karjalassa" ilmoiteltiin mahdollisuudesta aamukahviin Viipurissa ja lounaaseen Kemissä.²³² 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:²³³

ITHAILKKA
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:- Täähän on todella huokeya! 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.²³⁴ Aero oli valmis ja se oli erillisapellein huokeya. Kemistä olisi vain bussipiipahdus Ounasvaaralle ja perilläkin avustettiin: asuinpaikka järjestyi, jos Aeroon luotti.

²³² Karjala 15.06.1939

²³³ H.S. 20.06.1939

²³⁴ vrt. emt.

Lappi oli kuitenkin, voi kaikille, vain etappi matkalle ulos maailmaan, mikäli oli uskominen Matkailumaailman AERON propagointia.²³⁵ 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 liittyyviä kyselemättömän positiivisia saattomielteitä: Liike, muutos...alituinen nopea, kiihkeä muutos symboloitiin 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 sisälölleen modernin kollektiivipsyyken hellittämättömät effisienssin jatkeensa. Jotain rationaalista utiliteettia, miltei koneenomaista suoritushenkeä, oli viety itse loman viettoon -ja sen kokemiseen.

²³⁵ Matkailumaailma 1939:1 etukansi

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 tunneissa päivien asemasta! Perille pääsette pirteinä, valmiina uusiin ponnistuksiin, tai lomaa viettämään.

Lentomatka merkitsee, että Teille jää enemmän aikaa liiketoimiin, lepoon tai huvitteluun matkanne päämaailissa - se merkitsee lyhyempää tai hauskeempaa matka-aikaa sekä vähempiä tulli- ja matkatavaramuodollisuuksia.

**Lentäkää, sillä
LENTOLIIKENNE on PIKALIIKENNETTÄ**

Lähemmin matkatoimistot tai
AERO OY

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

4.3. Kehittyvä lentoliikenne

Lentoliikenteen toimivuutta arvioitiin myös. Gunnar Stähle kirjoitti artikkelissaan Kotimainen lentoliikenne vuoden 1937 "Suomen Matkailuun":²³⁶

"Kansainvälisessä ilmailussa vaaditaan säännöllisyyttä arvosteltaessa, ettei mahdollinen ylittämisen 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 kokonaismatka-ajoitse mitaten, ja nimenomaan jatkolentojen aikataulujen sopivuuden vuoksi. Eurooppa oli samana päivänä

²³⁶ Stähle 1937:4, 16

saavutettavissa:²³⁷

"...sopeutuivat aikataulut kansainvälisiin reit-
teihin erittäin hyvin niinpä Tampereelta klo 9.00
lähtenyt oli jo samana iltana klo 18.55 Ber-
liinissä, ja Viipurista klo 15.30 lähtenyt mat-
kustaja saapui jo klo.18.30 Tukholmaan. Molemmis-
ta näistä päätepisteistä pääsi vielä samana
päivänä useaan muuhun paikkaan."²³⁸

Ei lentely pelkkää huvia kolmekymmentäluvulla ollut. Bu-
siness liikutti, mutta kyllä linjoille jo turistejakin
eksyi:²³⁹

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

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

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

Aamulehdessä arvioitiin ilmailun vuoden 1938 tilaa. Lentä-
misen tulevaisuus nähtiin suotuisena.:

²³⁷ Stähle 1937:4, 18

²³⁸ emt. 18

²³⁹ emt.

Ilmaliikenteen ei voi sanoa vielä päässeen kilpailullaan uhkaamaan maanpäällistä liikennettä. Mutta nähtävästi ollaan kuitenkin menossa siihen, että lentävistä ajoneuvoista tulee monessa suhteessa maalla liikkuvien ajoneuvojen vertainen väline, ehkä kantokyvyssä ja hintakilpailussa huonompi, mutta nopeudessa sitä parempi. Äskeitä uutiset osoittavat jälleen, että Suomessakin, jota ilmastoin ja muiden olosuhteiden vuoksi ei ole osattu lukea ensiluokkaisiin lentomaihin, menee ilmaliikenteen kehitys eteenpäin hyvää vauhtia.²⁴⁰

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.²⁴¹

Vaikkakin tärkein, ei Aero Oy ollut suinkaan ainoa ilmailua harjoittava yritys Suomessa. Jo vuonna 1924 aloitti **veljekset Karhumäki Oy** koti- ja ulkomaanreittilentojen markkinoinnin.²⁴² On kuitenkin syytä havaita, että vaikka lentoliikenne suhteellisen nopeutensa ja vaivattomuutensa kautta edistikin Suomen avautumista matkailulle huomattavasti, sen osuus liikenteen kokonaisinvestoinneista oli peräti mitätön.²⁴³

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 ryhdyttiin.²⁴⁴

²⁴⁰ Ilmaliikenteen kehitys, Aamulehti 3.3.1938

²⁴¹ Jääskeläinen 1985, 12

²⁴² Hirn & Markkanen 1987, 213

²⁴³ Leppänen 1967, 127

²⁴⁴ 120.000 olympialaisvierasta..., H.S 21.11.1938

"...mainostaminen ulkomailla Suomeen suuntautuvien lentoreittien tunnetuksi tekemiseksi on tehostettava. Tällaisen erikoismainostuksen suhteen on Aero Oy jo ryhtynyt toimenpiteisiin. Sen tarkoituksena 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 keskellä.²⁴⁵

