



Visit Finland

Kestävän matkailun tila

2022



SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND™

Sisältö

Esipuhe	3
Tiivistelmä	6
Johdanto	9
Kestävä kehitys pähkinänkuoressa	12
Kohti kestäväää matkailua	15
Taloudellinen arvo	20
Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus	25
Ympäristövaikutukset	29
Jatkokehitys	36
Loppusanat	39
Viitteet	40
Lähteet	42
Liitteet	44

Julkaisun nimi: Kestävän matkailun tila 2022

Julkaisupäivä: 25.4.2023

Työryhmä:

Positive Impact Finland Oy: Elina Levula ja

Satu Åhlström (sisältö), Hanna Linkola (ulkoasu)

Visit Finland: Liisa Kokkarinen, Pipsa Liljedahl

ja Kaisa Kosonen

Esilukija: Riikka Suominen

Tilaaaja: Visit Finland

Kannen kuva: Harri Tarvainen

KUVA: MIKKO NIKKINEN



Visit Finland



SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND™

ESIPUHE

Lisääkö tieto tuskaa?

Suomi pyrkii toiminnallaan tukemaan kestävän kehityksen Agenda 2030:n toteutumista sekä kotimaassa että kansainvälisesti. Lisäksi Suomella on kunnianhimoinen tavoite olla hiilineutraali maan vuoteen 2035 mennessä ja ensimmäinen fossiilivapaa hyvinvointiyhteiskunta. Tämä edellyttää hiilinielujen vahvistamista ja nopeutettuja päästövähennyksiä kaikilla sektoreilla.

Suomen kansallinen kestävän matkailun Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma on rakennettu matkailuelinkeinolle työkaluksi saavuttaa kestävän kehityksen tavoitteet ja ilmastotavoitteet. Olennainen osa ohjelmaa on, että matkailutoimijat sitoutuvat kansallisiin kestävän matkailun indikaattoreihin ja niihin liittyvään tiedonkeruuseen.

Suomessa halutaan tehdä päätöksiä, jotka tukevat kansallisia ja globaaleja kestävän kehityksen tavoitteita. Päätöksenteon tueksi on rakennettu Suomen kansallinen kestävän kehityksen seurantajärjestelmä, joka sisältää indikaattoreita ja niihin perustuvia asiantuntija-analyysyjä kestävän kehityksen tilasta Suomessa. Joka neljäs vuosi ilmestyvä Kestävän kehityksen tila -raportti kertoo Suomen kestävän kehityksen tilasta. Se perustuu suurelta osin kansallisten kestävän kehityksen seurantaindikaattoreiden tietoihin.

Kestävän kehityksen tila -raportista innostuneena olemme koonneet tämän Kestävän matkailun tila -raportin. Se koostuu kansallisten kestävän matkailun seurantaindikaattoreiden tiedoista vuodelta 2022, jolloin kestävän matkailun indikaattorijärjestelmä otettiin pilottimuodossa käyttöön. Tavoitteena on tuottaa tietoa kestävän matkailun toteutumisen tueksi.

Ilman mittaamista edistymistä on vaikea seurata. Tästä syystä erilaisia mittareita käytetään yleisesti raportoinnissa ja päätöksenteon tukena. Kansalliset kestävän matkailun indikaattorit eivät ole tästä poikkeus, vaan indikaattorijärjestelmä tarjoaa mallin edistymisen seurantaan ja myös uudenlaisia avauksia matkailun menestymisen mittaamiseen.

Tiedon hyödynnettävyys ja vertailtavuus ovat tärkeitä. Sitran mukaan megatrendit osoittavat, että tiedosta on tulossa tärkein yhteiskunnan ja palvelujen johtamisen ja kehittämisen väline. Tiedon vertailukelpoisuus edellyttää, että sisällöt ja laskentaperiaatteet ovat yhteneväiset. Juuri vertailukelpoisuuteen indikaattorijärjestelmä pyrkii. Valmiina indikaattorijärjestelmä tarjoaa kolme raportointitasoa: yrityksille vertailunäkymän omaan ja kansalliseen tietoon, destinaatioille vertailtavuuden eri destinaatioiden välillä ja kansallisen koonnin, joka tuottaa kokonaiskuvan.

Suomen kestävän kehityksen tilan seurantaan uudistetaan parhaillaan tätä raporttia laadittaessa. Myöskään kestävän matkailun indikaattorijärjestelmä ei valmistu kerralla, vaan järjestelmää kehitetään edelleen. Koska dataa on nyt kerätty vasta ensimmäisen kerran, meiltä puuttuu vielä suora seurantatieto edelliseen vuoteen. Seurantatiedon karttuminen tulee helpottamaan vertailtavuutta sekä tunnuslukujen, kuten myös raja- ja viitearvojen asettamista. Vertailu helpottaa vahvuuksien ja heikkouksien tunnistamista. Tässä raportissa on hyödynnetty eri tietolähteitä, jotta indikaattoritietoa voidaan vertailla ja analysoida parhaalla tavalla.

Indikaattoreiden eroja ja yhtäläisyyksiä pohdittaessa on hyvä muistaa, että eri indikaattoreilla on eri tarkoituksia; tarvitaan yleiskuvaa kestävän matkailun tilasta Suomessa, mutta myös tietoa matkailuyritysten toimenpiteistä yksittäisellä kestävyuden ulottuvuudella, jotta esimerkiksi

heikkoudet ja vahvuudet tunnistetaan. STF-raportin perusteella voidaan esimerkiksi todeta, että matkailuyritykset Suomessa tekevät aktiivisesti työtä ilmastonmuutoksen hidastamiseksi. Ilmastoystävällisen valinnat näkyvät erityisesti matkailuyritysten jätehuollossa ja hankinnoissa sekä käyttöveden ja sisälämpötilojen optimoinnissa. Matkailuyritykset ovat kunnostautuneet myös roskien keräämisessä luonnosta. Aktiivinen ympäristövaikutusten huomioiminen on tärkeää elinkeinolle. Pilaantunut luonto vie nopeasti mahdollisuudet matkailualalta.

Toisaalta ihmisten moninaisuutta ei matkailuyrityksissä ole erityisen hyvin otettu huomioon. Vain alle kolmasosa yrityksistä tarjoaa palveluita liikuntarajoitteisille tai kokee kohteensa LGBTQ+ -ystävälliseksi. Myös vain noin puolet paikallisasukkaista on tyytyväisiä omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa matkailun kehittämisessä. Toteutuuko matkailussa tasa-arvoa vaaliva ote ja

vieraanvaraisuuden kulttuuri? Voisiko ihmisten moninaisuuden parempi huomioiminen ja sisällyttäminen päätöksentekoon johtaa myös alan parempaan houkuttelevuuteen työnantajana? Matkailijat edustavat koko ihmiskirjoa, ja moninaisempi työvoima voisi tukea inklusiivisuutta.

Kestävän matkailun indikaattorit tarjoavat meille tietoa, jota matkailutoiminnasta ei ole ennen ollut. Ensi vuonna meillä on jo vertailutietoa, mutta jo nyt voi sanoa, että tieto ei lisää tuskaa, vaan auttaa meitä ymmärtämään elinkeinomme vahvuudet ja kehityskohteet. Seuraavaksi päivitämme valmennuskokonaisuutta, jossa perehdytään siihen, miten indikaattoritietoa voi hyödyntää yritys- ja destinaatiotasolla. Yhdessä, tietoa hyödyntäen, rakennamme Suomesta yhä kestävämmän matkailumaan.

Liisa Kokkarinen

Head of Sustainable Development
Visit Finland

942

YRITYSTÄ MUKANA
STF-OHJELMASSA¹

219

STF-MERKIN SAANUTTA
YRITYSTÄ¹


72%

MATKAILUYRITYKSISTÄ
YMPÄRIVUOTISIA²


4,9%

MATKAILUALAN SUORA
VAIKUTUS TYÖLLISYYTEEN³


STF-ohjelman yritysten ympäristötekoja


99%  osallistuu aktiivisesti ilmastomuutosta hillitseviin toimiin²

27%  mittaa hiilijalanjälkeään²

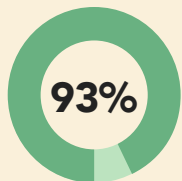
67%  osallistuu luonnon monimuotoisuutta turvaaviin toimiin²

60%  tekee kestäviä valintoja ruoka- tarjoiluissa²

83%  toimii vedenkulutuksen vähentämiseksi²

68%  uusiutuvan energian osuus energian kokonaiskulutuksesta²

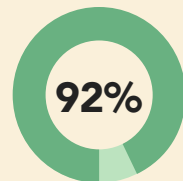
Sidosryhmien tyytyväisyys



matkailijoista on tyytyväisiä matkakokemuksensa⁴



matkailijoista pitää matkakohdetta kestäväenä⁴



asukkaista on tyytyväisiä matkailun vaikutuksiin paikkakunnallaan⁵

9%

PINTA-ALASTA
LUONNONSUOJELU-
ALUEITA JA
KANSALLISPUISTOJA⁶

1471

VALTAKUNNALLISESTI
MERKITTÄVÄÄ RAKENNETTUA
KULTTUURIYMPÄRISTÖÄ⁷



Visit Finland



SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND™

1. STF-onlinealusta
2. STF-indikaattorit 2022
3. Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus
4. STF-matkailijakysely 2022
5. STF-asukaskysely 2022
6. Metsähallitus, Tilastokeskus
7. Museovirasto

Kestävä matkailu Suomessa 2022

Tiivistelmä

Visit Finlandin julkaisema *Kestävän matkailun tila 2022* -raportti kokoaa yhteen Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelman kestävän matkailun indikaattoritietoja. Kansallisten kestävän matkailun indikaattorien avulla mitataan matkailun kestävyttä. Raportin toteuttajakumppani on Positive Impact.

Suomi on sitoutunut edistämään kestävä matkailua. Suomen kansallisen matkailustrategian (2022–2028) tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Visit Finlandin strategian 2021–2025 painopisteet ovat talouden kasvu, kestävä kehitys ja kilpailukyky.

Kestävä matkailu huomioi nykyiset ja tulevat matkailun taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset. Kestävässä matkailussa pyritään saavuttamaan kokonaisvaltaista hyötyä ja löytämään tasapaino matkailijoiden, yritysten,

matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeiden välillä. Tavoitteena on luoda tasapainoa matkailijoiden, yritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeiden välillä.

Kestävän matkailun osa-alueet voidaan karkeasti jakaa kolmeen ulottuvuuteen: taloudellinen kestävyys, sosio-kulttuurinen kestävyys ja ekologinen kestävyys. Suomen matkailuala on kasvussa. Edistämällä kestävyttä varmistetaan, etteivät kasvun haitat ylitä hyötyjä.

STF-ohjelma lanseerattiin vuonna 2020. Sen tavoite on tukea matkailualaa toimimaan kestävä kehityksen mukaisesti. STF-ohjelmassa on kehityspolku destinaatioille ja yrityksille. Vuonna 2022 STF-ohjelmassa mukana oli jo 942 yritystä ja käytännössä kaikki Suomen matkailualueet eli destinaatiot. Kun yritys on kulkenut koko kehityspolun ja täyttää ohjelman kriteerit, yritys voi

saada SFT-merkin. STF-merkin on saanut 219 yritystä vuonna 2022. Kotimaan STF-ohjelmassa on mukana 67 destinaatiota ja Suomessa on myös kaksi STF-merkin saanutta destinaatiota, Posio ja Kristiinankaupunki.

TALOUDELLINEN ARVO

Matkailu luo työpaikkoja ja taloudellista arvoa. Matkailulla on erityinen taloudellinen merkitys syrjäisten alueiden elinkelpoisuudelle ja työllä mahdollisuuksille. Matkailu luo kysyntää erityisesti majoitus- ja ravintola-alalle, mutta myös muille palvelualueille ja kulttuuriin.

90 % matkailijoista pitää Suomea kestävä matkailukohteena.¹

Vuonna 2021 Suomessa yöpymisten määrä oli 17 miljoonaa ja viipymän pituus STF-majoitusliikkeissä keskimäärin 2,2 yötä. 16 prosenttia kaikista matkailijoista oli ulkomaalaisia. Matkailuala työllistää paljon nuoria ja myös ulkomaalaistaustaisia. Matkailualan suora vaikutus työllisyyteen oli 4,9 prosenttia. 65 prosenttia henkilöstöstä oli kokoaikaisessa työssä. Matkailuyrityksistä 72 prosenttia toimii ympärivuotisesti. Keskimäärin yritykset olivat auki 10,4 kuukautta vuodesta, tosin ympärivuotisuus vaihteli paljon alueellisesti.

Matkailualan asiakastyytyväisyys on Suomessa korkea. Jopa 93 prosenttia matkailijoista oli tyytyväisiä yleiseen kokemukseen matkakohdeissa.

SOSIAALINEN JA KULTTUURINEN VAIKUTTAVUUS

Matkailu on kestävä vain, jos sitä kehitetään ja johdetaan niin, että otetaan huomioon sekä vierailijat että paikalliset yhteisöt. Matkailun tulisi luoda sosiaalista ja kulttuurista lisäarvoa

paikallisille. STF-ohjelmassa teetetyin asukaskyselyn vastaajista jopa 92 prosenttia on tyytyväisiä matkailun vaikutuksiin asuinpaikkakunnallaan, mutta vain 52 prosenttia oli tyytyväisiä omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa matkailun kehittämisessä.

Suomesta löytyy seitsemän Unescon maailmanperintökohdetta ja 95 muuta kulttuurisesti merkittävää kohdetta ja geopuistoa. Lisäksi meillä on 1417 merkittävää rakennettua kulttuuriympäristöä.

Sosiaalisen kestävyuden parantamiseen liittyy vahvasti saavutettavuuden ja inklusiivisuuden edistäminen. STF-ohjelman yritykset viestivät keskimäärin kolmella kielellä (suomi, ruotsi ja englanti). STF-ohjelman yrityksistä 27 prosenttia kertoi erikseen palvelevansa liikuntarajoitteisia matkailijoita ja 32 prosenttia kertoi huomioivansa LGBTQ+-kohderyhmän.

YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET

Matkailun ympäristöhaitat syntyvät liikenteestä, rakennusten energiankulutuksesta, hankinnoista, jätteistä ja melusta. Luontomatkailla tulee huomioda ympäristön kuluminen ja luonnon pilaantumattomuus.

Suomen matkailualan energiantensiteetti on huomattavasti EU-keskiarvoa suurempi. STF-ohjelman yrityksistä 89 prosenttia tekee toimia energiatehokkuuden parantamiseksi ja 68 prosenttia yritysten käyttämästä energiasta syntyy uusiutuvilla energianlähteillä.

Matkailuala on vastuussa noin kahdeksasta prosentista maailman kasvihuonekaasupäästöistä. Liikenne aiheuttaa keskimäärin 75 prosenttia matkailuun liittyvistä päästöistä ja tästä 40 prosenttia syntyy lennoista. Sijaintimme vuoksi Suomen lentomatkojen päästöintensiteetti on EU-keskiarvoa lähes puolet suurempi. Samoin Suomen matkailualan päästöintensiteetti on 80 prosenttia EU-keskiarvoa suurempi. Junamatkojen osuus matkustustavoista on noin 11 prosenttia.

Jo 27 prosenttia STF-ohjelman yrityksistä laskee omaa hiilijalanjälkeään toimialalle suunnatulla laskurilla. Lisäksi lähes kaikki (99 prosenttia) STF-ohjelman yritykset kertovat osallistuvansa aktiivisesti ilmastonmuutosta hillitseviin toimiin. Matkailualan globaali ilmastojulistus The Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism lanseerattiin marraskuussa 2021, ja noin 60 matkailutoimijaa Suomessa on sitoutunut julistukseen.

Suomen pinta-alasta 9 prosenttia on luonnon-suojelualuetta tai kansallispuistoa (41 puistoa). Puhdas luonto ja neljä vuoden aikaa ovat Suomen matkailun vahvuus. Näiden säilyminen on koko toimialan etu.



KUVA: AAPO LAIHO

Johdanto

Luet ensimmäistä *Kestävän matkailun tila* -raporttia. Raportin julkaisee Visit Finland ja sen toteuttajakumppani on Positive Impact. Kyseessä on vuosiraportti, joka kuvaa missä Suomessa mennään kestävän matkailun suhteen vuonna 2022. Raportti käsittelee Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelman kestävän matkailun indikaattoritietoja. Nämä ovat nyt käytössä ensimmäistä kertaa. Raportti yhdistää indikaattoritietoihin muita tilastoja, tutkimuslähteitä ja asiantuntijanäkemyksiä sekä konkreettisia esimerkkejä Suomen matkailualalta. Raportin tavoitteena on tukea Suomen kestävän matkailun kehittämistä.

Miksi matkailun tulisi olla kestävä? Koska matkailuala on täysin riippuvainen globaaleista ja paikallisista ilmiöistä. Kestävyyshaasteet kuten ilmastonmuutos, luontokato, luonnonvarojen ylikulutus ja eriarvoisuuden lisääntyminen vaikuttavat matkailuun. Toimiakseen matkailuala

tarvitsee vakaan yhteiskunnan, osaavaa työvoimaa, laadukkaita raaka-aineita, luotettavia alihankintaketjuja ja toimivat liikenneyhteydet. Kestävä kehitys varmistaa, että alalla on puitteet toimia nyt ja tulevaisuudessa.

Kestävä yhteiskuntarakente, hyvä koulutus ja korkea teknologiaosaaminen antavat Suomelle hyvät mahdollisuudet tulla kestävän matkailun mallimaaksi. Lisäksi meillä on kansallista tahtotilaa.

Kansallisen matkailustrategian 2022–2028 mukaan Suomen tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Suomen kansallisen matkailustrategian (2022–2028) painopisteitä ovat kestävyys, digitalisaatio, saavutettavuus ja kilpailukykyä tukeva toimintaympäristö. Nämä ovat Suomen vahvuuksia vetovoimaisena matkakohteena – kotimaisille ja ulkomaisille matkailijoille.

Visit Finlandin strategian 2021–2025 painopisteet ovat:

- Talouden kasvu
- Kestävä kehitys
- Kilpailukyky

Strategian missiona on, että *Visit Finland edistää Suomen kiinnostavuutta kansainvälisesti kestäväksi ja houkuttelevaksi matkakohteeksi ja edesauttaa yritysten, yritysryhmien ja matkailualueiden kestävästä kansainvälistä kasvua.*

Suomen kansallisen matkailustrategian (2022–2028) tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde.

FCG Suunnittelu ja Tekniikka Oy:n Visit Finlandin toimeksiannosta toteuttamassa *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet* -selvityksessä (2018) kartoitettiin Suomessa sijaitsevien matkailuyritysten vastuullisuutta ja kestävän kehityksen mukaista toimintaa, asenteita, tahtotilaa ja valmiuksia vastuulliseen matkailutoimintaan.

Selvityksen mukaan matkailualan yritysten keskeisimmät syyt vastuullisuuden ja kestävän kehityksen edistämiseksi ovat yrityksen arvot tai henkilökohtaiset arvot ja ideologia (79 prosenttia) sekä luonnon arvostus ja suojelun halu (73 prosenttia). Myös asiakkaiden vaatimukset ja arvostus vastuullisuustekoja kohtaan koettiin tärkeäksi (54 prosenttia). Selvityksen mukaan yrityksemme olivat siis motivoituneita kehittämään toimintaansa entistä vastuullisemmaksi.

Matkailutoimialan kehitystä on perinteisesti arvioitu matkailijamäärien, yöpymisten ja muiden matkailuvolyymeja kuvaavien mittareiden kautta. Volyymia kuvaavien indikaattoreiden heikkous on, että kasvavat luvut eivät kerro riittävästi matkailun laadusta ja vaikutuksista destinaatioon.

Kansallisten kestävän matkailun indikaattorien avulla mitataan matkailun kestävyyttä. Systemaattinen seurantamalli takaa edellytykset matkailun kestävyuden moniulotteiselle tarkastelemiselle. Indikaattorijärjestelmä tukee kohteiden ja yritysten vastuullista johtamista tarjoamalla mittaamiseen ja seurantaan helpot ja hyödylliset työkalut sekä mahdollistamalla alueiden edistymisen vertailun.

STF-ohjelmassa kerättiin tietoa kestävän matkailun indikaattoreihin matkailuyrityksiltä ja destinaatioilta ensimmäisen kerran keväällä 2022, ja jatkossa indikaattoritietoa kerätään vuositasolla. Tiedonkeruu tapahtuu STF-onlinealustalla, jossa on omat indikaattorilomakkeet yrityksille ja destinaatioille.

Tämän vuosiraportin nostoissa on hyödynnetty STF-ohjelman kansallisen raportin tunnuslukuja, jotka on muodostettu vuoden 2022 indikaattorilomakkeiden ja muista datalähteistä saatavan tiedon pohjalta. Yritysten ja destinaatioiden indikaattorilomakkeiden lisäksi tietoa kerätään rajapintojen kautta mm. Tilastotietokanta

Rudolfista ja Tilastokeskukselta, ja tietoa on kerätty myös vuonna 2022 pilotoitujen asukas- ja matkailijakyselyiden avulla.

Vuonna 2022 STF-onlinealustan indikaattorilomakkeilla oli 279 yritysvastaajaa ja 36 destinaatiovastaajaa. Lomakkeet täyttäneet yritykset ja destinaatiot ovat STF-ohjelmassa mukana, ja osa on jo saanut STF-merkin. Asukaskyselyyn vastasi 2872 henkilöä ja matkailijakyselyyn 2630 henkilöä ympäri Suomen.

Kestävän kehityksen huomioiminen on entistä tärkeämpää, jopa välttämätöntä, matkailumme kasvun jatkumiselle ja kilpailukyvyyn säilymiselle.²

Kansalliset kestävän matkailun indikaattorit pohjautuvat erityisesti Euroopan matkailun indikaattorijärjestelmään (European Tourism Indicators System for sustainable destination management, ETIS). Lisäksi indikaattorijärjestelmä linkittyy Global Sustainable Tourism Councilin (GSTC) kriteeristöön kestävälle matkailulle ja YK:n Agenda 2030 kestävä kehityksen tavoitteisiin (Sustainable Development Goals, SDG) sekä Euroopan matkailukomissiolle (ETC) raportoitaviin kestävyysindikaattoreihin.

Raportti kokoaa ensimmäisen kerran yhteen julkaisuun STF-ohjelman tämän hetken indikaattorit, jotka kuvaavat Suomen kestävä matkailun tilaa vuonna 2022. Raportissa hyödynnetään myös EU:n matkailutilastoja sekä tutkimuslähteitä. Raportti sisältää myös kahdeksan innostavaa yritysesimerkkiä sekä kaksi kommenttia alan asiantuntijoilta.



KUVA: HAMMARBERG / KRISTIINANKAUPUNKI

Kestävä kehitys pähkinäkuoressa

Talous perustuu luonnonvaroihin ja niiden jalostamiseen sekä palvelujen tuottamiseen toisille ihmisille. Perinteinen lineaarinen talous on tarkoittanut luonnon raaka-aineen muuttamista jätteeksi – tässä välissä raaka-aine tuottaa arvoa ja taloudellista voittoa. Edellisen 200 vuoden teollinen aikakausi on tuottanut noin viidennekseen ihmiskunnasta merkittävää materiaalista rikkautta ja uusia toimintamahdollisuuksia.³

Taloudellisen kehityksen käänköpuolena on, että elämää ylläpitävät luonnon ekosysteemit heikkenevät jatkuvasti ja ovat vaarassa jopa romahtaa.

Kestävä talous tunnistaa, että uusiutumattomien luonnonvarojen käyttö raaka-aineena tai energian lähteenä on kestämatöntä. Tuottavuuden kasvu ja lisäarvo perustuu entistä enemmän tietoon, palveluihin ja elämyksiin eikä raaka-aineisiin ja kulutukseen. Tulevaisuuden tuotteet ovat pitkäikäisiä, muunneltavia ja korjattavia.

Tuotteita valmistetaan entistä enemmän paikallisesti kierrätettävistä ja uusiutuvista materiaaleista.

Olemme siirtymässä tuotantoon perustuvasta taloudesta palvelutalouteen, joka luo innovatiivisille ratkaisuille uutta kysyntää. Kestävä talous edistää myös oikeudenmukaisempaa yhteiskuntaa, missä talouskasvun hyödyt jakautuvat tasaisemmin.⁴

Sosiaalinen kestävyys tarkoittaa yhdenvertaisuutta, tasa-arvoa ja oikeudenmukaisuutta ihmisten välillä. Sosiaalisen kestävyuden tavoitteena on tarjota hyvinvoinnin edellytykset nykyisille ja tuleville sukupolville. Globaaleja sosiaalisen kestävyuden teemoja ovat mm. väestönkasvu, köyhyys, ruoka- ja terveydenhuolto, sukupuolten välinen tasa-arvo sekä koulutuksen järjestäminen.⁵

Sosiaalisen kestävyuden keskeinen tavoite on tasa-arvo. Tällä hetkellä epätasa-arvo estää yhtäläisen oikeuden hyvään elämään. Toiset pääsevät kouluun ja saavat elämiseen riittävät palkan ja toiset eivät. Globaalisti taloudellinen kasvu on tervetullutta ja se on tarpeellista muulle yhteiskunnalliselle kehitykselle. Kasvun tulisi kuitenkin perustua tasa-arvolle, luoda ihmisille inhimillisiä työpaikkoja sekä kunnioittaa ympäristöä.⁶

Siirrymme tuotantoon perustuvasta taloudesta palvelutalouteen. Kestävä talous on palvelualueille, kuten matkailu, hieno mahdollisuus.

Yksi sosiaalisen kestävyuden osa-alue on ihmisen henkiset tarpeet, kuten kuuluminen yhteisöön⁷. Parhaimmillaan matkailu edistää yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuutta.

Ilmastonmuutos on yksi aikamme suurimmista kriiseistä. Ilmastonmuutoksen vastaisen työn tärkeimpiä globaaleja sopimuksia ovat olleet YK:n ilmastopöytäkirja (1992), sitä täydentävä Kioto pöytäkirja (1997) sekä viimeisimpänä Pariisin ilmastopöytäkirja (2015), jossa valtaosa maailman maista sitoutuu pitämään maapallon keskilämpötilan nousun selvästi alle kahdessa asteessa⁸.

Luonnon monimuotoisuudella eli biodiversiteetillä tarkoitetaan lajien sisäistä geneettistä muuntelua, lajien runsautta ja niiden elinympäristöjen monimuotoisuutta. Luonnon monimuotoisuutta heikentää ja uhkaa elinympäristöjen köyhtyminen ja täysi katoaminen. Yleisimpiä syitä ovat maanviljely, metsähakkuut, liikenne, rakentaminen, energiantuotanto, kaivokset, jokien patoaminen, vedenotto ja saastuminen.

Lisäksi luonnon monimuotoisuutta uhkaavat ilmastonmuutos ja vieraslajit⁹.

Ihmisen toiminta nakertaa elämää ylläpitäviä ekosysteemejä ja luonnon monimuotoisuutta. Maapallon 24 tärkeimmästä elämää ylläpitävästä ekosysteemistä 15 oli vahingoittunut tai kestävämmän käytön kohteena, kertoo vuonna 2005 julkaistu maailman toistaiseksi mittavin *Ecosystem Assessment*¹⁰. Samalla luonnon ekosysteemien heikentyminen uhkaa ihmisen toimintaa. Luonnon monimuotoisuuden turvaamiseksi ja ennallistamiseksi tehdään kansainvälistä yhteistyötä. Viimeisimpänä YK:n biodiversiteettisopimuksen osapuolet päättivät joulukuussa 2022 kansainvälisistä tavoitteista muun muassa luonnonsuojeluun ja luonnonvarojen kestäväan käyttöön liittyen vuoteen 2030 mennessä.¹¹

Suurin osa maailman ihmisistä suhtautuu kestäväan kehitykseen myönteisesti, mutta passiivisesti. Tyypillisesti hyvinvointivaltioiden kansalaiset priorisoivat päätöksissä taloutta, terveydenhuoltoa ja turvallisuutta¹².

Raportti *Yhteinen tulevaisuutemme* (Our Common Future), joka tunnetaan myös nimellä Brundtlandin raportti, julkaistiin vuonna 1987. Se esitteli käsitteen **kestävä kehitys** määritelmällä *”kehitys, joka täyttää nykyajan tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuuksia täyttää omia tarpeitaan.”*¹³. Raportin pääviesti oli, että talouskasvu ei saa tapahtua tulevien sukupolvien kustannuksella¹⁴.

Kestävä kehitys pyrkii tasapainoon, jossa ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa. Kestävä kehitys nähdään ohjattuna ja jatkuvana yhteiskunnallisena muutoksena, joka tapahtuu samaan aikaan paikallisesti ja globaalisti¹⁵.

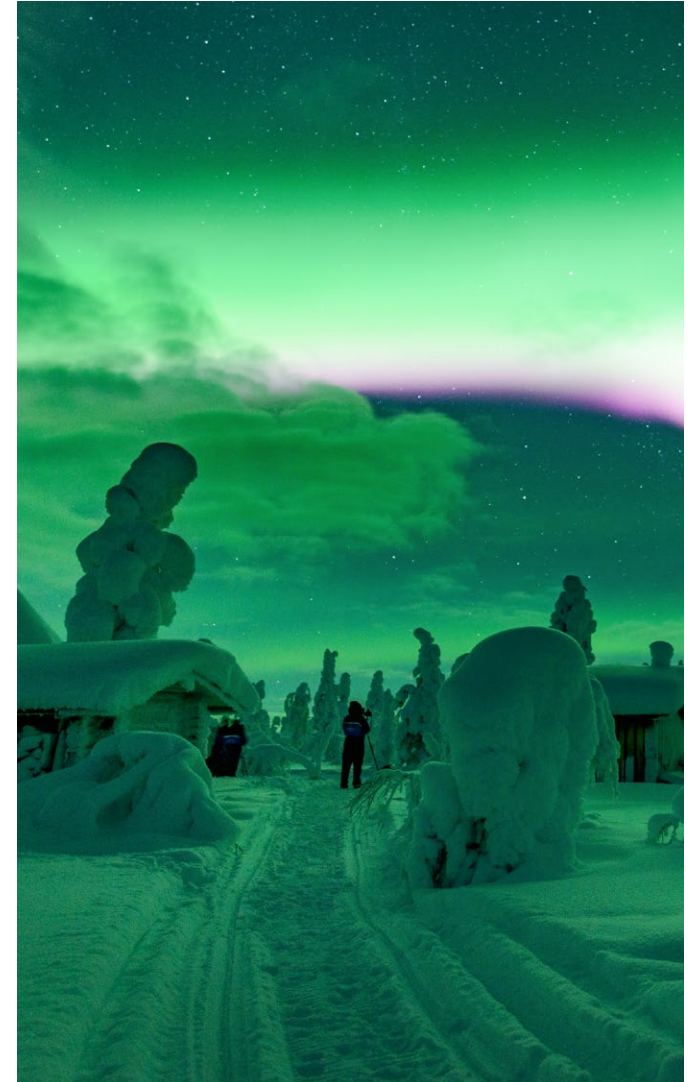
Nykyiset kestäväan kehityksen tavoitteet (Sustainable Development Goals = SDG) eli Agenda 2030 hyväksyttiin vuonna 2015. Se oli ensimmäinen kerta, kun tavoitteet ulotettiin koskemaan yleisesti kaikkia maailman maita, eikä vain kehittyviä maita ja ekologiselle kestävyydelle asetettiin useampia tavoitteita.

Agenda 2030 sisältää yhteensä 17 kestävän kehityksen tavoitetta, jotka ovat kaikki yhtä tärkeitä ja liittyvät usein toisiinsa. Alatavoitteissa 8.9. ja 12.B. matkailutoimiala mainitaan erikseen. Tavoitteiden saavuttaminen on mahdollista ainoastaan laajalla yhteistyöllä, ja siksi Agenda 2030 toteutumiseen tarvitaan sitoutumista valtion ja hallitusten lisäksi tutkimuslaitoksilta, kansalaisjärjestöiltä ja yrityksiltä¹⁶.

Virallisesti Agenda 2030:n tavoitteisiin on sitoutunut kukin YK:n jäsenmaa. 17 päätavoitteen toteutumista varten on määritelty 169 alatavoitetta ja seurantaa varten joukko erilaisia indikaattoreita. Raportoinnista vastaavat valtiot ja Suomi on halunnut olla ensimmäisten joukossa toteuttamassa vapaaehtoista seurantaa kestävän kehityksen tavoitteiden toteutumisesta.¹⁷

Kestävän kehityksen toimikunta, joka toimii nykyisin valtioneuvoston kanslian alaisuudessa, on perustettu jo vuonna 1992. Toimikunnan tehtävänä on Agenda 2030 -ohjelman toteutumisen seuranta ja arviointi Suomessa. Neljän vuoden välein tehtävässä kattavassa arvioissa selvitetään, miten kestävän kehityksen Agenda 2030 -toimeenpano etenee Suomessa. Ensimmäinen *Kestävän kehityksen tila* -raportti julkaistiin vuonna 2020.