²⁴⁵ vrt. esim. Matson 1938

5. VESILIIKENNE

5.1. Meriliikenne²⁴⁶

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 jäämurtajan 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-

²⁴⁶ 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.²⁴⁷

Ja jo kolmekymmenluvun alussa saattoi SHO valehtelematta mainostaa: "Meidän kautta voitte matkustaa kaikkiin maanosiin".²⁴⁸

Suomen ulkomaanmatkustajaliikenne kasvoi 1920-30 -luvulla tasaisesti. Kun vuotuiset matkustajamäärät vielä 1920-luvun alussa pysyttelivät - kieltolaista 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. Ulkomaisten ja Suomen välisten liikenneyhteyksien ylläpitäjänä laivaliikenne oli ehdottomasti tärkein. Suurimmat saapumissatamat olivat Helsinki ja Turku.²⁴⁹

²⁴⁷ Lappalainen 1987, 7

²⁴⁸ esim. Kansanlehti 19.07.1930

²⁴⁹ Komiteamietintö 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.²⁵⁰

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.

5.1.2. Matkustajalaivaliikenne markkinoivana

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.²⁵¹

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 jäänmurtajin.

Talvinen merimatkailu pyrittiin nostamaan jo itsessään
matkailuattraktioksi. Samanaikainen sekä vedessä että
jäällä kulkeminen pyrittiin ihmeellistämään erityisesti
"opinto"matkailijasegmentille; tämä matkan teon kummalli-

²⁵⁰ Komiteanmietintö 1937: 4, 19-22

²⁵¹ Rosberg 1920, 3

suus sitten kuorrutettaisiin kertomuksilla siitä mitä talvisessa Suomessa oikein "tuleman piti".²⁵²

"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.²⁵³

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 makuhermojen gourmet-hyväilyistä.²⁵⁴

²⁵² Suomen Matkailu 1939:2, 18-19

²⁵³ vrt. Rosberg 1920, 3

²⁵⁴ Reisen in Finnland 1922, 19; vrt. Matson 1934, 5

1920-luvulla myös *kuljetuspalvelu* moninaistui: autojen kuljettaminen laivoilla yleistyi. Mitään erityisiä autokansia ei ollut vaan vaunut kuljetettiin normaalisti köytettyinä kannella. Seilaus ei Rolls Roycellekaan aina ollut mitään kuivaa puuhaa, sillä yksi näistä luksuspirsseistä vakuuttomattomine turkislasteineen kovassa myrskyssä Gotlannin eteläpuolella kirposi vyötöksistään ja putosi mereen hukkuen surkeasti.²⁵⁵ Myöskään tulipalot eivät olleet tuiki tuntemattomia onnettomuuksia.²⁵⁶

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..."²⁵⁷

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

²⁵⁵ Malmberg - Neumann s.a., 65

²⁵⁶ emt.

²⁵⁷ Malmberg - Neumann s.a., 50

"Ylimalkaan saa laivan läpi vaeltaessaan huolellisen ja lujan kuvan, johon sekoittuvat tarkoituksenmukaisuus, hyvä maku ja tyylikkyys. Sillä tyylikkääitä 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 tyyliitellyistä ornamenteista, jotka koristavat ensimmäisen luokan ruokasalin suurta tarjoi luosaa, tuolien selkänöjia ja eri salonkien muuta kalustusta. Tupakkasalongin seinäpinnat ovat ja panilaista puuta, kun taas sohvat ja tuolit ovat krokotiilinnahalla päällystettyä pähkinäpuuta. Pöydät ovat marmoria. Tarjoilupöytä, kirjoitus pöydät, kuvastimet ynnä muut täydentävät sisus tuksen.

Musiikkisalonki on verhoiltu tummalla mahongilla, johon on muotoiltu ihastuttavat friisit, tyyli tely girlandiupotuksia. Sohvat on verhoiltu silkkidamastilla ja silkkiuutimet kehystävät ikkunoita. Lattiaa peittää kallisarvoinen mat to...²⁵⁸

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

Merenkäynnin matkailullistamiseen liittyivät tuoteutuuksina myös erilaiset risteilyt. Matkailumaailman pääkirjoituksessa kuvailtiin risteilyjen erityislaatuista 'riemuja' - tulevien "lemmenlaivojen" onnenparatiisia oli ryhdytty suunnittelemaan. Mutta perin viatonta ja hyveellistä oli suomalaisristeilijöiden puffattu huvitteluelämä:²⁵⁹

"... 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

²⁵⁸ Malmberg-Neumann s.a., 54

²⁵⁹ Matkailumaailma 1939: 5, 1

kokemuspiiriä, oppia uutta, meriä, maita, tapoja. Ja omak-
sua geografiaa, tulkita tuon ajan sosiologiaa ja soveltaa
"vetistä": sosiaalipsykologiaa hauskasti, virkistävästi ja
terveesti, no, pientä hyväilevää luksusta vähättelettä.
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 alituisen...levätä.