Suomessa yrityksiä, kuntia, järjestöjä, oppilaitoksia, muita yhteiskunnallisia toimijoita ja jopa yksityishenkilöitä on sitoutettu ja kannustettu Agenda 2030 -tavoitteiden saavuttamiseen antamaan toimenpidesitoumuksia, joita kutsutaan nimellä Sitoumus2050. Kaikki sitoumukset ovat nähtävillä sitoumus2050.fi-verkkopalvelussa.



KUVA: THOMAS KAST

Kohti kestäväää matkailua

Kestävä kehitys koskettaa kaikkia toimialoja. Matkailuala on mukana muutoksessa, mikä tarkoittaa, että palveluita siirrytään tuottamaan kestävä kehityksen mukaisesti. Siten matkailu voi olla ihmisille kestävä valinta. Tavoitteena on, että kestävä kehityksen mukaisessa yhteiskunnassa kulutus kohdistuu kestäviin hyödykkeisiin, palvelujen ostoon ja kulttuuri- ja luontoharrastuksiin¹⁸. Matkailuala on keskeisessä roolissa monien kestäväää kehitystä edistävien uusien palvelukonseptien kehittämisessä ja käyttöönotossa¹⁹.

Vapaa-ajan matkailulla on sosiaalisia ja taloudellisia hyötyjä kuten suvaitsevaisuuden, elämänlaadun ja sosiaalisen hyvinvoinnin lisääntyminen²⁰. Matkakohteen tapoihin ja kulttuuriin tutustuminen ja kunnioittava vuorovaikutus paikallisten kanssa lisää ymmärrystä erilaisten ihmisryhmien välillä ja voi toimia merkittävänä tulonlähteenä paikallisyhteisölle²¹.

Vastuullinen matkailija hyödyntää myös paikallista tarjontaa, kuten opastus-, maatalo-, luontomatkailu- ja kulttuuripalveluita. Matkailun avulla voidaan parantaa maaseutualueiden monipuolisuutta ja elinvoimaisuutta. Kestävä kehitys edistää jokamiehen oikeuksien vastuullista hyödyntämistä, kuten marjojen, sienten ja luonnonkalan hyödyntämistä. Tämä tavoite toteutuu säilyttämällä riittävästi monipuolista lähiluontoa ja opastamalla kestäväää lähiluonnon hyödyntämiseen.²²

KESTÄVÄ MATKAILU PÄHKINÄNKUORESSA

Kestävä matkailu huomioi matkailun taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset nyt ja tulevaisuudessa. Lisäksi kestävässä matkailussa huomioidaan yhtäläisesti matkailijoiden, yritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeet. Tavoitteena on löytää tasapainoa ja saavuttaa kokonaisvaltaisia hyviä vaikutuksia.

VISIO 2025

Visit Finlandin visiona on, että **Suomi on johtava kestävä matkailun kohdema**. Luomme lisäarvoa yhteiskunnalle ja asiakkaillemme ainutlaatuista luontomme ja kulttuuriamme kunnioittaen. Suomi on tiedostavan matkailijan ykkösvalinta.

Tavoitteemme on, että Suomen matkailuala toimii vastuullisesti ja kestävästi.

Haluamme, että matkailuala on kestävyiden ylpeä viestinviejä.

Lähde: Visit Finlandin strategia 2021–2025

Kestävän matkailun osa-alueet voidaan karkeasti jakaa kolmeen ulottuvuuteen:

- Taloudellinen kestävyys
- Sosio-kulttuurinen kestävyys
- Ekologinen kestävyys.

Taloudellinen kestävyys varmistaa, että toimialalla on elinvoimaa pitkälle tulevaisuuteen. Matkailualan on tarkoitus tuottaa työpaikkoja ja taloudellista hyötyä monipuolisesti, tasapuolisesti ja paikallisille yhteisöille. Kestävään sosio-kulttuuriseen matkailuun kuuluu paikallisen kulttuuriperinnön vaaliminen sekä paikallisyhteisön periaatteiden ja arvojen kunnioittaminen²³. Ekologinen kestävyys tarkoittaa päästöjen vähentämistä, luonnonvarojen optimaalista käyttöä, luonnon monimuotoisuuden edistämistä, luonnonperinnön säästämistä ja luonnon puhtauden vaalimista.

Globaalisti matkailutoimialan odotetaan kasvavan. Matkailun kestävyttä voidaan tarkastella myös kantokyvyn kautta, eli milloin matkailijamäärät ja -toiminta ylittävät alueellisen kanto-

kyvyn. UNWTO on määritellyt, että matkailun kantokyky on *”enimmäismäärä ihmisiä, jotka voivat vieraila matkailukohteessa samaan aikaan aiheuttamatta fyysistä, taloudellista ja sosiokulttuurista tuhoa ja niin, ettei laatu ja vierailijoiden tyytyväisyys heikkene hyväksymättömälle tasolle”*²⁴. Matkailun kantokyky tarkoittaa siis myös paikallisten sietokyvyn ja luonnon elinkelpoisuuden huomioimista.

Ympäristön näkökulmasta kantokyvyllä tarkoitetaan sitä, minkä verran käyttäjiä tai käyttöä tietty alue kestää pitkällä aikavälillä ilman, että sillä tapahtuu merkittäviä vaurioita²⁵. Sosiaalinen kantokyky puolestaan huomioi, kuinka paljon matkailijoita voi samanaikaisesti vieraila ilman että paikallisväestön hyvinvointi alkaa laskea²⁶.

Yksi kestävän matkailun teemoista on vähentää päästöintensivistä matkailua eli matkailua, joka aiheuttaa runsaammin kasvihuonekaasupäästöjä. Keskittyminen lähimarkkinoihin, vähähiilisten matkaketjujen kehittäminen ja vierailun pidentäminen vähentävät päästöintensivistä matkailua.

VASTUULLINEN MATKAILUYRITYS

Vastuullinen matkailuyritys huomioi toimintansa sosiaaliset, kulttuuriset, taloudelliset ja ekologiset vaikutukset. Vastuullinen yritys tunnistaa oman laajemman vaikutuksensa yhteiskuntaan ja pyrkii maksimoimaan hyödyllisyytensä. Vastuullisuuden merkitys korostuu, kun toiminta kansainvälistyy ja kohderyhmänä ovat kansainväliset matkailijat. Myös rahoituksen haussa ja kumppanuuksien luomisessa vastuullisuus on entistä tärkeämpää.

Liiketoiminnan vastuullisuus ja kannattavuus eivät ole toisiaan poissulkevia vaan toisiaan tukevia asioita.

Vastuullisuuden edistäminen vaatii tietoa ja taitoa. Vuonna 2021 kotimaan destinaatiot raportoivat järjestäneensä 184 vastuullisuusvalmennusta.²⁷

EU on hyväksynyt uuden kestävyysraportoinnin Corporate Sustainability Reporting -direktiivin (CSRD), joka korvaa aiemman Non-Financial Reporting -direktiivin (NFRD). CSRD muuttaa vastuullisuuden raportointivelvoitteita merkittävästi, sillä se koskee huomattavasti laajempaa joukkoa yrityksiä kuin aiempi NFRD. Suomessa direktiivin piiriin kuuluu jopa 700 uutta yritystä, joiden joukossa on myös matkailualan yrityksiä. CSRD tuo mukanaan myös aiempaa enemmän vaatimuksia vastuullisuusraportin sisältöön ja tietojen varmennukseen liittyen.²⁸

SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND -OHJELMAN TARINA

FCG:n Visit Finlandin toimeksiannosta toteutetun *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet*-selvityksen (2018) tavoitteena oli kartoittaa Suomessa sijaitsevien matkailuyritysten vastuullisuutta ja kestävä kehityksen mukaista toimintaa. Samalla selvitettiin, mitä haasteita yritykset kokivat vastuullisen matkailun toteuttamisessa ja mitä aiheeseen liittyviä koulutustarpeita ja osaamisvajetta yrityksillä oli. Lisäksi selvitettiin, kuinka yritykset suhtautuisivat uuteen Sustainable Travel Finland -merkkiin. Selvä enemmistö kyselyyn vastanneista yrityksistä piti merkkiä hyvänä ajatuksena.²⁹

Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma kehitettiin vuosina 2018–2019 ja pilotoitiin 2019–2020. STF-ohjelman yksi perusajatuksista on tukea matkailutoimijoita Suomessa kestävä kehityksen mukaisten toimenpiteiden omaksumisessa. STF-ohjelma pyrkii edistämään kaikkia koskevaa kestävää talouskasvua, täyttä ja tuottavaa työllisyyttä sekä säällisiä matkailualan työpaikkoja.

Ohjelmalla halutaan varmistaa matkailun kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys ja kirittää matkailuelinkeinon toimia ilmastonmuutosta ja sen vaikutuksia vastaan.

Toisin sanoen, STF-ohjelma tukee erityisesti kestävä kehityksen tavoitteita 8 (ihmisarvoista työtä ja talouskasvua), 12 (vastuullista kuluttamista) sekä 13 (ilmastotekoja).

Ohjelma myös ratkaisee niitä haasteita, joita *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet*-selvityksessä (2018) tunnistettiin esimerkiksi vastuullisuuden seurantaan, koulutustarpeisiin, tiedon puutteeseen ja viestintään liittyen.

STF-ohjelma tarjoaa kehittämisspolun, jonka avulla matkailuyritysten ja destinaatioiden toimintaa voi edistää kestävä kehityksen mukaisesti, askel askeleelta. Kun yritys tai destinaatio on kulkenut koko kehittämisspolun ja täyttä ohjelman asettamat kriteerit, yritykselle tai destinaatiolle myönnetään STF-merkki.

Kyseessä ei siis ole sertifiointi, vaan kestävän matkailun tunnus: merkki, jonka saaneet yritykset ja alueet saavat käyttöönsä jatkuvan kehittämisen mallin, matkailun kestävään kehitykseen liittyvää uusinta tietoa sekä markkinointitukea ja lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa.

Destinaatioiden kehittämispolun tavoitteena on tehdä kestävän matkailun alueellisesta kehittämistä systemaattista ja pitkäjänteistä. Saman merkin alle voi koota kaikki alueen STF-merkin saaneet yritykset. Ohjelman avulla alue pystyy paremmin profiloitumaan kestävänä matkailukohteena.

Vuoden 2022 loppuun mennessä STF-ohjelmassa oli mukana jo 942³⁰ yritystä ja näistä 219³¹ oli saanut STF-merkin.

Destinaatioiden ja yritysten STF-merkin tavoitteena on:

- edistää kestävää matkailua Suomessa
- helpottaa ja yhtenäistää viestintää
- helpottaa matkailijoiden kestäviä valintoja
- edistää kestävän matkailun yhteistyötä eri toimijoiden välillä.

STF-ohjelmaan osallistuminen ja merkin hakeminen mahdollistui kesällä 2020, kun STF-ohjelma lanseerattiin pilotointivuoden päätteeksi. Ensimmäiset STF-merkit myönnettiin jo heti kesällä 2020. Vuonna 2022 kaikille STF-ohjelman yrityksille avattiin avoin ja maksuton matkailualan CO2-laskuri. Lappilaiset matkailuyritykset olivat laskurin ensimmäisiä pilottikäyttäjiä Lapin Liiton Väkky-hankkeen koordinoimana.

Vuoden 2022 loppuun mennessä STF-ohjelmassa oli mukana 67 destinaatiota, joista STF-merkin oli saanut 2 destinaatiota³². Ensimmäisenä STF-destinaation statuksen sai Posio vuonna 2020. Seuraavana statuksen sai Kristiinankaupunki vuonna 2022.

Kestävän matkailun edistäminen Suomessa ei ole mitään uutta, vaan sitä on edistetty Suomessa jo 1990-luvulta alkaen. Tulokset näkyvät matkailijoiden mielipiteissä:

90 % matkailijoista pitää Suomea kestävänä matkakohteena.³³

STF-ohjelman matkailijakyselyyn vastanneista kotimaisista matkailijoista 74 prosenttia kertoi pitävänsä matkakohdettaan vastuullisena, ja heistä 24 prosenttia kertoi matkakohteensa vastuullisuuden vaikuttaneen päätökseen vierailulla kohteessa. Ulkomailta saapuneista vastaajista matkakohdettaan piti vastuullisena 73 prosenttia, ja jopa 39 prosenttia heistä kertoi vastuullisuusasioiden vaikuttaneen päätökseen matkustaa kohteeseen.³⁴

MATKAILUALAN KÄDENJÄLKI

Pelkkä matkailun haittojen minimointi ei enää riitä. Kädenjäljellä tarkoitetaan positiivisia vaikutuksia, joita organisaatio saa aikaan palveluidensa ja tuotteidensa kautta. Kädenjäljestä hyötyvät asiakkaat ja laajemmin koko yhteiskunta.

Matkailuala irrottaa ihmiset arjestaan pysähtymään, kuuntelemaan ja näkemään ympäröivää maailmaa. Matkailualalla on suuri kädenjälkipotentiaali edistää kestävästä kehitystä.

On tunnustettu, että matkailu voi esimerkiksi edistää luonnonsuojelua, koska matkailun myötä luonto sellaisenaan on arvokas vetovoimatekijä ja luonnon tuhoutuminen, esimerkiksi rakennushankkeen tai metsähakkuiden vuoksi, olisi merkittävä menetys matkailulle.

Viime vuosina on alettu puhua myös uudistavasta matkailusta. Uudistava matkailu tarkoittaa sitä, että matkailu elvyttää tai uudistaa paikallisia olosuhteita. Uudistava matkailu tekee matkailusta paikallisille paljon houkuttelevamman, koska silloin matkailijavirrat parantavat

matkakohteen sosioekonomisia, kulttuurisia ja ekologisia olosuhteita eivätkä heikennä niitä. Konkreettisesti uudistava matkailu voi tarkoittaa vaikka sitä, että matkailijat osallistuvat alueeseen ennallistamisprojektiin tai suoraan tukevat paikallisen kulttuurin elinvoimaisuutta esimerkiksi ostamalla paikallisia perinnetuotteita tai osallistumalla kulttuuritapahtumiin.

Suosittu paimenlomat ovat hyvä esimerkki uudistavasta matkailusta. Paimenviikoilla matkailijat pääsevät lomailemaan luontomaisemissa, nauttimaan luonnosta ja kiireettömyydestä sekä samalla hoivaamaan lampaita, lehmiä tai hevosia. Samalla he osallistuvat arvokkaaseen luonnonsuojelutyöhön ja saavat hyvinvointia luonnosta.³⁵ Paimenlomia järjestävät muun muassa yksityiset toimijat ja Metsähallitus.

Kestävän kehityksen teemat vierailukokemuksen ytimessä

FAZER VIERAILUKESKUS

Fazerille vastuullisuus on matka, jonka päämäärä on parempi huomina. Kestävä kehitys oli suunnittelumme ytimessä, kun Fazer Experience Vierailukeskus avattiin 2016. Näyttelyä uudistettaessa 2022 täydennettiin erityisesti vastuullisuuden ja innovaation teemoja.

Asiantuntevan oppaan johdolla tutustutaan mm. sivuvirtojen hyödyntämiseen, vastuulliseen hankintaan, uudistavaan viljelyyn sekä ihmisten ja ympäristön hyvinvoinnista huolehtimiseen. Näyttelyssä on mahdollisuus oppia kaikilla aisteilla, vuorovaikutteisesti. Mukaansa tempaavat teokset, tarinat ja elävät kasvit ovat tärkeä osa vierailukokemusta, jossa edelleen myös makeisilla herkuttelulla on sijansa. Palautteen mukaan ”Fazer on enemmän kuin odotin” ja ”näyttely herätti ajatuksia”.

Fazer Cafén kasvipohjaisten tuotteiden tarjonta on kasvanut ja ruokahävikin syntymistä vältetään monin keinoin mm. hyödyntämällä ResQ-palvelua.

Taloudellinen arvo

Globaalisti matkailuala on ollut nopeassa kasvussa. Vuonna 2019 kansainvälisten matkailijoiden määrä nousi 1,5 miljardiin vuodessa. Saapumiset kasvoivat keskimäärin 5 prosenttia vuodessa vuosina 2009–2019 eli yhteensä jopa 63 prosenttia. Kasvun myötä matkailusta on tullut yksi maailman suurimmista elinkeinoista³⁶.

Taloukasvun keskeiseksi haasteeksi muodostuu kestävä kehityksen näkökulmasta ekosysteemien elinvoimaisuuden vaaliminen ja ihmisarvon periksi-antamaton huomioiminen tuotteissa ja palveluissa.³⁷

Taloudellinen kestävyys tarkoittaa, että taloudellista voittoa ei tehdä sosiaalisen hyvinvoinnin, kulttuurisen arvon tai luonnonympäristön kustannuksella. Matkailun tulisi luoda hyvinvointia työn ja talouden kautta – kestävästi ja pitkällä aikavälillä.

Matkailulla on erityinen taloudellinen merkitys syrjäisten alueiden elinkelpoisuudelle ja työmahdollisuuksille Suomessa ja ulkomailla³⁸. Matkailukysyntä kohdistuu erityisesti majoitus- ja ravintola-alalle, mutta myös muualle palvelu-aloille ja kulttuuriin³⁹.

Matkailualalla tavoitellaan usein kasvua talouden ja matkailijamäärien suhteen. Merkityksellistä on tarkastella kasvun laatua ja hajautumista sekä sitä, onko kasvu kestävä kehityksen periaatteiden mukaista. Liiallinen ja hallitsematon kasvu voi johtaa tilanteeseen, jossa matkailun haitat ohittavat hyödyt.

11 sukupolvea kestiekievarin pyörittäjänä

NATURE HOTEL & SPA RESORT JÄRVISYDÄN

Linnansaaren kansallispuiston lähellä sijaitsevalle Nature Hotel & Spa Resort Järvisydämelle vastuullinen toiminta ja ympäristön vaaliminen on tärkeää. Rantasalmen Porosalmella matkailutoiminta alkoi jo 1658. Toimintaa pyörittää Heiskasen suvun jo 11. ja 12. sukupolvi perinteitä ja historiaa vaalien.

Järvisydämessä panostetaan ympärivuotiseen toimintaan. Näin pyritään välttämään infrastruktuurin osa-aikainen vajaakäyttö ja luodaan ympärivuotisia työsuhteita.

Järvisydän on perheyrittäjä, jonka toiminnassa taloudellinen kannattavuus huomioidaan mm. jatkuvan seurannan, pitkäjänteisen toiminnan sekä pitkäikäisten ja laadukkaiden investointien avulla. Yritys on kasvanut voimakkaasti viime vuosien aikana ja kaikissa hankinnoissa pyritään huomioimaan ekologisuus, laatu ja pitkä käyttöikä.

Järvisydän tekee vastuullisesti työtä alueen ja koko maakunnan tunnettavuuden ja veto-voimaisuuden eteen.

YK:n Maailman matkailujärjestö (UNWTO) määrittelee liikamatkailun (overtourism) ”*matkailun vaikutukseksi kohteeseen tai sen osiin, joka vaikuttaa kohtuuttomasti kansalaisten elämänlaatuun ja/tai vierailijoiden kokemuksiin kielteisellä tavalla*”⁴⁰.

MATKAILUN TALOUSARVO

Matkailualan taloudellista elinvoimaa voidaan seurata useilla indikaattoreilla. Suomen matkailun taloudellista arvoa on perinteisesti mitattu matkailutilinpidolla, joka kuvaa laajasti matkailun talous- ja työllisyysvaikutuksia, valtakunnallisesti ja maakunnittain. Keskeisiä tietoja ovat matkailukysyntä, matkailun aikaansaama arvonnisa (bkt) ja työllisyys matkailutoimialoilla.

Vuonna 2021 kotimaisten yöpymisten määrä oli 17 miljoonaa⁴¹ ja vierailun kesko yhdessä majoitusliikkeessä keskimäärin 2,2 yötä.

Yöpymisten määrä kasvoi tasaisesti vuoteen 2019 saakka. Vuonna 2019 yöpymisiä oli yhteensä 23 miljoonaa. Koronavuosien notkahduksen (2020 14 miljoonaa ja 2021 17 miljoonaa) jälkeen taso nousi vuonna 2022 lähes ennalleen 22 miljoonaan⁴². Vierailu yhdessä STF-majoitusliikkeessä kesti vuonna 2021 keskimäärin 2,2 yötä, mutta viipymä vaihtelee alueittain: esimerkiksi Lapissa viipymä on keskimäärin 2,8 yötä ja rannikko- ja saaristoalueella vain 1,6 yötä⁴³.

Matkailukulutus Suomessa vuonna 2019 oli 16,3 miljardia euroa ja vuonna 2020 10,1 miljardia euroa.⁴⁴ Suomeen saapuvat matkailijat tuottivat hieman EU-keskiarvoa (77,64) vähemmän taloudellista arvoa per yöpyminen (67,37)⁴⁵. Matkailijoiden määrä Suomessa suhteessa alueen pinta-alaan (km²) on 44,7, ja sataa asukasta kohden koko maassa 0,03.⁴⁷

EU:n matkailutilastoissa tarkastellaan kansallista matkailun intensiteettiä jakamalla yöpymiset asukasväestöllä. Intensiteettikerroin kertoo, kuinka riippuvainen Suomen talous on matkai-

lusta; liian korkea kerroin voi kertoa liikamatkailusta ja liian alhainen kerroin matkailumaan heikosta vetovoimaisuudesta. Suomen matkailu intensiteettikerroin edustaa keskitasoa ja on 3,16⁴⁸, mikä on EU-keskiarvoa 4,1 hieman alhaisempi. Kertoimesta voi tulkita, että Suomessa matkailuala on suhteellisen hyvässä tasapainossa kysynnän ja tarjonnan suhteen.

Vuonna 2020 16 % kaikista matkailijoista oli ulkomaalaisia.⁴⁹

Matkailuala tuottaa Suomelle merkittäviä verotuloja. Matkailuala on Suomen ainut vientiala, jonka arvonnisa vero maksetaan kotimaahan.

Matkailu- ja ravintola-ala tuo valtiolle verotuloja 5,2 miljardia euroa vuodessa.⁵⁰

Palvelualoille liittyy myös harmaan talouden riskejä, ja siksi sen kitkeminen liittyy vahvasti kestäväen talouden rakentamiseen.

MATKAILUN TYÖLLISYYSVAIKUTUKSET

Matkailun tilinpidon mukaan vuonna 2021 matkailualat työllistävät 133 400 työntekijää ympäri Suomen, ja monilla alueilla matkailuala on merkittävä työllistäjä. Ala työllistää paljon nuoria (30 prosenttia työvoimasta on alle 26-vuotiaita) ja kansainvälisen luonteensa vuoksi myös paljon ulkomaalaistaustaisia henkilöitä.⁵¹

Matkailun suora vaikutus työllisyyteen on 4,9 %⁵²

Matkailualan osuus työllisyydestä on 11,3 %⁵³

MATKAILUN MONIPUOLISUUS JA YMPÄRIVUOTISUUS

Matkailutarjonnan mahdollisimman monipuolista maantieteellistä jakautumista pidetään hyvänä asiana, koska liika keskittyminen harvoille alueille tekee matkakohteista haavoittuvia ja kuormittaa kohteita. Matkailualan hajonta monipuolisesti kaupunkeihin, rannikkoalueille, maaseudulle sekä luontokohteisiin kasvattaa Suomen matkailualan resilienssiä ja taloudelliset hyödyt jakautuvat maantieteellisesti tasaisemmin tuoden aluetaloudellisia hyötyjä yhteiskuntaan laajemmin. Suomen monimuotoisuusindeksi (0,84)⁵⁴ on hieman EU-keskiarvoa pienempi (0,92).

Matkailu on perinteisesti ollut sesonkiluonteista ja kysynnän epätasaisuus voi aiheuttaa haasteita destinaatioiden kantokyvyille.

Matkailualan taloudellista kestävyyttä arvioidaan muun muassa sillä, kuinka riippuvainen matkakohde on muutamasta suurimmasta kohderyhmästään. Visit Finlandin kohdemarkkinat jakautuvat fokusmarkkinoihin (31 %: Saksa, Ruotsi ja Iso-Britannia), aktiivisiin markkinoihin

(24 %: Ranska, Espanja, Italia ja USA) ja tuetuihin markkinoihin (14 %: Benelux, Sveitsi, Itävalta, Etelä-Korea, Arabiemiirikunnat ja Kaakkois-Aasia)⁵⁵. Suomen riippuvuuskerroin kolmesta päämarkkinasta (7,75⁵⁶) on EU-maiden keskiarvoa (23,11) paljon pienempi. Tilastojen mukaan emme ole liian riippuvaisia vain muutamista markkinoista, vaan houkuttelemme matkailijoita monipuolisesti useista lähtömaista.

Tavoitteena on edistää matkailun ympärivuotisuutta siten, että matkailijavirtoja saapuu tasaisesti myös pääsesonkien ulkopuolella, jolloin tulovirtoja ja työtä on myös ympäri vuoden, eikä vain kausiluonteisesti. Suomen kausiluonteisuus eli Gini-kerroin on 0,50/1⁵⁷, joka on EU:n keskiarvoa 0,83/1⁵⁸ parempi tulos. Tosin ympärivuotisuus vaihtelee alueiden välillä; esimerkiksi STF-ohjelman rannikko- ja saaristoalueen yrityksistä 60 prosenttia ja Lapin alueen yrityksistä 63 prosenttia toimivat ympärivuotisesti, kun taas pääkaupunkiseudun ja Järvi-Suomen yrityksistä jopa 82 prosenttia pitävät ovet auki ympärivuoden.

STF-yritykset ovat auki keskimäärin 10,4 kuukautta vuodessa⁵⁹, ympärivuotisia yrityksistä on 72 %⁶⁰.

Matkailuala on vahvasti palveluala, jossa henkilöstön vaihtuvuus sekä määräaikaisuuksien ja vuorotöiden osuus voi olla suurta. Alan työntekijöistä kausiluontoisesti työskentelee keskimäärin 35 prosenttia. Ilmiössä on maantieteellisiä eroja. Lapissa kausiluonteisia työntekijöitä on jopa 49 prosenttia, Järvi-Suomessa 45 prosenttia, rannikko- ja saaristoseudulla 34 prosenttia ja pääkaupunkiseudulla vain 21 prosenttia.

Vuonna 2022 STF-ohjelman yritysten henkilöstöstä keskimäärin 65 % työskenteli kokoaikaisesti⁶¹.

ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Taloudelliseen kestävytyteen liittyy myös se, että matkailijat ovat tyytyväisiä saamiinsa palveluihin ja puitteisiin. Heidän tulisi kokea saaneensa rahoilleen vastinetta.

STF-ohjelman matkailijakyselyyn vastanneista ulkomaisista matkustajista 87 prosenttia oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä kokemukseensa matkakohteesta, ja he myös tahtoivat palata kohteeseen uudestaan. Kotimaisilla matkustajilla luku oli 94 prosenttia.⁶³

Vastuullinen yritys vastaa tiedostavan kuluttajan vaatimuksiin ja toiveisiin. Tiedostava kuluttaja haluaa kuluttaa oman arvomaailmansa mukaisesti. Hän ei arvosta vain hintaa ja laatua, vaan myös eettisyyttä ja ekologisuutta, ja näistä ominaisuuksista ollaan valmiita maksamaan.

93 % matkailijoista oli tyytyväisiä yleiseen kokemukseensa matkakohteesta.⁶²

Vastuullisuutta pitkäjänteisesti eteläpohjalaisella otteella

HÄRMÄN LIIKENNE

Yrityksemme laatu järjestelmä ISO9001 sekä ympäristöjärjestelmä ISO14001 on sertifioitu ensimmäisen kerran vuonna 2010. Siitä on alkanut työ kohti kestävä ja vastuullista matkailua omalla alueellamme. Olemme mukana Vastuu Groupin Luotettava Kumppani -ohjelmassa, ja meillä on Traficom:n Vastuullinen kuljetusyritys -sertifikaatti.

Autokalustoomme kuuluu yli sata autoa. Ne on varustettu Euro 5 ja Euro 6 -päästöluokan ympäristöystävällisillä ja pienemmän hiilijalanjäljen jättävillä moottoreilla. Työllistämme yli sata alan ammattilaista.

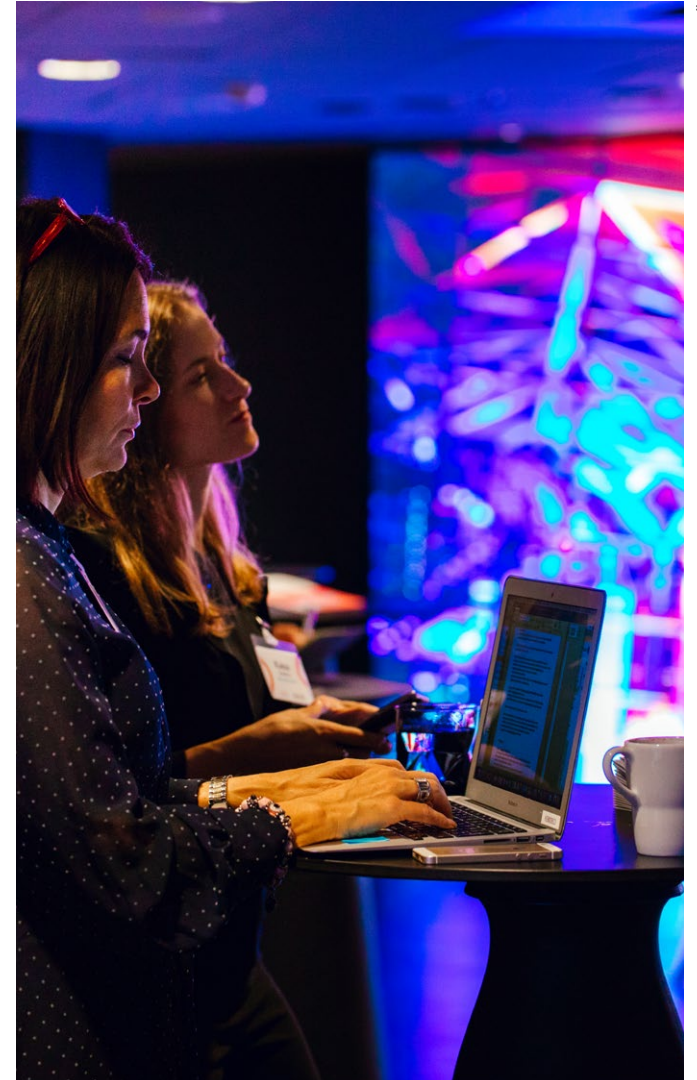
Tavoitteenamme on tarjota maakunnan parasta palvelua, joka on asiakkaille turvallista, taloudellisesti kannattavaa ja ympäristöä mahdollisimman vähän kuormittavaa.

DIGITAALISUUS

Kestävän kehityksen ohella digitalisaatio edistyy kaikilla toimialoilla. Matkailijat etsivät entistä enemmän tietoa digitaalisista tietolähteistä ja hyödyntävät digitaalisia kanavia varauksien ja ostojen tekemiseen. Digitaalisissa kanavissa aktiivisesti toimiva yritys on matkailijoille saavutettavampi. Suomessa verkkokauppamyynnin osuus on 58 prosenttia⁶⁴, mikä on EU-keskiarvoa (42 prosenttia) parempi tulos. Toisaalta suomalaisia majoituskohteita löytyy verkosta EU-keskiarvoa heikommin⁶⁵.

Sosiaalisessa mediassa suomalaiset matkailuyritykset ovat aktiivisia. 65 prosenttia yrityksistä käyttää yhtä tai useampaa sosiaalisen median kanavaa⁶⁶. EU-keskiarvo on 42 prosenttia. Internet-yhteyden nopeus matkailukohteissa (71 Mb/s), mikä on samoissa linjoissa EU-keskiarvon kanssa (75,4 Mb/s)⁶⁷.

Digitaalisin keinoin voidaan saada enemmän tietoa matkailijoiden käyttäytymisestä (esimerkiksi mobiililaitteiden paikkatietoon perustuen) ja sitä kautta vaikutuksista kohteeseen. Digitaalisuus edistää paikallisten palveluiden ja elämysten löydettävyyttä. Matkailijoille voidaan myös paremmin kohdistaa vastuullisiin tuotteisiin ja palveluihin liittyvää markkinointia.⁶⁸



KUVA: JULIA KIVELÄ

Sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus

Matkailun tulisi luoda sosiaalista ja kulttuurista lisäarvoa. Matkailu on kestävää vain, jos sitä kehitetään ja johdetaan ottaen huomioon sekä vierailijat että paikalliset yhteisöt⁶⁹.

Matkailu on mahdollisuus paikallisyhteisöille. Jotta paikallisilla olisi vahva yhteys matkailutoimialaan ja he pääsisivät hyötymään matkailusta, yhteisölle tulee järjestää keinoja osallistua. Olisi tärkeää myös välttää ruuhkia, vähentää kausiluonteisuutta, panostaa suunnitteluun, kunnioittaa kapasiteetin kantokyvyn rajoja ja matkakohteen erityispiirteitä sekä monipuolistaa matkailupalveluiden ja -tuotteiden tarjontaa⁷⁰.