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.²⁶⁰

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 kaiketi 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 vetoomuksina toimivat(?) vain hintatiedot ja maksuun sisältyneet hyttipaikat. Asiakaspalveluna voidaan toki mainita rajan ylittämistä helpottava yhteisen passin hankkiminen.

Juhannus on risteily- ja piipahdusluontoisen laivabusinessin kulta-aikaa. Höyrylaiva "Ebba Munck" ilmoitteli ylimääräisestä vuorosta Tallinnaan²⁶¹ ja s/s Sampo mieli niin ikään mittumaariksi Viroon.²⁶² Se tarjoutui myös hankkimaan yhteisen passin, jota varten matkalle aikovien olisi ilmoitettava nimensä ja syntymäaikansa toimistoon, ja jos ei uskaltanut vieraan maan viettelyksiin, laivasta lohdutettiin, että Tallinnassa olon aikana yöpyminen laivassa oli sallittua. Myös höyryl. Suomi kutsui juhannuksen viettoon Tallinnaan, ei minkä tahansa mittumaarin vaan tunnel-

²⁶¹ H.S. 21.06.1922

²⁶² H.S. 22.06.1922

mallisen Juhannuksen.²⁶³

Koko vuoden 1922 kesäkuun ajan ja heinäkuun alkupuoleen Helsingin Sanomissa ilmoiteltiin heinäkuun 12. päivänä aloitettavasta Gotlannin matkasta.²⁶⁴

**TOINEN HUVIMATKA
WISBYHYM**

järjestetään h:lla
"v. Döbelnillä"

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

Suomen Höyrylaiva Oy sekä Suomen Matkatoimisto

Ilmoituksesta kävivät selville seuraavat vetoomukset. Ensinnäkin, 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.²⁶⁵

²⁶³ Ajan Sana 22.06.1931

²⁶⁴ esim. H.S. 09.06.1922 ja 06.07.1922

²⁶⁵ 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? Ilmeisen leppoisaa ja kiireetöntä; uusia asiakaspalvelun muotoja sovellettiin.

"Tosin ei laivoilla ollut aina kovinkaan kehutta vasti nykyaikaisia mukavuuksia nykyaikaisin silmin katsottuna. Mutta se mitä ei ollut, voitiin kenties järjestää. Niinpä oli Ariadnella esimerkiksi tapana silloin tällöin, kun oli oikein lämmintä ja täysin tyyntä, pysähtyä hetkeksi Itämerelle, jotta matkustajat pääsivät mereen uimaan. Ja Vellamolle ja Ilmattarelle rakennettiin uima-allas purjekankaasta etukannelle!"²⁶⁶

Alkuvoimaista kekseliäisyyttä vaati siis merimatkaserviisi, kun Suomen merimatkailun ystävää pyrittiin herättämään. Vuonna 1923 ilmoiteltiin suomalaisille kahden viikon kiertomatkaa jälleen höyrylaiva von Döbelnillä.²⁶⁷ Helsingistä lähdettäisiin kesäkuun 20 päivä kello 10 a.p. ja kuljettaisiin Götteporin ja Kööpenhaminan kautta Stettiniin. Sitten ilmeisesti vaihdettaisiin junaan vaikka esite ei sitä mainitse ja puksutettaisiin Berliiniin, jonne saksalaisen täsmällisesti saavuttaisiin 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 tyytyä vain aamukahviin tai teehen. Paikkatilaukset oli tehtävä Suomen Matkatoimistosta, joka huolehti myös hotelilihuoneiden hankinnasta Berliinissä.²⁶⁸

²⁶⁶ Malmberg-Neumann s.a., 64-65

²⁶⁷ H.S. 20.05.1923

²⁶⁸ vrt. H.S. 20.5.1923

Mitään erityisiä apelleja ei ilmoituksessa käytetty. Matkailutuotetta ei differoitu, ei ollut spesiaalipalveluja. Asikaspalvelualkiona voidaan pitää matkatoimiston Berliinin hotellihuoneista huolehtimisesta. Mainonta oli silkkaa 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 tiedollisen vaurauden kartutukseen.²⁶⁹

Viron Maatalousnäyttelyyn
Tallinmassa 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:²⁷⁰

**MERTA JA AURINKOA
NAUTTIKAA**

Valkean laivan kannella
Taas lähtevät valkeat laivat...Mahtavat höyry-
sineerit satamissa kutsuvat Teitäkin matkalle
yli Itämeren...Kauas etelään, missä sitruuna
kukkii, 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

²⁶⁹ H.S. 01.09.1922

²⁷⁰ H.S. 21.4.1935

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

5.1.4. Merisiä tulevaisuuden vaateita

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

"Laivaliikennettä häiritsee 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 tilaa."²⁷¹

Vaadittiin talvikelpoisia aluksia, jotka kykenisivät suoriutumaan jääesteistä ja sitten niiden lisäksi sesongin ajaksi voitaisiin ehdotuksien mukaan "värvätä" kevyempiä kulkuvälineitä lahden ylitykseen. Säännöllisen kulun mahdollisuus mahdollistaisi turistin uusimaan 'kulutuksensa' aina halutessaan.²⁷²

5.2. Rannikko- ja sisävesiliikenne

5.2.1. Hilpuva elinkeino?

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

²⁷¹ 120.00 olympialaisvierasta., HS 21.11.1938

²⁷² emt.

myös kanavien rakentamisen kannattavaksi.²⁷³

Sisävesiliikenne oli autonomian aikana kehittynyt maitse tapahtuvan kuljetuksen ja rautateiden ohelta osin näitä täydentäen. Tämä koskee ensisijaisesti tavarankuljetusta, oman lukunsa muodostaa loma- ja turistimatkailu, joka alkoi maassamme sisävesillä yleistyä 1880-luvulla.²⁷⁴

Taloudellisesti voimakkaat sisävesiliikenteen keskuksot 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.²⁷⁵

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.²⁷⁶

Kainuun sanomat kirjoitti vuonna 1937, että matkustajalaivaliikenne oli käynyt vallan kannattamattomaksi Kainuussa; myös Vanajaveden, Pyhäjärven ja Näsijärven liikenne pienentyi.²⁷⁷ 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

²⁷³ Rasila 1982, 118

²⁷⁴ Rasila 1982, 119

²⁷⁵ Leppänen 1967, 124-125

²⁷⁶ vrt.liite 4

²⁷⁷ Viitaniemi 1978, 128-129

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".²⁷⁸

Laivayritysten joukossa oli myös tapauksia, joissa "haastettua" höyrylaivaliikennettä harjoittava yhtiö hankki omistukseensa linja-autoja vastauksena linja-autoliikenteen kilpailuun. Näitä oli yksityisiä kuin myös kunnallisiakin - Säkijärven kunta aloitti laivaliikennettään täydentääkseen vuonna 1924 bussien käytön ja jatkoi sitä aina talvisotaan saakka.²⁷⁹

5.2.2. Lomailuliikenteestä ja yhteistyöstä valoa synkkyteen?

Lomailuliikenteen turvin kumminkin useat yhtiöt yrittivät vielä liikennöintiä jatkaa.²⁸⁰ 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 rengaslippuyhteystyötä olisi entisestään laajennettava. Kuviteltiin, että pääsy "reitteihin" helpotaisi yksityisen laivurin asemaa. Laajennus olisi tehtävä,

²⁷⁸ vrt. Viitaniemi 1978, 200-201

²⁷⁹ vrt. Mäkelä 1978, 419

²⁸⁰ vrt. Ahvenainen ym. 1982, 285

tietenkin edellyttäen, että sisävesiliikennettä ylipäittäin katsottiin tarpeelliseksi jatkaa.²⁸¹

"... 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 valtion osallistumisen mielekkyyteen ei uskottu.²⁸²

5.2.3. Markkinoinnin kulutaamat? aallot

Tuotekehittely ja markkinointiviestintä yleistyivät. Mutta vielä 1920-luvulla sisävesi- ja rannikkoliikenne "mainosti" perin yksinkertaisesti:²⁸³

Valamon luostarin höyrylaiva
Sergij

toimittaa säännöllisiä laivamatkoja laivaliikkeen alusta syyskuun 16 p:ään saakka Valamon ja Sortavalan välillä.

²⁸¹ 120.000 olympialaisvierasta, H.S.21.11.1938

²⁸² emt.

²⁸³ H.S. 29.5.1923

Tämän jälkeen ilmoituksessa ilmaistiin aikataulut eli milloin lähdettiin 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.²⁸⁴ Sisällöltään samanlainen oli luostarin johtokunnan ilmoitus s/s "Valamon luostarin" toiminnasta.²⁸⁵

Sisä-Savon keskuksessa Savonlinnassa tiedotettiin, että "LEPPÄVIRTA-laivat lähtevät Savonlinnasta toistaiseksi tästä päivästä (26.09.1922) lukien klo 12.30 joka päivä"²⁸⁶ ja että Imatra II kulki Savonlinnasta Lappeenrantaan.²⁸⁷ Imatra II:n lähtö- ja paluuaikataulut ja väliasemien aikataulut ilmoitettiin, kunnes huomattiin, että liiallinen tieto oli turhaa ja jätettiin väliasemat kokonaan pois.²⁸⁸

Porvooseenkin oli tietenkin päästävä, ihastelemaan vanhaa sivistyskaupunkia, kuuntelemaan viisaita, hopea-ohimoisia naakkoja ja inemään 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:²⁸⁹

²⁸⁴ H.S 16.06.1923

²⁸⁵ Karjala 25.05.1939

²⁸⁶ Itä-Savo 26.09.1922

²⁸⁷ Itä-Savo 19.10.1922

²⁸⁸ vrt.Itä-Savo 25.10. 1922

²⁸⁹ H.S. 12.6.1928

HÖYRYLAIVALLI
"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.²⁹⁰ Höyrylaiva Ahti veisi ilmoitettujen aikataulujen mukaisesti Naantaliin ja toisi myös takaisin. Naantaliin mentäisiin huvimatkalle²⁹¹, joka sanoisi myös sanottavaksi tarkoitettun.

Huvimatkoja Naantaliin
sunnuntaina t.k. 2 p:nä.