Usein sosiaalisten ja kulttuuristen vaikutusten mittaaminen koetaan vaikeammaksi kuin esimerkiksi ympäristö- tai talousvaikutusten mittaaminen, sillä sosiaaliseen ja kulttuuriseen

vaikutukseen sisältyy aina enemmän subjektiivisuutta ja yleistäminen mittaamiseen kautta on vaikeampaa. Sosiaalista ja kulttuurista vastuullisuutta tukevia toimenpiteitä on kuitenkin monia. FCG:n Visit Finlandin toimeksiannosta teettämässä *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet*-selvityksessä (2018) selvisi, että vaikka yritykset kokivat sosio-kulttuurisen kestävyuden vaikeaksi ymmärtää, sitä edistäviä toimenpiteitä tehtiin kuitenkin enemmän kuin ekologiseen kestävyteen liittyviä⁷¹.

**Keskimäärin 92 %
asukkaista on tyytyväisiä
matkailun vaikutuksiin
asuinpaikkakunnallaan.⁷²**

Kestävää muotoilua maailman pohjoisimmassa keramiikkatehtaassa

PENTIK-MÄKI

Perheyhtiömme taival alkoi Posiolta 70-luvun alussa. Alusta lähtien toimintaamme on määrittänyt maalaisjärki, mikä on tarkoittanut materiaalien mahdollisimman tehokasta hyödyntämistä, ihmisistä välittämistä ja Posion elinvoimaisuudesta huolehtimista yhdessä alueen muiden toimijoiden kanssa.

Kaikki keramiikkatuotteemme suunnitellaan Suomessa ja valmistetaan omassa, maailman pohjoisimmassa keramiikkatehtaassamme. Omassa tuotannossamme Posiolla pyrimme kierrättämään ja hyödyntämään raaka-aineen mahdollisimman tehokkaasti. Tehtaallamme valmistusprosessissa rikkoutuneet lasitetut keramiikkaesineet kerätään talteen ja niistä tehdään kierrätystaideteoksia. Näitä uniikkeja kierrätyskeramiikkataideteoksia on nähtävillä esimerkiksi Pentik-mäellä Posiolla.

Vuosien saatossa Pentik-mäestä on kasvanut kokonaisvaltainen ja kulttuurintäyteinen matkailukohde Posiolla. Tavoitteenamme on tarjota vierailijoillemme ympäristöä ja alueen kulttuuriperintöä kunnioittavia elämyksiä nyt ja tulevaisuudessa.

PAIKALLISKULTTUURIN KUNNIOITTAMINEN JA ELINVOIMAISUUDEN LISÄÄNTYMINEN

Matkailuelinkeino ei saa toimia paikallisväestön hyvinvoinnin kustannuksella. Kestävässä matkailussa lähtökohtana on, että paikalliset ovat mukana hyötymässä matkailusta ja että heillä on mahdollisuuksia vaikuttaa alueelliseen matkailuun. Vaikutusmahdollisuuksia tarjoamalla varmistetaan, että paikallisasukkaat ovat tyytyväisempiä matkailun vaikutuksiin.

Suomalaiset ovat keskimäärin tyytyväisiä matkailun vaikutuksiin, mutta tyytyväisyys vaihtelee alueellisesti. Tähän vaikuttaa todennäköisesti se, että Suomessa elinkeinon harjoittaminen on vapaata, mutta sille on hyvät perussäännöt.

Myös Suomessa asuvat ovat varsin tyytyväisiä matkailun vaikutuksiin: kaikkien destinaatioiden keskiarvona 92 prosenttia paikallisasukkaista oli tyytyväisiä matkailun vaikutuksiin. Kuitenkin vain 52 prosenttia on tyytyväisiä omiin vaikutusmahdollisuuksiin matkailun kehittämisessä⁷³.

Asukkaille voisi Suomessa antaa enemmän mahdollisuuksia osallistua matkailun kehittämiseen.

Suomessa matkailuala on kasvussa, ja meilläkin koetaan jo paikoittain liikamatkailun piikkejä, jolloin matkailijavirrat ylittävät alueellisen kantokyvyn. Tyytyväisyyden ja matkailuelinkeinon sosiaalisen hyväksyttävyyden säilyttämiseksi tulee kiinnittää entistä enemmän huomiota siihen, että kasvu on kestävää ja tuottaa enemmän hyötyjä kuin haittoja.

KULTTUURIPERINNÖN VAALIMINEN

Kestävä matkailu kunnioittaa isäntäyhteisöjen sosiokulttuurista aitoutta sekä edistää rakennetun ja elävän kulttuuriperinnön säilymistä⁷⁴.

Unescon maailmanperintöluetteloa on ylläpidetty vuodesta 1972 alkaen. Unescon kansainvälisen sopimuksen tavoitteena on maailman kulttuuri- ja luonnonperinnön suojeleminen ja säilyminen tuleville sukupolville. Unescon maailmanperintökohteet ovat suosittuja matkakohteita. Suomen maailmanperintökohteet ovat:

- Suomenlinna (liitettiin maailmanperintöluetteloon 1991)
- Vanha Rauma (1991)
- Petäjäveden vanha kirkko (1994)
- Verlan puuhiomo ja pahvitehdas (1996)
- Sammallahdenmäen pronssikautinen rökkiöalue (1999)
- Struven ketju (2005)
- Merenkurkun saaristo (2006)

Lisäksi Suomessa on lukuisia muita arvokkaita kulttuurikohteita.

Unescon maailmanperintökohteita, muita kulttuurisesti merkittäviä kohteita ja geopuistoja on Suomessa 102⁷⁵, valtakunnallisesti merkittäviä rakennettuja kulttuuriympäristöjä 1471⁷⁶.

Saamelaiset ovat EU:n alueen ainoa alkuperäiskansa ja Suomessa asuu noin 10 000 saamelaista. Alkuperäiskansana saamelaisilla on oikeus ylläpitää ja kehittää kieltään ja kulttuuriaan sekä toteuttaa perinteisiä elinkeinojaan. Vuonna 2018 saamelaiskäräjät hyväksyivät vastuullisen ja eettisesti kestävä saamelaismatkailun toimintaperiaatteet. Eettisten ohjeiden tavoitteina on poistaa saamelaisuutta hyväksikäyttävä matkailu ja matkailun kautta leviävä saamelaisia koskeva väärä tieto. Tavoitteena on myös turvata matkailun ulkopuolisen väestön kulttuurikäytännöt ja perinteet.⁷⁷

KULTTUURIEN KOHTAAMINEN

Kulttuurinen kestävä kehitys pitää sisällään kulttuurisen moninaisuuden kunnioituksen sekä vuorovaikutuksen edistämisen erilaisten kulttuurien kesken⁷⁸. Matkailuala voi toimia tärkeässä roolissa myös kulttuurien kohtaamisen edistämässä, sillä se tuo yhteen monenlaisista eri taustoista tulevia ihmisiä.

Eri kulttuuritaustoista tulevien ihmisten kohtaamisessa auttaa, kun heidän osittain erilaiset

tapansa ja tarpeensa tunnetaan ja otetaan huomioon⁷⁹. Matkailualalla eri kulttuureista tulevien ihmisten kohtaaminen otetaan usein huomioon jo alan koulutusohjelmissa tarjoamalla aiheeseen liittyviä kursseja tai luentoja.

INKLUSIIVISUUS

Inklusiivisuudella tarkoitetaan yhdenvertaista ja syrjimätöntä sekä kaikkia osallistavaa ja mukaan ottavaa toimintatapaa. Inklusiivinen matkailu tarkoittaa, että jokainen asiakas ikään, sukupuoleen, fyysisiin ominaisuuksiin, seksuaalisuuteen tai uskontoon katsomatta voi käyttää palveluita ja kokea elämyksiä tasa-arvoisesti⁸⁰.

Maailman terveysjärjestön WHO:n (2011) mukaan noin 15 prosenttia maailman väestöstä, esimerkiksi seniorimatkoilijat, tarvitsevat esteettömiä palveluja, ja jopa 40 prosenttia, kun mukaan luetaan ihmiset, joilla on väliaikainen esteettömien palvelujen tarve, kuten lapsiperheet. Lisäksi matkoilijoiden joukossa on paljon eri uskontoja ja sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjä edustavia henkilöitä.⁸¹

Inklusiivisuus matkailuyrityksessä

HAWKHILL

Liityimme seksuaalista yhdenvertaisuutta edistävään We speak gay -yhteisöön vuonna 2019. Osallistuimme useampaan koulutukseen aiheesta ja keskustelimme aiheesta useamman aihepiiriin perehtyneen henkilön kanssa. Koimme, että emme voi sivuttaa seksuaalista yhdenvertaisuutta tai vain sanoa, että meille kaikki ovat tervetulleita.

Inklusiivisuus on mukana toiminnassamme koko vuoden, eikä ainoastaan Pride-viikolla ja viestimme asiasta ympäri vuoden positiivisella kulmalla. Hawkhill on mukana Helsingin alueen We speak gay -yhteisön kartassa ja verkkosivulla. Kartta löytyy myös mökkikirjojemme välistä. Sateenkaaren värit näkyvät meillä muun muassa henkilökunnan avainhihnoissa ja asiakkaiden pyykkipusseissa. Haukkamäen rinteessä istuu maataideteos, jossa yli kaksimetritoinen maahinen soittaa suvaitsevaisuuden säveliä sateenkaaritaralla kesäkaudella.

Inklusiivisuuden juna on liikkeellä, mutta matkamme on vasta alussa.

Saavutettavuutta voidaan parantaa fyysisten tilojen ja kulkureittien kautta. Ihmisten erilaisten tarpeiden huomioiminen vaatii myös tilanjaa, kommunikointia ja joustavuutta.

Viestintäkanavien saavutettavuus on myös tärkeää. Oman palvelun saavutettavuutta voi parantaa viestinnän monikielisyydellä. STF-ohjelman yrityksissä viestintää toteutetaan keskimäärin kolmella eri kielellä (suomi, ruotsi ja englanti)⁸².

Arvot ja asenteet voivat olla esteitä. Inklusiivisessa matkailussa yritys kertoo avoimesti arvoistaan ja pyrkii aktiivisesti torjumaan kielteiset ja poissulkevat ennakoasenteet. Asenteellinen esteettömyys edellyttää yrityksen tietoista päätöstä palvella kaikkia yhdenvertaisesti⁸³.

Sosiaalista kestävyttä ja inklusiivisuutta edustaa se, että tarjoaa palveluita vähemmistöryhmille. STF-ohjelman yrityksistä vasta noin kolmannes kertoo kohdistavansa palveluita liikuntarajoitteisille ja LGBTQ+-kohderyhmälle.

Voidaan olettaa, että kyselyyn vastanneet yritykset tekevät jo työtä vastuullisuuden edistämiseksi. Kaikkia yrityksiä ajatellen inklusiivisuus on vielä alkutekijöissään. Tarvitaan osaamisten edistämistä ja konkreettisia esimerkkejä, jotta inklusiivisuudesta tulee valtavirtaa. Inklusiivisuuden edistäminen parantaa myös yrityksen imagoa, asiakastytyväisyyttä ja kilpailukykyä.

Yhdenvertaisuuden tulee toteutua myös henkilöstön keskuudessa. Vuonna 2017 voimaan astuneen yhdenvertaisuuslain mukaan jokaisen yrityksen, jossa on vähintään 30 työntekijää, tulee laatia yhdenvertaisuussuunnitelma.

27 % STF-yrityksistä tarjoaa palveluita liikuntarajoitteisille ja 32 % LGBTQ+-kohderyhmälle.⁸⁴



KUVA: ALEKSI POUTANEN

Ympäristövaikutukset

Matkailun negatiiviset ympäristövaikutukset on tunnistettu jo 1980-luvulla. Ekologisesti kestävä matkailu tarkoittaa sitä, että matkailusta syntyy mahdollisimman vähän haitallisia ympäristövaikutuksia, ja että sen avulla luodaan ympäristölle myönteisiä vaikutuksia esimerkiksi vahvistamalla luontosuhdetta.

Matkailu liikuttaa ja yhdistää ihmisiä. Vapaa-ajalla matkustetaan tapaamaan sukulaisia ja tutustutaan uusiin paikkakuntiin. Valtaosa vapaa-ajanvieton negatiivisista ympäristövaikutuksista johtuu matkailusta johtuvasta liikkumisesta⁸⁵. Myös työmatkailusta syntyy merkittäviä ympäristövaikutuksia. Liikkuminen aiheuttaa jopa 29 prosenttia keskivertosuomalaisen hiilijalanjäljestä⁸⁶.

Kansainvälinen ilmailujärjestö (IATA) ennustaa lentomatkailun kysynnän kaksinkertaistuvan tulevina vuosikymmeninä ja kasvun painottuvan erityisesti kehittyviin talouksiin.

Kasvu heijastuu myös Suomen matkailumarkkinoihin ja kasvattaa ulkomailta Suomeen saapuvien matkailijoiden määrää⁸⁷.

Ekologisen kestävyuden näkökulmasta tulisi löytää tapoja vaikuttaa sekä matkojen pituuteen että matkustusmuotojen vähäpäästöisyyteen⁸⁸. Matkailualan kasvaessa päästöt eivät voi kasvaa samassa suhteessa.

Matkailun negatiiviset ympäristövaikutukset syntyvät isolta osin kiinteistöjen energiankulutuksesta, liikenteestä, jätteistä, päästöistä ja melusta. Ympäristön kuluminen on haaste erityisesti luonnoltaan herkillä alueilla.⁸⁹

Myös liikamatkailu ja ruuhkat aiheuttavat haittoja. Luontomatkailu voi häiritä luonnon ekosysteemejä, jos ihmisen toiminta esimerkiksi häiritsee lintujen pesintää.

Ilmastotyöllä turvataan suomalaiset talvet

LEVI SKI RESORT

Tuotamme Levillä ympärivuotisia rinnepalveluita sekä niihin liittyviä monipuolisia oheispalveluita arktista ympäristöämme kunnioittaen. Pitkäjänteisen työmme tuloksena olemme ensimmäinen ISO14001 sertifioitu hiihtokeskus Pohjoismaissa. Ilmastotyössämme olemme sitoutuneet mm. Glasgow'n ilmastojulistukseen ja näin edistämme osaltamme matkailualan ilmastotyötä.

Vastaamme yhteiseen ilmastohaasteeseen aidoilla teoilla: Investoimme jatkuvasti rinne- ja palveluinfran kehittämiseen, mm. siirtymällä uusiutuviin energiamuotoihin ja huolehtimalla tunturialueellamme luonnon monimuotoisuudesta. Uusin investointimme Glacier-projekti vie säilölumitekniikkaamme eteenpäin varmistuen energiatehokkaan ja pitkän lumikauden lumilajien harrastajille.

Ilmastotyössä keskeistä on keskustelu ja uuden oppiminen, jonka myötä syntyy ympäristön ja liiketoiminnan kannalta uusia järkeviä ratkaisuja. Jokaista tarvitaan mukaan ratkomaan yhteisiä haasteita; tämän vuoksi kaikkien tulisi aloittaa vastuullisuustyönsä viimeistään nyt.

ENERGIAN- JA VEDENKULUTUS

Matkailualan energiaintensiteettiä mitataan arvolla gigajoulea per miljoona matkailuun käytettyä euroa. Suomen pohjoinen sijainti merkitsee, että tiloja täytyy lämmittää ison osan vuodesta. Kesällä puolestaan saattaa olla hyvinkin lämmin, jolloin viilennys on tarpeen useissa matkailualan yrityksissä. Tämä näkyy EU:n keskiarvoa (5,41 GJ/miljoona €) huomattavasti korkeampana energiaintensiteetin arvona (10,38 GJ/miljoona €)⁹⁰.

Energiankulutus on usein yksi yrityksen merkittävimmistä ympäristövaikutuksista, eikä matkailuala tee tässä poikkeusta. STF-ohjelmassa mukana olevista yrityksistä jopa 89 prosentilla on käytössä vähintään kaksi eri keinoa energiankulutuksen vähentämiseksi, ja keskimäärin toimenpiteitä on kuusi yritystä kohden⁹¹. Tyypillisiä toimenpiteitä STF-yrityksissä energiakulutuksen pienentämiseksi olivat kulutuksen seuranta, lämpötilan säätäminen ja led-valaistukseen vaihtaminen.

Keskimäärin 68 prosenttia STF-ohjelman yritysten kuluttamasta energiasta on tuotettu uusiutuvilla energianlähteillä. Lapissa uusiutuvan energian osuus on jo 84 prosenttia, kun pääkaupunkiseudulla osuus on vasta 54 prosenttia.

STF-ohjelman yritysten uusiutuvan energian osuus energian vuosittaisesta kokonaiskulutuksesta on 68 %.⁹²

*Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet -selvityksessä (2018) matkailualan yritykset mainitsivat yleisimpinä energiaa säästävänä toimenpiteinä mm. majoitustilojen lämpötilan alentamisen sekä sähkönkulutuksen vähentämiseen liittyvät toimet saunojen ja valaistuksen osalta⁹³. MaRa:n yhdessä kestävän liiketoiminnan konsulttitoimisto Gaian kanssa laatimassa *Matkailu- ja ravintola-alan tiekartassa vähähiili-**

syyteen (2020) helposti toteutettavina energiaa säästävänä toimenpiteinä mainitaan energiatehokkuusremontit, kuten parempi eristys, aurinkosähkön tuotanto sekä kaukolämmöstä maa- lämpöön siirtyminen⁹⁴.

Myös vedenkulutus voi olla matkailualalla hyvin suurta esimerkiksi majoitus- tai kylpyläpalveluita tarjoavilla yrityksillä. STF-ohjelmassa mukana olevista yrityksistä 83 prosentilla on käytössä vähintään kaksi keinoa vedenkulutuksen vähentämiseksi ja keskimäärin toimenpiteitä on neljä kappaletta yritystä kohden⁹⁵. Sekä veden- että energiankulutusta vähentäviä toimenpiteitä ovat esimerkiksi pyyhkeiden harvempi pesittäminen, vedenkulutusta vähentävät hanat ja suihkusuuttimet sekä laitekannan uudistaminen vettä säästävämmäksi⁹⁶.

Energian- ja veden säästämiseen liittyvät toimenpiteet ja investoinnit eivät ole ainoastaan ympäristön kannalta järkeviä, vaan yritykset saavuttavat niiden avulla usein myös merkittäviä kustannussäästöjä.

LIIKENNE

Matkailun ympäristövaikutuksia minimoitaessa tulisi tarkastella mitä tapahtuu matkakohteessa, mutta myös laajemmin liikkumista ja liikennettä, jota matkailu synnyttää. Liikenne aiheuttaa noin 75 prosenttia matkailuun liittyvistä päästöistä, ja liikenteestä lentomatkustaminen aiheuttaa 40 prosenttia. Muut osa-alueet, kuten majoitus ja aktiviteetit, aiheuttavat noin 25 prosenttia päästöistä⁹⁷.

Vuonna 2021 Suomen lentomatkojen päästöintensiteetti matkustajaa kohden oli keskimäärin 193,55 kg CO₂e, mikä on 47 prosenttia EU-keskiarvoa suurempi (131,79 kg CO₂e)⁹⁸. Riippuvuutemme pitkän etäisyyden matkailijamarkkinoista (12 prosenttia) on linjassa EU:n keskiarvon kanssa⁹⁹. Suomen saavutettavuus ulkomailta on kuitenkin pitkälti lentoliikenteen varassa, ja tämä näkyi myös STF-ohjelman matkailijakyselyyn vastanneiden ulkomaalaisten matkustajien vastauksissa. Heistä 44 prosenttia kertoi pääasiallisen kulkuvälineen matkakohteeseensa olleen

lentokone. Muita eniten käytettyjä kulkuvälineitä olivat auto (28 prosenttia) ja juna (10 prosenttia). Kotimaanmatkailijoilla ylivoimaisesti eniten käytetty kulkuväline oli puolestaan henkilöauto jopa 80 prosentin osuudellaan ja toiseksi eniten käytetty kulkumuoto juna (9 prosenttia).¹⁰⁰

Matkailualan yritysten vaikutusmahdollisuudet kotimaistenkin matkailijoiden päästöihin ovat pitkien välimatkojen vuoksi rajalliset. Parhaat edellytykset vähäpäästöisen liikkumisen mahdollistamiseen on niillä yrityksillä, jotka sijaitsevat raideliikenteen solmukohdissa¹⁰¹.

Suomessa junamatkojen osuus matkustamista voista oli 10,7 % vuonna 2021.¹⁰²

Suomessa junamatkojen osuus kuljetuista matkoista on lähellä EU-keskiarvoa (12,0 prosenttia).

Ympäristökasvatusta keskellä saaristoluontoa

MUUMIMAAILMA

Muumimaaailma Oy on määritellyt yritystoiminnan arvot ja toimintaperiaatteet jo aloitusvuonna 1993. Alusta alkaen oli selvää, että haluamme säilyttää vahvan siteen Tove Janssonin luomaan muumien maailmaan ja sen antaman esimerkin mukaan toimia vastuullisesti.

Erityisesti nousi esille luonnon ja ympäristön kunnioittaminen, rakennettiinhan teemapuisto herkkään saaristoluontoon, meren äärelle. Toisena nousi esille ydinkohderyhmämme, josta kumpusi halu ottaa lasten tarpeet huomioon. Myös hyväntekeväisyys, jossa kohteena ovat lapset, on ollut tärkeä osa yrityksen toimintaa jo alusta alkaen. Kolmanneksi ymmärsimme meillä olevan suuri vastuu nuorista työntekijöistä. Monelle työpaikka Muumimaaailmassa on elämän ensimmäinen ja sen perusteella nuori luo ensimmäisen käsityksensä työn tekemisestä.

”Syntyi pitkä hiljaisuus. Sitten Nuuskamuikkunen sanoi hitaasti: Olisi kauheata, jos maapallo särkyisi. Se on niin kaunis.”

(Tove Jansson: Muumipeikko ja pyrstötähti)

*Matkailu- ja ravintola-alan tiekartassa vähähii-
lisyteen esitettyjä toimenpiteitä vähäpäästöi-
sen liikkumisen tukemiseksi ovat esimerkiksi
yhteistyökampanjat julkisen liikenteen toimi-
joiden kanssa, sähköautojen latauspaikkojen li-
sääminen sekä alennusten tarjoaminen julkisen
liikenteen valinneille asiakkaille. Lisäksi matkai-
lualan yritys voi tarjota tai vuokrata esimerkiksi
polkupyöriä asiakkaiden käyttöön¹⁰³.*

VASTUULLISET HANKINNAT

Hankinnat ovat tärkeä osa matkailualan yritys-
ten vastuullisuutta myös ympäristön näkökul-
masta. *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja
kehitystarpeet* - selvityksessä matkailualan yri-
tyksistä yli 40 prosenttia kertoi suosivansa ym-
päristömerkittyjä tuotteita hankinnoissaan¹⁰⁴.

Ympäristömerkittyjen tuotteiden ja -palvelui-
den suosimisen lisäksi yritys voi lisätä esimer-
kiksi vähäpäästöisyyden yhdeksi hankintakri-
terikseen. Muita mahdollisia toimenpiteitä
ovat kestotuotteiden suosiminen kertakäyt-
töisten sijasta sekä laadukkaisiin ja pitkäikäi-
siin tuotteisiin panostaminen. Myös kulutusta

karsimalla voidaan vähentää hankintojen ympä-
ristövaikutuksia¹⁰⁵.

Kulutustavaroiden ja tuotteiden ohella ruoka on
merkittävä osa monen matkailualan yrityksen
hankintoja. STF-ohjelmassa mukana olevista 60
prosentilla on käytössä vähintään kaksi keinoa
edistää kestävästi tuotettujen ruokatuotteiden
käyttämistä¹⁰⁶. Yritykset toteuttavat keskimäärin
kaksi kestäviä ruokavalintoja edistävää toimenpi-
dettä¹⁰⁷. STF-yrityksien suosituimpia toimenpitei-
tä olivat WWF:n kalaoppaan noudattaminen ja
luomu- ja sekä ympäristömerkittyjen elintarvik-
keiden hyödyntäminen.

Myös ruoan ilmastovaikutukset ovat tärkeässä
roolissa ympäristövastuun näkökulmasta. Asiak-
kaita voi ohjata valitsemaan vähäpäästöisempiä
vaihtoehtoja tarjoamalla runsaasti vegaani- ja
kasvisruokia sekä ilmastoystävällisistä vaihtoeh-
doista viestimällä¹⁰⁸.

JÄTTEET JA LAJITTELU

Suomessa jätelainsäädäntö velvoittaa taajamissa
ja asema- tai yleiskaavoitetuilla alueilla toimivia

yrityksiä erilliskeräämään sekajätteen lisäksi bio-
jätteen sekä lasi-, metalli-, kartonki- ja muovipak-
kausjätteet, mikäli niitä syntyy keskimäärin tietty
jätelajikohtainen kilomäärä viikossa¹⁰⁹. Moni mat-
kailuyritys toimii asema- ja yleiskaavoitusalueiden
ulkopuolella, mutta niitäkin saattaa koskea jokin
sellainen STF-ohjelman osaksi hyväksyttävä serti-
fikaatti, jolla on omia jätteisiin liittyviä kriteereitä
esimerkiksi asiakkaille tarjottaviin lajittelumahdol-
lisuuksiin liittyen. STF-ohjelmassa mukana olevat
yritykset erilliskeräävät asiakastiloissa keskimäärin
4,29 ja yrityksen omissa tiloissa keskimäärin 5,74
jätejaetta¹¹⁰. *Kestävän matkailun nykytila, haasteet
ja kehittämistarpeet* -selvityksen mukaan lajittelu
koettiin kuitenkin haastavaksi pienillä ja syrjäisillä
paikkakunnilla toimivissa yrityksissä, jollei alueella
ole biojätteen erilliskeräysmahdollisuutta¹¹¹. Myös
pienien jätemäärien kuljettamisesta aiheutuu ym-
päristöhaittoja, jos keräysmahdollisuutta ei ole.

Pakkaus- ja pakkausjäteasetuksen (1029/2021)¹¹²
sekä jätelainsäädännön uudistuksen¹¹³ myötä
pakkaus- ja biojätteiden kierrätysmahdollisuuk-
sia tullaan lisäämään myös aiempaa pienemmille
paikkakunnille.

Ravitsemuspalveluiden keskimääräinen ruokahävikki oli vuosina 2018–19 jopa 15,9 prosenttia valmistetusta ruoasta, ja esimerkiksi hotelleissa ruokahävikin määrä oli 101 grammaa asiakasta kohden¹¹⁴. Ruokahävikin ja tätä kautta biojätteen määrän vähentäminen onkin tärkeä osa ravitsemuspalveluita tarjoavien matkailualan yritysten ekologista kestävyttä, ja lisäksi jätelain (646/2011) etusijajärjestyksen mukaista¹¹⁵.

Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet -selvitykseen osallistuneista yrityksistä lähes 40 prosenttia ilmoitti, että heidän toimintansa tukee ruokahävikin vähentämistä ja hyödyntämistä¹¹⁶. Konkreettisia toimenpiteitä ruokahävikin vähentämiseksi ovat esimerkiksi hävikin säännöllisen havainnoinnin myötä tehdyt muutokset ruoan osto-, valmistamis- ja varastointivaiheessa sekä ResQ-sovelluksen¹¹⁷ hyödyntäminen. Tähteeksi jääneitä raaka-aineita voi myös jossain määrin hyödyntää uusien ruokatuotteiden valmistuksessa. Esimerkiksi hotellin aamiaiselta ylijääneitä hedelmiä voi hyödyntää mehun tai smoothien valmistuksessa¹¹⁸.

HIILINEUTRAALI MATKAILUALA 2035

UNWTO/ITF-tutkimuksen mukaan matkailun hiilidioksidipäästöt kasvoivat vähintään 60 prosenttia vuodesta 2005 vuoteen 2016¹¹⁹.

Matkailu on vastuussa arviolta noin 8 % maailman hiilidioksidipäästöistä – matkailulla on merkittävä hiilijalanjälki.¹²⁰

EU:n matkailijatilastojen mukaan Suomen matkailualan kasvihuonekaasuintensiteetti (671,97 kg/milj. euroa) on EU-keskiarvoa 80 prosenttia suurempi (372,15 kg/milj. euroa)¹²¹.

Matkailualan globaali ilmastojulistus *The Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism* lanseerattiin marraskuussa 2021. Julistuksen allekirjoittajat sitoutuvat toimimaan nyt ja nopeuttamaan ilmastotoimia vähentääk-

seen maailmanlaajuisia matkailun päästöjä vähintään puolella vuoteen 2030 mennessä ja saavuttaakseen nettonollapäästöt mahdollisimman pian ennen vuotta 2050. Kukin allekirjoittaja sitoutuu toimittamaan konkreettisen ilmastotoimintasuunnitelman tai päivitetyn suunnitelman 12 kuukauden kuluessa allekirjoittamisesta. Jo hieman yli 60 suomalaista matkailualan toimijaa on allekirjoittanut julistuksen ja sitoutunut matkailualan yhteiseen ilmastotavoitteeseen. Ilmastojulistuksen allekirjoittaneet suomalaiset matkailutoimijat julkaisevat yhteistyössä ilmastotoimenpidesuunnitelman vuoden 2023 aikana.

Vuonna 2022 säädetyin ilmastolain tavoitteena on, että Suomi on vuoteen 2035 mennessä hiilineutraali. *Matkailu- ja ravintola-alan tiekartassa vähähiilisyys* on laskettu alan nykyinen hiilijalanjälki sekä arvioidaan päästökehitys vuoteen 2035 saakka. Tiekarttatyön aikana selvitettiin, että toimialan suurimmat päästöt (93 prosenttia) aiheutuvat omien ja vuokratilojen kaukolämmön ja sähkön kulutuksesta.

Energiankulutuksen osuus alan kokonaispäästöistä tulee kuitenkin vähenemään merkittävästi tulevina vuosina johtuen Suomen kaukolämmön ja -kylmän sekä sähkön tuotannossa tehtävistä polttoainevaihdoista¹²².

STF-ohjelmassa mukana olevista yrityksistä 99 prosentilla on käytössä vähintään 2 keinoa, joilla hillitään ilmastonmuutosta¹²³ ja heillä on keskimäärin 13 ilmastonmuutosta hillitsevää toimenpidettä.¹²⁴

Hiilijalanjäljen mittaamiseen tarvittava osaminen mainittiin *Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet* -selvityksessä (2018) yhtenä niistä aihealueista, joista yritykset kaipasivat lisätietoa¹²⁵. Keskimäärin 27 prosenttia STF-ohjelman yrityksistä mittaa hiilijalanjälkeään. Osuus on melko suuri ja se kertoo siitä, että STF-ohjelmaan luotu CO2-laskuri on osattu ottaa käyttöön. Hiilijalanjälkeään selvittävät aktiivisimmin pääkaupunkiseudun STF-ohjelman yritykset (34 prosenttia).

99 % STF-ohjelman yrityksistä osallistuu aktiivisesti ilmastonmuutosta hillitseviin toimiin.¹²⁶

27 % STF-ohjelman yrityksistä mittaa hiilijalanjälkeään.¹²⁷

Pohjoisen sijaintinsa vuoksi Suomen matkailuala kuluttaa paljon energiaa ja aiheuttaa EU:n keskiarvoa enemmän kasvihuonekaasupäästöjä. Tilanne paranee, kun uusiutuviin energialähteisiin siirtyminen ja muu vihreä siirtymä saadaan Suomessa toteutettua. Luvut osoittavat, että STF-ohjelman yritykset ovat aktiivisesti mukana ilmastotyössä. STF-yritykset käyttävät enemmän uusiutuvaa energiaa (68 prosenttia) kuin kansallinen keskiarvo (40 prosenttia)¹²⁸. Vaikka puu katsotaan uusiutuvaksi energianlähteeksi, puun polttaminen on itseasiassa ilmastolle haitallinen lämmitysmuoto. Koska kaikenlaisesta energiantuotannosta aiheutuu ympäristölle haittaa, tulisi energiankäyttöä ensisijaisesti vähentää.

Kulttuuriperinnön vaalimista energiatehokkaasti ja geoenergialla

SERLACHIUS-MUSEOT

Serlachius-museot on yksityinen museo- ja matkailutoimija, joka on vahvasti sitoutunut kestävään kehittämiseen. Museolla on laajat positiiviset ympäristövaikutukset, joita syntyy taiteeseen ja metsäteollisuuteen pohjautuvan kulttuuriperinnön turvaamisesta. Tämä perintö on tärkeä osa suomalaisten kulttuuriperintöä.

Meillä kulttuuriperinnön vaaliminen näkyy museon kaikissa toiminnoissa: näyttelyissä, koelmatyössä ja palveluissa. Haitallisia vaikutuksia kuitenkin syntyy ja energiaa kuluu, kun taideteosten säilytys- ja näyttelytilojen olosuhteet on pidettävä mahdollisimman vakaina lämmityksen ja viilennyksen sekä kostutuksen ja kuivauksen avulla. Näin turvataan taideteosten ja esineiden säilyminen jälkipolville.