Meritoimi O.Y

Juhannus aiheutti luonnollisesti monenlaista säpinää myös 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 juhannuksena²⁹². 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 Runebergil-

²⁹⁰ T.S. 1.6.1929

²⁹¹ kurs. J.A.

²⁹² H.S. 18.06.1922

la. "Yleisö Tervetuloa" -kutsu päätti mainoksen.

Ilmeisesti yleisö ei kumminkaan ollut niin innostunut, sillä lippuja lienee ollut vielä 21.06 jäljellä ²⁹³, jolloin ilmoitettiin sitten "hauskasta ja virkistävästä merimatkasta". Liikeapulaiset eivät tohtineet enää kasvollista järjestämisaktiivisuuttaan mainita. Juhannuksen jälkeenkkin "huvimatkalle luonnonihanaan Suursaareen" pääsi vaikkapa sitten s/s Sammolla. ²⁹⁴

Muullakin toimittiin. Juhannuksen vuoksi muutettiin höyryl. Ahkeran Porin matkan aikatauluja ²⁹⁵ ja s/s Jämsä Päijänteellä ilmoitteli ylimääräisestä matkasta, kuitenkin sellaisesta, että "vakinaiset vuorot laiva suorittaa keskeytymättä" ²⁹⁶ ja vahvensi vielä juhannuksen edelleen lähestyessä matkan ylimääräisyyden. ²⁹⁷

Tietynlaisen matkailuelinkeinojen välisen yhteistyön alkua oli nähtävissä jo 1920-luvun alkupuolelta. Matkatoimistot luonnollisesti olivat olleet rannikko- ja sisävesilikenteen yhteistyökumppaneina jo aiemminkin, mutta tulevasta ilmoituksesta/mainoksesta oli nähtävissä myös VR:n ympäpäminen pakettiin: laivalla Hankoon ja junalla takaisin. ²⁹⁸

HANGON HUVIMATKAILIJOILLE
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

²⁹³ H.S. 21.06.1922

²⁹⁴ H.S. 27.06.1922

²⁹⁵ H.S. 21.06.1922

²⁹⁶ H.S. 16.06.1922

²⁹⁷ H.S. 21.06.1922

²⁹⁸ H.S. 29.07.1922

Elinkeinon sisällä, ja ainakin syvällä Hämeessä, tehtiin myös yhteistyötä. "Tarjanne" ja "Pohjola" osallistuivat yhteiseen ilmoitukseen, ja selvänä oli nähtävissä myös "Innon" aikataulut "Tampereen laivoihin".²⁹⁹

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.³⁰⁰

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.³⁰¹ 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

²⁹⁹ H.S. 10.07.1922

³⁰⁰ Suomen Matkailulehti 1935:6, 84

³⁰¹ Matkailumaailma 1939:2, 6

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 vielä kukaan 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.³⁰² Paitsi luonnonattraktiota sinänsä toimittajan "aikaan sidottuna" tehtänä oli aprikoida järvimatkailun soveltuvuutta tulevien olympiaturistien viihdykkeeksi - muutamien lähinnä kosmettisten 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, -oppaat³⁰³ 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.

³⁰² "Suomen jylhin järvi" houkuttelee jatkuvasti matkailijoita. Neljä laivaa kyntää päivittäin Päijänteen päästä päähän, U.S. 16.07.1939

³⁰³ ulkomaillakin - vrt. esim. VA, SMLA. Suomen-Matkojen mainosarkisto 1926, 1930, 1932, 1935-1941. Päijänne, Finlands väckrade turistled. Publ. Finlandsresor, s.a., 2, Ha 14

"Ei ole lainkaan ihmettelemistä, että Päijänteen sisävesireitti tänä kiireen ja touhun aikakau tenakin 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 ohi. Savua työntävät tehtaanpiiput eivät häiritse Päijänteen rauhallisten rantojen korpitunnelmaa ja asutuskin on kuin hienotunteisesti paennut pois rantaäyräiltä vihreitten metsien pimentoi hin. Kun vielä otamme huomioon, että tämä jylhä ja erämaarantainen suurjärvi sijaitsee aivan suurten ja vauraiden asutusseutujen keskellä ja on mitä välittömimmässä yhteydessä pääliiken neyhteyksiemme kanssa, niin ymmärtää, miksi juuri Päijänteen laivareittikin on pysynyt vuodesta toiseen kannattavana."³⁰⁴

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 muutaman tunnin ajomatkan päässä maamme urbaaneina sykkivistä elinhermoista voisi tavoittaa jäljittelemättömän järvisen korpimaiseman ja sen kiireisenä hetkuvan ihmispolon rikkinäisiä hermoja tyyneydellään rauhoittavan luonnonidyilin.³⁰⁵

Päijänteellä kokisi jotain esiteollisen savutonta, hiiskumatonta, touhukkaitten ihmisten kimeä, mitäänsanomaton puhelu 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!³⁰⁶

Taannoin esitetty "Runebergin" kaupallinen ilmoittelu oli vielä 'tunkeilematonta', mutta jo 1930-luvulla "Heinävesi

³⁰⁴ "Suomen jylhin järvi" houkuttelee jatkuvasti matkailijoita. Neljä laivaa kyntää päivittäin Päijänteen päästä päähän, U.S. 16.07.1939

³⁰⁵ emt.