Energiankulutuksesta johtuvan hiilijalanjäljen pienentämiseksi olemme päättäneet siirtyä käyttämään geoenergiaa. Museon Taidesauha on jo maalämmössä. Mäntän keskustassa sijaitseva Serlachius-museo Gustaf siirtyy käyttämään maalämpöä ja -kylmää vuonna 2024 ja taidemuseo Gösta siitä pari vuotta myöhemmin.

LUONNON SÄILYMINEN

Elinvoimainen ja puhdas luonto on suomalaiselle matkailualalle elintärkeä vetovoimatekijä. Suomi on luontomatkailun ihannemaa. Meillä on paljon metsää, järviä ja soita tutustuttavaksi. Matkailukokemukset ovat keino vahvistaa ihmisten luontosuhdetta ja siten kannustaa heitä ympäristöystävälliseen elämäntapaan ja luonnonsuojelun tukemiseen myös arjessa.

Matkailua harjoitetaan myös hyvin luonnollisissa ympäristöissä. Suomessa on jokamiehenoikeus, joka mahdollistaa, että matkailuala voi myös järjestää ohjelmaa luontoon – luonto on meidän yhteistä omaisuuttamme, johon kaikilla on oikeus. Oikeuteen liittyy myös vastuu. Kun luonnossa liikutaan, tulee varmistaa, että luontoa ei tuhota ja että luonto säilyy koskemattomana. Ympäristöystävällinen luontomatkailu ei pilaa maaperää, ei jätä roskia eikä häiritse luontoa ja sen asukkaita.

Suomessa on 41 kansallispuistoa ja lukuisia luonnonsuojelualueita sekä muita retkikohteita. Näiden osuus koko Suomen pinta-alasta on 9 prosenttia.¹²⁹ Selkeästi eniten suojeltua aluetta on Lapissa (27 prosenttia pinta-alasta) ja huomattavasti vähemmän muualla Suomessa (2–3 prosenttia pinta-alasta). Suomessa on tehty paljon töitä luontomatkailun mahdollistamiseksi; meillä on kattavat määrät retkireittejä ja tauko- paikkoja. Puhtaat vetemme kutsuvat uimaan, ja lähes 90 prosenttia uimavesistämme luokitellaan erinomaisiksi¹³⁰.

STF-ohjelmassa mukana olevista yrityksistä 67 prosentilla on käytössä vähintään kaksi osallistumiskeinoa luonnon monimuotoisuuden turvaamiseen¹³¹, ja näillä yrityksillä on sitä edistäviä toimenpiteitä keskimäärin 5 kappaletta¹³². STF-yritysten suosituimpia toimenpiteitä luonnon monimuotoisuuden edistämiseksi oli mm. roskien kerääminen luonnosta, elinympäristöjen parantaminen, vieraslajien torjunta, lintupönttöjen ripustaminen ja ylläpito sekä luonnonsuojelujärjestöjen rahallinen tukeminen.



KUVA: JULIA KIVELÄ

Jatkokehitys

Pelkkä matkailuvolyymien tarkastelu ei enää riitä. Tarvitaan monipuolisempaa matkailualan mittaamista ja tarkastelua, jotta voidaan varmistaa, että matkailuala kasvaa kestävällä tavalla. Kehittämällä kestävä matkailua ja indikaattoreita voidaan varmistaa, että matkailun aiheuttamat haitat eivät ylitä sen tuomia hyötyjä – taloudellisesti, ekologisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti.

Tällä hetkellä Suomi vaikuttaisi olevan edelläkävijänä kestävä matkailun edistämässä sekä mittaamisessa mm. European Tourism Indicators System eli ETIS-järjestelmän mukaisesti. Matkailun kestävydestä kertoo tasapuolinen taloudellisten, sosio-kulttuuristen ja ekologisten vaikutusten tarkastelu. Kuten kestävydessä yleensä, tavoitteena on saavuttaa tasapaino matkailun eri vaikutusten välillä.

EU:n matkailijatilastojen lisäksi ei vielä ole kehitetty ja julkaistu monia muita kansainvälisiä tilastoja, raja-arvoja, keskiarvoja ja tavoitetasoja,

joihin vertaamalla saisimme paremman analyysin ja kuvan Suomen matkailun kestävä kehityksen eri osa-alueiden tilasta. Toivottavasti Suomen STF-ohjelma ja kestävä matkailun indikaattori-järjestelmän kehittämiseen liittyvä työ näyttää suuntaa myös muille maille. Kun kansallinen mittaaminen kehittyy ympäri maailmaa, se luo pohjaa myös paremmalle kansainväliselle vertailulle.

Kestävä matkailu on tasapainoilua hyväksyttävien rajojen ja kasvun vaatiman käytön välillä. Jatkuva muutos pitää hereillä, mutta vaatii systemaattista seurantaa, suunnittelua ja toimia.¹³³

”Matkailuyritykset tekevät jo paljon töitä kestävyden edistämiseksi matkakoh-teessa. Käsillä oleva kestävyysmurros kuitenkin tarkoittaa, että ilmastonmuutoksen ja luontokadon hidastaminen edellyttävät syvempiä muutostoimia.

Voivatko matkakohteet keskittää kansainvälistä markkinointia lähialueille lentokilometrien vähentämiseksi tai kehittää pakettimatkoja maata pitkin matkustaville? Pääosin kotimaisia matkailijoita palvelevat yritykset tekevätkin jo nyt arvokasta työtä, vaikka he eivät edistäisikään matkailun voimakasta kasvua.

Sosio-kulttuurinen kestävyys on yhtä lailla tärkeää. Millainen on matkailutoimiala ja sen matkailupalvelut, joihin paikalliset asukkaat haluavat työllistyä ja jossa he voivat hyödyntää omaa osaamistaan?”

Outi Kulusjärvi
matkailumaantieteen tutkija

Sosio-kulttuurinen kestävyys teemana tarvitsee vielä toteutuakseen enemmän tietoisuutta ja konkreettisuutta. Ekologinen kestävyys tuntuksi olevan Suomen vahvuus. Meillä ympäristöasioihin on panostettu ja puhdas luonto on matkailun tärkeä vetovoimatekijä. Haasteemme matkakohteena on huono saavutettavuus vähähiilisesti matkustaen.

Panostamalla raideliikenteeseen saataisiin vaihtoehtoja lentämiselle sekä parannettaisiin mahdollisuuksia saapua Suomeen ja matkustaa Suomen sisällä vähähiilisesti, mutta kohtuullisessa ajassa. Lisäksi useita kestäviä kulkumuotoja yhdistelevät matkaketjut tulisi saada sujuviksi. Vähähiilisten ja vastuullisten liikkumismuotojen ja saavutettavuuden kehittyminen myös lisäisi matkailun hyväksyttävyyttä.

KESTÄVYYS ON UUSI NORMI

Kokonaisen toimialan kestävyiden edistäminen vaatii rohkeaa kestävämmien toimintatapojen kyseenalaistamista. Normien ja tuttuun toimintatapojen muuttaminen on

pitkäjänteistä työtä. Visit Finlandin tavoitteena on tehdä kestävydestä uusi normi sekä Suomesta Pohjoismaiden houkuttelevin matkakohde ja maailman johtava kestävä matkailun kohdema.

STF-ohjelman tulevia kehityskohteita ovat mm. destinaation CO2-laskentamallin kehitys, asukas- ja matkailijakyselyiden lopullinen toteutusmalli sekä kestävä matkailun indikaattorijärjestelmä kokonaisuudessaan, mukaan lukien raportointityökalu. STF-ohjelmaan kehitetään koko ajan uusia indikaattoreita mm. henkilöstön työhyvinvointiin ja matkailijoiden liikkumiseen liittyen. Lisäksi STF-ohjelman digitaalinen alusta uusitaan vuonna 2023, jonka yhteydessä myös ohjelman kriteeristö sekä ohjelmaa tukeva sisältö päivitetään.

Kestävä matkailun edistäminen on pitkäjänteistä työtä, jota tehdään jatkuvan kehittämisen periaatteella.

”Suomen matkailun vetovoima on koskematon luonto, luonnon rauha ja neljä vuodenaikaa. Samanaikaisesti tuottaa matkailijoiden perille pääseminen valtavat päästöt, vaikka kohteissa ja majapaikoissa saataisiin kaikki toteutettua kestävästi.

Aidosti kestävä matkailuun ei vielä kannusteta tarpeeksi. Tälläkin hetkellä moniin kotimaan hiihtokeskuksiin nopein ja halvin tapa matkustaa tuottaa samalla myös eniten päästöjä. Esimerkiksi raidematkailusta pitäisikin tehdä houkuttelevampaa ja myös kustannuksiltaan kilpailukykyistä.

On kestävä tontti, että Suomen matkailu yhä perustuu pääasiassa ulkomailta tulevien lentomatrustajien varaan. Vasta kun tähän isoon rakenteelliseen asiaan aletaan vaikuttaa, voi matkailusta tulla aidosti kestävä. Ympäri vuotisen matkailun ohella pitääkin satsata myös siihen, että matkustaminen kohteisiin kuormittaisi luontoa mahdollisimman vähän.”

Heidi Kalmari
hallituksen puheenjohtaja, POW Finland

VINKIT STF-YRITYKSILTÄ

Pyysimme tämän raportin esimerkkeinä toimivia STF-yrityksiä antamaan vinkkejä toisille matkailualan yrityksille, miten onnistua vastuullisuustyössä. Tässä ovat heidän vinkkinsä:

- Aloita jo tänään!
- Ole kekseliäs ja hauska. Viestinnän ei tarvitse olla niin vakavaa.
- Osallistu koulutuksiin ja hae tietoa.
- Älä lannistu alun ponnisteluista, koska ne kannattavat: näin saadaan kestävän kehittämisen näkökulmat elimelliseksi osaksi kaikkien arkista toimintaa. Järjestelmä rullaa ja kehitystoimet sujuvat lähes itsestään!
- Panosta järjestelmällisyyteen. Se auttaa vähentämään sähläystä ja ryhdittää koko organisaation kaikkia toimintatapoja, muitakin kuin suoraan ympäristökysymyksiin liittyviä.
- Ota koko henkilökunta mukaan vastuullisuustyöhön ja varmista, että vastuussa olevat ihmiset omalta osaltaan pääsevät suunnittelemaan ja toteuttamaan toimenpiteitä.
- Kerro vastuullisuustoimenpiteistä rohkeasti ja avoimesti ja useassa kanavassa.
- Toteuta ympäristökasvatusta ikään sopivalla tavalla.
- Ota vastuullisuus luontevaksi osaksi yrityksen toimintaa.
- Tuo vastuullisuusteemat ja vastuullisuusteosta kertominen luontevaksi osaksi vierailukokemusta ja anna vierailijoille mahdollisuus keskustella ja kysyä näistä.
- Toteuta konkreettisia vastuutekoja yhdessä vierailijoiden kanssa. Asiakkaat ovat hyvin kiinnostuneita vastuullisuudesta, minkä vuoksi on tärkeää päivittää henkilöstön tietoa jatkuvasti.
- Allekirjoita Glasgow'n ilmastositoumus osoituksena sitoutumisesta ilmastotyöhön.

**Visit Finlandin
tavoitteena on
tehdä kestävydestä
matkailun uusi normi
ja Suomesta yksi
kestävimmistä
matkakohteista
maailmassa.**

Visit Finlandin strategia
2021–2025

**Kiitos kaikille
matkailutoimijoille
ja matkailijoille,
kun olette mukana!**

Loppusanat

Lukemasi *Kestävän matkailun tila* -vuosiraportti on ensimmäinen laatuaan. Raportissa on jo tunnistettu kestävän matkailun heikkouksia ja vahvuuksia. Vuonna 2024 julkaistavaa seuraavaa raporttia rikastetaan seurantatiedoilla, mikä tulee helpottamaan vertailtavuutta sekä raja- ja viitearvojen asettamista.

STF-ohjelman yksi perusajatuksista on tukea matkailutoimijoita Suomessa kestävän kehityksen mukaisten toimenpiteiden omaksumisessa. STF-ohjelma pyrkii omalta osaltaan edistämään kaikkia koskevaa kestävää talouskasvua, täyttä ja tuottavaa työllisyyttä sekä säällisiä matkailualan työpaikkoja. Ohjelmalla halutaan varmistaa matkailun kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys sekä kirittää matkailuelinkeinon toimia ilmastonmuutosta ja sen vaikutuksia vastaan. Kansallinen kestävän matkailun indikaattorijärjestelmä tarjoaa mallin, jolla seurata tavoitteiden toteutumista.

Vaikka kehitystä on tapahtunut kestävämpään suuntaan, vastuullisuusvaatimusten kasvaessa tuntuu matkammekin olevan vasta alussa. Kestävä matkailu on jatkuvaa tasapainoilua kohteen hallinnan, taloudellisen arvon, ympäristövaikutusten ja sosiaalisen ja kulttuurisen vaikuttavuuden välillä, mutta parhaimmillaan matkailu ei vain minimoi negatiivisia vaikutuksia vaan parantaa toimintaympäristöään kokonaisvaltaisesti. Suomella on erinomainen potentiaali toimia tässä todennettavasti edelläkävijänä ja johtaa elinkeinoamme kohti uudistavaa huomista.



KUVA: EMILIA HOISKO

Viitteet

- 1 STF-indikaattori ID A.2.1b. Matkailijakysely.
Huom. vastaajat pääosin suomalaisia matkailijoita
- 2 FCG 2018, s. 1
- 3 Salonen 2010, s. 95–96
- 4 Salonen 2010, s. 95–98
- 5 Ympäristöministeriö 2022
- 6 Halonen ym. 2017, s. 62
- 7 Salonen 2010, s. 254
- 8 Halonen ym. 2017, s. 8
- 9 Halonen ym. 2017, s. 16, 18 ja 19
- 10 Salonen 2010, s. 2
- 11 Ympäristöministeriö, 2022
- 12 Salonen 2010, s. 236
- 13 WCED 1987
- 14 Halonen ym. 2017, s. 8
- 15 Ympäristöministeriö 2022
- 16 Halonen ym. 2017, s. 11 ja 13
- 17 Halonen ym. 2017, s. 13
- 18 KULTU 2005, s. 17
- 19 KULTU 2005, s. 24
- 20 KULTU 2005, s. 116
- 21 Reilun matkailun yhdistys, n.d.
- 22 KULTU 2005, s. 27
- 23 KULTU 2005, s. 116
- 24 UNWTO 2018, s. 3
- 25 Veijola & Kyyrö, 2020, s. 21
- 26 Tokarchuk ym. 2020, s. 1
- 27 STF-indikaattori ID B.3.3. (Liite 1)
- 28 Puukkoniemi 2022
- 29 FCG, 2018, s. 1, 21 ja 31
- 30 STF-onlinealusta
- 31 STF-indikaattori ID A.1.1. STF-onlinealusta
- 32 STF-onlinealusta
- 33 STF-indikaattori ID A.2.1b. Matkailijakysely.
Huom. vastaajat pääosin suomalaisia matkailijoita
- 34 STF-ohjelman matkailijakysely 2022
- 35 Metsähallitus 2023
- 36 UNWTO 2022
- 37 Salonen 2010, s. 236
- 38 KULTU 2005, s. 116
- 39 Syke 2017, s. 29
- 40 UNWTO 2018, s. 4
- 41 STF-indikaattori ID B.1.1. Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus
- 42 STF-indikaattori B.1.11, Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus.
- 43 STF-indikaattori ID B.2.1. (Liite 1)
- 44 STF-indikaattori B.1.7. Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus
- 45 EU:n matkailutilastot: Keskimääräiset matkailukulut
(PPS / yöpyminen). PPS = Parity Purchasing
Standards. Indeksialueeseen ostovoimaan
suhteutettuna.
- 46 STF-indikaattori C.1.5. Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus
- 47 STF-indikaattori C.1.1a. Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus
- 48 EU:n matkailutilastot: Matkailun intensiteetti
(vierailut yöt / asukas)
- 49 STF-indikaattori B1.12. Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus
- 50 Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry.
Alan taloudellinen jalanjälki.
- 51 Visit Finland, Matkailun tilinpito, Tilastokeskus
- 52 STF-indikaattori ID B.3.1. Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus
- 53 EU:n matkailutilastot: Matkailun osuus työllisyydestä
(%)
- 54 EU:n matkailutilastot: Matkailun monimuotoisuus
(indeksi)
- 55 STF-indikaattori B.1.6. Tilastotietokanta Rudolf,
Tilastokeskus
- 56 EU:n matkailutilastot: Riippuvuus 3 suurimmasta
alkuperästä (%)
- 57 EU:n matkailutilastot: Matkailun kausiluontoisuus
(variaatiokerroin)
- 58 Korkea arvo kuvaa suurta kausiluonteisuutta ja pieni
arvo ympärivuotisuutta
- 59 STF-indikaattori ID B.1.11. (Liite 1)
- 60 STF-indikaattori ID B.1.13. (Liite 1)
- 61 STF-indikaattori ID B.3.2. (Liite 1)
- 62 STF-indikaattori ID A.2.1a. Matkailijakysely
- 63 STF-ohjelman matkailijakysely 2022