³⁰⁶ vrt. emt.

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.³⁰⁷ 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.³⁰⁸ Ja ylistäen Saimaan taivaalle Saimaan Höyrylaiva Oy suitsutti slogania suurjärvellä vietetystä "ihanasta iltapäivästä": "...Olemme varmat, että matkaanne olette tyytyväinen"....³⁰⁹ Mikä mahtoikaan olla sivulauseen sanajärjestysinversion kaupallinen syy?

Leppävirralla puolestaan markkinoitiin monisanaisesti:³¹⁰

"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,

³⁰⁷ Suomen Matkailu 1937:3, 33

³⁰⁸ emt. 34

³⁰⁹ emt. 35

³¹⁰ Suomen Matkailu 1937:3, 25

osuutta VR:n rangasmatkoihin - ja puhelinta saavutettavuutta parantamassa.

Silkka tuotekehittelyyn liittyvä pikkuparannus oli Petsamon merimatkan ja -matkailun sujuvoitus. Matkailuelinkeinokin hyötyi kuljetuksen nopeutumisesta hyisellä Jäämerellä, eräänlainen Jäämeren sight-seeing -risteily mahdollistui.³¹¹

"...tähän saakka on käyntiin Heinäsaarilla ja Kalastajan saarenon 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."

Niin ikään tuotekehittelyä ja laivojen käyttöä ns. sight-seeingissä tai päiväreisissä 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.³¹²

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.³¹³

³¹¹ Ensi kesänä Petsamon matkat yhä nopeammiksi, Kaleva 14.01.1932

³¹² H.S. 20.06.1939

³¹³ Karjala 17.06.1939

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.³¹⁴

Myös ulkomailta pyrittiin asiakkaita hankkimaan. Siten sisävesiliikennettä mainostettiin myös Suomen ulkomaan matkailuoppaissa.³¹⁵

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 sisävesilaivoilla.³¹⁶

5.2.4. Tyrskyävät koskiveneet

Omalaatuinen sekä liikennöimiseen että matkailutuotteen diversifioimiseen liittyvä ilmiö oli ns.koskiveneliikenne. 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.³¹⁷ Mutta Oulujoen kosket olivat vielä avoinna matkailijalle ja 1900-luvulla - moottoriveneiden yleistyttyä - koskivenekuljetus ja -matkailu lisääntyi huomattavasti.

Alkuun ongelmallinen koskiveneamatkailijoiden majoittaminen

³¹⁴ Karjala 22.06.1939

³¹⁵ esim. Blomberg 1933, 25

³¹⁶ vrt. emt. 25

³¹⁷ Rosberg 1920, 19

helpottui, kun Matkailijayhdistys jo vuonna 1912 osti Uutelan matkailumajan "kuohujen rakastajain" yöpymistarvetta tyydyttämään sekä yleensäkin Oulujoen koskiveneilyä kohentaakseen. Liikenteen suosio kääntyiikin nousuun: vuonna 1920 kuljetettiin 1300 koskivenenomatkailijaa ja 1922 jo 1750 eli veneiden käyttö oli kasvanut yli kolmasosan.³¹⁸

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 rantapenkeereen läheisyyden. Näin kuvailtiin varhaista matkantekoa ja sen elämyksellisyyttä vuoden 1920 matkaoppaassa.³¹⁹

Matkailijayhdistys hankki enenevästi koskiveneitä omistukseensa ja vuonna 1925 niillä kyettiin kuljettamaan 54 matkustajaa päivässä ja lisäveneet käyttöön ottaen jopa 90.³²⁰

Matkailijayhdistyksen koskivene liikenne nousi vuonna 1929 yli kahteen tuhanteen matkajaan (2139) mutta lamavuodet 1930-1934 olivat laskevan käytön vuosia, vaikka Vaalan-Muhoksen reittiä liikennöitiin vuodesta 1931 päivittäin.³²¹

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. Koskivenenomatkailun suosio kasvoi vuodesta 1935 vuoteen 1937 3/4 - 4/5; jälkimmäisenä vuonna peräti 4588 matkailijaa

³¹⁸ Jääskeläinen 1987, 87-88

³¹⁹ Rosberg 1920, 22

³²⁰ Jääskeläinen 1987, 87-88

³²¹ emt.

Koskivenematkailun suosio kasvoi vuodesta 1935 vuoteen 1937 3/4 - 4/5; jälkimmäisenä vuonna peräti 4588 matkailijaa nautti Oulujoen kuohuista.³²² Oulujoen suosittua koskenlaskua mainostettiin aina 1930-luvun loppuun saakka.

Elämyksellisyyttä ja elämän kiihkoa luonnollisesti käytettiin reklaamien vetonauloina. Matkailijaa kehoitettiin kokemaan "jännityksen täyteinen hetki" Oulujoen koskilla³²³ tai vedottiin siihen hurmioon, joka ihastuttavat kuohuedet pärskeisillä kasvoilla saavutetaan mahtavan Oulujoen koskia kevyesti tanssivissa, läiskyttävissä koskiveneissä; se on vieläkin "kokonaisempaa" kuin ihailta valjastettua Imat-
raa.³²⁴

Koskiveneliikenteelle potentiaalinen 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:³²⁵

"Vaalasta lähti retkikunta eilen puolen päivän aikaan koskiveneillä laskemaan Oulujoen kuulut kosket.

...Kun Niskakoski oli laskettu aurinkoisen ja kauniin sään vallitessa siirryttiin Nuojuasta junalla Ojalanojan seisakkeelle ja siitä jälleen koskiveneellä kuohuja pitkin Muhokselle.... Erikoisesti Oulujoen kosket olivat heitä kiinnostaneet ja kamerat olleet ahkerassa käytännössä, joten filmiruuliin kertyi monta kaunista palasta tästä turistireitistä. Monet heistä sanoivat, että nämä kosket olivat matkan tähänastisista reiteistä paras."

Myös Pielisellä Kolille kuljetuksesta huolehti Matkailijajyhdistyksen moottorivene kuten myös Petsamossa, jossa

³²² Jääskeläinen 1987, 87-88

³²³ Matson 1938, 30

³²⁴ vrt. Blömberg 1933, 6

³²⁵ Skandinavian lehtimiehiä tutustumassa matkailureitteihin, Kaleva 14.06.1932

vuonna 1927 liikennöitiin Kolttakönkään ja Kirkkoniemen välillä.³²⁶

³²⁶ Jääskeläinen 1987, 89

6. KAUPALLISTUNEET MATKAILUKULJETUKSET - KEHKEYTYVÄ PROJEKTI

1920- ja 1930-luvut olivat uuden itsenäisen Suomen haasteellisen kasvun aikaa. Suuren Venäjän imperiumin turva ja sen mukanaan tuoma internationaalisuus menneet ja uuden maan oli lunastettava paikkansa suvereenien kansakuntien joukkoon.

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.

Matkailuelinelinkeinojen, kuten matkailukuljetusten, toimivuuden elinehto oli niiden operointi liiketaloudellisten periaatteiden mukaan.

Markkinoinnin *introdusointi* auttoi liiketaloudellistamista. Oli seurattava markkinoinnin kehitystä ja käytettävä sen edistystä myös matkailukuljetusten edistämiseen.

Sekä kansainvälistymiseen että matkailukuljetusten 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 matkailukuljetuksiin liittyvän ammattikirjallisuuden hankkiminen, henkilökunnan kansainvälisyyteen, palvelualltiuteen kouluttamiset, kielitaidon lisäämiset, standardit - ja niiden valvonta sekä muut laatuvaatimukset nostivat matkailuelinkeinojen tasoa.

Erikoistuttiin. Jotkut yritykset saivat epiteetikseen

'matkailu', ja uusi kolmikymmenluvun matkailulaajennus 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 vetoimuksin 'omaa' kuvaa voitiin edistää. Markkinoinnista opittiin apellien rakentaminen. 'Ensiluokkainen' yhdisti vetoimuksia, 'sinivalkoiset siivet' tai 'tarjoilijapoika' 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. Messuosallistumiset, niin koti- kuin ulkomaisetkin, yleistyivät ja PR-toimintaa, usein tiedottajia 'käsittelevää' 'harjoitettiin'- siksikö monesti olikin vaikeaa erottaa matkailu-uutineen ja elinkeinoa edistävä juttu, jopa puffi?

Kieltoakiaika ymmärrettävästi hankaloitti suomalaisen matkailuelämän eurooppalaistamista, mutta kun se oli takana, kuin itsestään selvänä, mainostamatta, myös huuruiseen elämyksellisyyteen oli kansainvälinen, kuorutettu mahdollisuus. Ja tätä kirjailijoiden ja kuvataiteilijoiden näyttämää kansainvälisyyden tuulahdusta oli jo ollutkin mahdollisuus käydä eri seuramatkoilla Euroopassa nuuhkimassa, hypätä pikajunaan, pitkänmatkan bussiin, lentää Suomen-valkoisin siivin, lipua merien siniulapoilla tai vaikkapa rohjeta useutuvaan yksityisautoon. Vapaa-aika ja vapaus etsivät matkailutodentumiaan. Kansainvälistyvät, kaupallistuvat matkailukuljetukset ja niitä edeltävä markkinoinnin monimuotoinen edistys auttoivat tässä.

LIITE 1:

Asetelma 1 : Yritystutkimukseen vastanneiden arviot matkailijaliiknevaihdon osuudesta koko liikevaihdosta eräissä tutkimuksissa prosentteina (suluisa arvioiden vaihteluväli):³²⁷

Toiminnan laatu	Imatra 83	Joensuu 86	Lahti 85
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%
Huoltamotoiminta	13%	13% (3-30%)	9%

LIITE 2:

Taulukko 7: Siviili-ilmailu Suomessa vuosina 1924-1939.³²⁸

Kotimaisten yhtiöiden säännöllinen lentoliikenne

<u>Vuosi</u>	<u>Yhtiöitä</u>	<u>Lento-km</u>	<u>Matkustajia</u>	<u>Rahtia</u> <u>kg</u>	<u>Postia</u> <u>kg</u>
1924	1	17 000	269	65	797
1925	1	35 000	450	646	996
1926	1	99 000	1 771	1 671	4 773
1927	1	114 000	1 768	2 107	5 425
1928	1	195 000	3 206	4 758	10 063
1929	1	233 000	4 964	4 569	24 277
1930	1	225 000	3 334	5 750	21 583
1931	1	244 000	3 318	10 001	29 086
1932	1	257 000	2 949	10 234	21 619
1933	1	225 000	3 650	9 216	24 964
1934	1	159 000	5 767	12 411	16 552
1935	1	193 000	6 444	19 476	26 840
1936	1	228 000	7 868	24 427	31 130
1937	1	312 000	7 207	26 654	30 660
1938	1	499 000	10 603	55 148	81 535
1939	1	609 000	12 722	68 131	101 625

³²⁷ Imatran Matkailututkimus 1989.

³²⁸ Vattula 1983, 313.

LIITE 3:

Taulukko 8: Finnairin ulkomaanliikenteen osuus siviili-ilmailusta vuosina 1925-1940.³²⁹

<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

LIITE 4: Taulukko 9

Matkustajalaivaliikenne sisävesillä 1920-1939.³³⁰

Kanavien kautta kulkenelta
matkustajalaivoja keskim.
vuodessa (kpl)

1920-1924	9356
1925-1929	7939
1930-1934	5649
1935-1939	3911

³²⁹ Emt. 313.

³³⁰ Emt. 200.

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:

Ahvenainen, J.: Liikenne. Teoksessa
Suomen taloushistoria 2:
Teollistuva Suomi, Helsinki 1982

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

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-underdeve-
loped countries - recreational areas,
*Regional Science. Association Papers XII
Land Congress (1963)*.
Artikkelissa **Levery, P.:** *Resorts and
Recreation. Teoksessa Levery, 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
- Damsten, B.:** Stockman sadan vuoden aikana, Helsinki 1961
- Dann, G.:** "The tourist as a child" esitelmä XI Congrès Mondial de Sociologie'ssa, New Delhi 1986
- Finnisch-Lappland und Petsamo. Reiseberichte und Studien,** herausgeben von Prof.Dr.G.Braun , Hampuri 1925
- 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, Philadelpia 1989, 21-36
- Gray, H. P.:** International Travel-International Trade, Massachusetts 1970
- 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 korkeakoulun julkaisusarja A8, Jyväskylä 1990
- Hunziker, W. & Krapf, K.:** Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre, 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 kulttuurihistoria IV, Jyväskylä 1936
- Jääskeläinen, O.E.:** Suomen Matkailuliitto matkailureittien kehittäjänä. Diligenssillä ja koski veneillä, teoksessa Suomen Matkailuliiton vuosikirja 1987. Suomen Matkailuliiton 100-vuotishistoriikki, Mänttä 1987
- Katona, G.:** The Mass Consumption Society, New York 1964

- Kiviniemi, E:** Kotiväki sai kortteja ja kirjeitä, joissa hehkuvat värikkäät tunteet, Helsingin Sanomat 21.10.1992, A13
- Komiteanmietintö 1937:** 1-4 ja 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 1971
- 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.:** 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
- Levery, P.:** Recreational Geography, Newton Abbot 1971
- Litukka, A.:** Näkemyksiä ilmoittelumainonnastamme v 1925-50, teoksessa Mainonta, kaupan purjeet, Helsinki 1951
- Malmberg, Th. - Neumann, K:** Valkeat laivat s.a. s.l
- 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
- Paasikivi, J.K.:** Kyytilaitos, teoksessa Oma Maa I, Helsinki 1958
- Pulla, A.J.:** Hullut vuodet eli iloista 20-lukua, Helsinki 1971
- 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
- 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
- Smith, V.:** Introduction. Teoksessa Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism, toim. V. Smith, Philadelphia 1989
- Soldan, B.:** Millainen on hyvä mainoselokuva, lehdessä Mainos 1933:1
- Suomen tilastollinen vuosikirja 1941,** Helsinki
- Törmä, T.:** Reklaamia ei voi välttää, Helsinki 1978
- Valtionrautatiet 1912-1937 osa II,** Helsinki 1937
- Wall, G.:** Car Owners and Holiday Activities teoksessa
Leverly, P.: Recreational Geography 1971, Newton Abbot
- 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
- Viitaniemi, M. & Mäkelä, A.: Suomen linja-autoliikenteen historia, Jyväskylä 1978

MUU LÄHDEAINEISTO:

- Aamulehti 1938
- Ajan Sana 1931
- Etelä-Suomen Sanomat 1938
- Helsingin Sanomat 1920-1939
- Itä-Savo 1923
- Kaleva 1931, 1932, 1935, 1936, 1938, 1939
- Karjala 1939
- Kauppalehti 1927, 1928
- Keskisuomalainen 1930, 1938
- Liiketaito 1928, 1934
- Matkailija 1934
- Matkailumaailma 1939
- Myyjä ja Myymälä 1958
- Pohjanmaan matkailu 1939
- Savon Sanomat 1931
- Suomen Sosialidemokraatti 1935
- Suomen Matkailu 1937, 1938, 1939
- Suomen Matkailulehti 1934, 1935
- Vaasa 1928