- 64 EU:n matkailutilastot: Verkkokauppa myynnin osuus %
- 65 EU:n matkailutilastot: Suomi: -28, EU: 5,76. Negatiiviset arvot osoittavat odotettua alhaisempaa online-näkyvyyttä suhteessa rekisteröityyn matkailun kysyntään.
- 66 EU:n matkailutilastot: Yritys käyttää sosiaalista mediaa (%)
- 67 EU:n matkailutilastot: Internet-yhteyden nopeus matkailukohteissa
- 68 Visit Finland 2019, s. 21
- 69 UNWTO 2018, s. 3
- 70 UNWTO 2018, s. 3
- 71 FCG 2018, s. 18
- 72 STF-indikaattori A.1.2a. Asukaskysely
- 73 STF-indikaattori A.1.2b. Asukaskysely
- 74 FCG 2018, s. 2
- 75 STF-indikaattori ID C5.2a. Museovirasto, Unesco, Euroopan Neuvosto
- 76 STF-indikaattori C.5.2b. Museovirasto
- 77 Saamelaiskäräjät 2023
- 78 Suomen kulttuuriperintökasvatuksen seura 2012
- 79 THL 2021 Visit Finland 2021
- 80 Visit Finland 2021
- 81 Visit Finland 2021
- 82 STF-indikaattori ID C.4.5. (Liite 1)
- 83 Visit Finland 2021
- 84 STF-indikaattorit ID C.4.1a ja C.4.1b. STF-onlinealusta
- 85 KULTU 2005, s. 26
- 86 Sitra 2018
- 87 Syke 2017, s. 28
- 88 Syke 2017, s. 29
- 89 KULTU 2005, s. 116
- 90 EU:n matkailutilastot: Matkailun energiantensiteetti
- 91 STF-indikaattori ID D.6.2. (Liite 1)
- 92 STF-indikaattori ID D.6.3. (Liite 1)
- 93 FCG 2018, s. 20
- 94 MaRa & Gaia 2020, s. 28–29
- 95 STF-indikaattorit ID D.5.2. (Liite 1)
- 96 Mara & Gaia 2020, s. 28
- 97 UNWTO 2019, s. 12
- 98 EU:n matkailutilastot: Lentomatkojen päästö-intensiteetti keskimäärin (kg CO₂ / matkustaja)
- 99 EU:n matkailutilastot: Riippuvuus pitkän etäisyyden matkailijamarkkinoista
- 100 STF-ohjelman matkailijakysely 2022
- 101 MaRa & Gaia 2020, s. 36
- 102 EU:n matkailutilastot: Junamatkojen osuus
- 103 MaRa & Gaia 2020, s. 36
- 104 FCG 2018, s. 18
- 105 MaRa & Gaia 2020, s. 37
- 106 STF-indikaattori ID D.6.2
- 107 STF-ohjelman kyselystä
- 108 MaRa & Gaia 2020, s. 35
- 109 VNA 978/2021, 21 §
- 110 STF-indikaattori ID D.3.4. (Liite 1)
- 111 FCG 2018, s.23
- 112 VNA 1029/2021, 10 §
- 113 Valtioneuvosto 2021
- 114 LUKE 2020
- 115 Jätelaki 646/2011, 8 §
- 116 Visit Finland & FCG 2018, s. 18
- 117 ResQ-sovellus välittää ravintoloiden, kahviloiden ja kauppojen ruokahävikkiä kuluttajille
- 118 MaRa & Gaia 2020, s. 35
- 119 One Planet Network 2023
- 120 Vuodelta 2018 peräisin olevissa arvioissa otettu mukaan matkailijoiden lentäminen kohteeseen sekä kuljetukset, tapahtumat, hotellit, ruoka ja ostokset kohteessa
- 121 EU:n matkailijatilastot: Matkailun kasvihuonekaasuintensiteetti (kg / milj. euroa) (2019)
- 122 MaRa & Gaia 2020, s. 19–20
- 123 STF-indikaattori ID D.2.1. (Liite 1)
- 124 STF-ohjelman kyselystä
- 125 FCG 2018, s. 23
- 126 STF-indikaattori ID D.2.1. (Liite 1)
- 127 STF-indikaattori ID D.2.1.1. (Liite 1)
- 128 TEM 2023
- 129 STF-indikaattori ID D.7.1.3. Metsähallitus, Tilastokeskus
- 130 EU:n matkailutilastot: Erinomaisten uimavesien osuus (%)
- 131 STF-indikaattori ID D.7.1. (Liite 1)
- 132 STF-ohjelman kyselystä
- 133 FCG 2018, 2

Lähteet

EU:n matkailutilastot. 2023. Saatavilla: <https://tourism-dashboard.ec.europa.eu/>

FCG suunnittelu ja tekniikka Oy. 1.9.2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. Saatavilla: https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja_kehittamistarpeet-.._.pdf

Halonen, T. et al. Ahola, S. (toim.) 2017: Kirjava käsikirja kestävään kehitykseen

Jätelaki 646/2012. Haettu 18.1.2023. Saatavilla: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110646>

KULTU. 2005. Vähemmästä enemmän ja paremmin – Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunnan ehdotus kansalliseksi ohjelmaksi. Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunta. Ympäristöministeriö ja kauppa- ja teollisuusministeri.

LUKE. 2020. Ravitsemispalveluiden elintarvikejäte. Jätteen määrä 2018–2019 ja seurannan kehittäminen. Haettu 20.1.2023. Saatavilla: https://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/545374/luke_luobio_1_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. Vastuullisuus. Haettu 18.1.2023. Saatavilla: <https://www.mara.fi/toimiala/vastuullisuus/ala-osana-suomalaista-yhteiskuntaa.html>

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry & Gaia. 2020. Matkailu- ja ravintola-alan tiekartta vähähiilisyteen. Haettu 20.1.2023. Saatavilla: <https://www.mara.fi/media/toimiala/toimiala/matkailu-ja-ravintola-alan-hiilitiekartta-loppuraportti-29.4.2020.pdf>

Metsähallitus. Paimenviikot. Haettu 22.2.2023. Saatavilla: <https://www.luontoon.fi/vapaaehtoistoiminta/paimenviikot>

One Planet Network. Glasgow Declaration. Haettu 25.1.2023. Saatavilla: <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/glasgow-declaration>

Puukkonieni, T. 2022. Sääntely kiristyy – vastuullisuusraportointi muuttuu. Directors' Institute Finland. Haettu 28.2.2023. Saatavilla <https://dif.fi/teema-artikkelit/2021/q4-hallitus-ja-sidosryhmat/saantely-kiristyy-vastuullisuusraportointi-muuttuu/>

Reilun matkailun yhdistys. N.d. Kunnioita paikallista kulttuuria ja ihmisiä. Haettu 28.2.2023. Saatavilla <https://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/kunnioita-paikallista-kulttuuria-ja-ihmisia/>

Saamelaiskäräjät 2023. Saamelaismatkailun eettiset ohjeet. Haettu 3.3.2023. Saatavilla: <https://www.samediggi.fi/saamelaismatkailun-eettiset-ohjeet/>

Salonen, Arto. 2010. Kestävä kehitys globaalien ajan hyvinvointiyhteiskunnan haasteena. Saatavilla: <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/20067>

Sitra. 2018. Keski-vertosuomalaisen hiilijalanjälki. Haettu 30.1.2023. Saatavilla: <https://www.sitra.fi/artikkelit/keski-vertosuomalaisen-hiilijalanjalki/>

Suomen Kulttuuriperintökasvatuksen seura. 2012. Kulttuurisesti kestävä kehityksen käsitteiden koonti. Kulttuurisesti kestävä kehitys -hankkeen väliraportti 2012. Haettu 30.1.2023. Saatavilla: <https://docplayer.fi/1919604-Kulttuurisesti-kestavan-kehityksen-kasitteiden-koonti.html>

Sustainable Travel International. 2018. Carbon Footprint of Tourism. Haettu 20.1.2023. Saatavilla: <https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/>

Syke. 2017. Tavoitteista toiminnaksi – kestävän kulutuksen ja tuotannon visio ja tärkeimmät toimenpiteet. Suomen ympäristökeskuksen raportteja 31/2017. Saatavilla: <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/228339>

THL. 2021. Kulttuurisensitiivinen työote. Haettu 30.1.2023. Saatavilla: <https://thl.fi/fi/web/maahanmuutto-ja-kulttuurinen-moninaisuus/tyon-tueksi/hyvia-kaytantoja/kulttuurisensitiivinen-tyoote>

Tilastokeskus. 13.04.2022. Vuosittaiset yöpymiset majoitusliikkeissä maakunnittain 1995–2021. Saatavilla: <https://stat.fi/tilasto/matk>

Tokarchuck, O., Gabriele, R. & Maurer, O. 2020. Estimating Tourism Social Carrying Capacity. *Annals of Tourism Research*. Haettu 28.2.2023. Saatavilla https://www.researchgate.net/publication/342300232_Estimating_tourism_social_carrying_capacity/fulltext/5fbc3fa6fdcc6cc65efacf/Estimating-tourism-social-carrying-capacity.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). 2023. Uusiutuva energia Suomessa. Haettu 22.3.2023. Saatavilla: <https://tem.fi/uusiutuva-energia>

UNWTO. 2018. 'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions: Executive Summary. Saatavilla: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>

UNWTO. 2019. Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector. Saatavilla: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416660>

UNWTO. 2022. From Crisis to Transformation. Saatavilla: <https://www.unwto.org/reports/from-crisis-to-transformation/from-crisis-to-transformation.html>

Ympäristöministeriö. N.d. Mitä on kestävä kehitys? Haettu 16.11.2022. Saatavilla: <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>

Ympäristöministeriö. 2022. Montrealin luontokokous COP15. Haettu 1.2.2023. Saatavilla: <https://ym.fi/montrealin-luontokokous-cop15>

Valtioneuvosto. 2021. Uusi jätteasetus velvoittaa nykyistä tehokkaampaan erilliskeräykseen ja kierrätykseen. Haettu 27.1.2023. Saatavilla: <https://valtioneuvosto.fi/-/1410903/uusi-jateasetus-velvoittaa-nykyista-tehokkaampaan-erilliskeraykseen-ja-kierratykseen>

Valtioneuvoston asetus jätteistä 978/2021. Haettu 18.1.2023. Saatavilla: <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2021/20210978>

Valtioneuvoston asetus pakkauksista ja pakkajätteestä 1029/2021. Haettu 27.1.2023. Saatavilla: <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2021/20211029#Pidm45053757910480>

Veijola, S. & Kyyrö, K. 2020. Kestävän matkailun monitieteiset mittarit kulttuuriympäristössä. *Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2020:26*. Haettu 28.2.2023. Saatavilla https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162206/VNTE-AS_2020_26.pdf

Visit Finland. Rudolf-tilastotietokanta, Tilastokeskus. Saatavilla: <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland>

Visit Finland. 2019. Suomen matkailun digitiekartta. Saatavilla: https://www.businessfinland.fi/492e08/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/suomen_matkailun_digitiekartta_2019.pdf

Visit Finland, Sustainable Travel Finland -raportti. Saatavilla: <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/sustainable-travel-finland-tilastot>

Visit Finland. Strategia 2021–2025. Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/492562/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/visit-finland-strategia-2021-2025-suomi.pdf>

Visit Finland. 2021. Inklusiivisen matkailun opas. Saatavilla: https://www.businessfinland.fi/4af114/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas-2021.pdf

WCED. 1987. Report of World Commission of Environment and Development, Our Common Future. UN Document. Saatavilla: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

Liitteet

Liite 1

Kestävän matkailun tila 2022 -raportin indikaattorit ja tilastot

Liite 2

Destinaatioiden STF-indikaattorilomake 2022, saatavilla:
<https://www.visitfinland.fi/490a00/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/stf-indikaattorilomake-2022-destinaatiot.pdf>

Liite 3

Yritysten STF-indikaattorilomake 2022, saatavilla:
<https://www.visitfinland.fi/490a00/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/stf-indikaattorilomake-2022-yritykset.pdf>

Liite 4

STF-ohjelman asukaskyselylomake 2022, saatavilla:
https://www.visitfinland.fi/490a00/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/stf-asukaskysely_fi.pdf

Liite 5

STF-ohjelman matkailijakyselylomake 2022, saatavilla:
https://www.visitfinland.fi/490a00/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/stf-matkailijakysely_fi.pdf

Kestävän matkailun tila 2022 -raportti

INDIKAATTORIT JA TILASTOT

KOHTEEN HALLINTA

ID	STF Indikaattorit	Arvo	Otanta / Osuus	Lähde	Vuosi	SDG	ETIS criteria (2016)	GSTC code
	Yrityksiä mukana STF-ohjelmassa (2022 loppuun mennessä)	942	Koko matkailuala	STF-onlinealusta	2022		A.1.1 Percentage of tourism enterprises/establishments in the destination using a voluntary certification/labelling for environmental/quality/sustainability and/or Corporate Social Responsibility measures	A4 Enterprise engagement and sustainability standards
	Destinaatioita mukana STF-ohjelmassa (2022 loppuun mennessä)	67		STF-onlinealusta				
A.1.1	STF-merkin saaneiden yritysten lukumäärä (2022 loppuun mennessä)	219	STF-ohjelman yrityksistä	STF-onlinealusta	2022	12b	A.1.1 Percentage of tourism enterprises/establishments in the destination using a voluntary certification/labelling for environmental/quality/sustainability and/or Corporate Social Responsibility measures	A4 Enterprise engagement and sustainability standards
	STF-merkin saaneiden destinaatioiden lukumäärä (2022 loppuun mennessä)	2		STF-onlinealusta				
A.1.2a	Osuus kohteen asukkaista, jotka ovat tyytyväisiä matkailun vaikutuksiin asuinpaikkakunnalla	92 %	Koko Suomi	Asukaskysely	2022	11, 17	C.5.1 Percentage of residents that are satisfied with the impacts of tourism on the destination's identity	A5 Resident engagement and feedback
A.1.2b	Osuus asukkaista, jotka ovat tyytyväisiä omiin vaikutusmahdollisuuksiin matkailun kehittämisessä	52 %	Koko Suomi	Asukaskysely	2022	11, 17	2013: A.1.1.1 Niiden asukkaiden prosenttiosuus, jotka ovat tyytyväisiä osallistumiseensa ja vaikuttamiseensa matkailun suunnittelussa ja kehittämisessä	A5 Resident engagement and feedback
A.2.1a	Osuus kyselyyn vastanneista matkailijoista, jotka ovat tyytyväisiä yleiseen kokemukseensa matkakohteesta	93 %	Koko matkailuala	Matkailijakysely	2022	11, 12	A.2.1 Percentage of tourists and same day visitors that are satisfied with their overall experience in the destination	A6 Visitor engagement and feedback
A.2.1b	Osuus kyselyyn vastanneista matkailijoista, jotka pitävät kohdetta kestäväenä matkakohteena	90 %	Koko matkailuala	Matkailijakysely	2022	11, 12	A.2.1 Percentage of tourists and same day visitors that are satisfied with their overall experience in the destination	A6 Visitor engagement and feedback

TALOUDELLINEN ARVO

ID	STF Indikaattorit	Arvo	Otanta / Osuus	Lähde	Vuosi	SDG	ETIS criteria (2016)	GSTC code
B.1.1	Yöpymisten määrä vuodessa	17 milj.	Koko matkailuala	Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus	2021	11, 12 1, 8, 9	B.1.1 Number of tourist nights per month	A8 Managing visitor volumes and activities B1 Measuring the economic contribution of tourism
B.1.11	Aukioloaikausien määrä	10,4	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2021	11, 12	B.2.2 Occupancy rate in commercial accommodation establishments per month and average for the year	A8 Managing visitor volumes and activities
B.1.12	Ulkomaalaisten matkailijoiden osuus kaikista matkailijoista	16 %	Koko Suomi	Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus	2020	8	B.1 Tourism Flow (volume & value) at the Destination	A8 Managing visitor volumes and activities
B.1.13	Ympärivuotisten matkailuyritysten osuus	72 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2021	11, 12	B.1 Tourism Flow (volume & value) at the Destination	A8 Managing visitor volumes and activities
B.1.6	Markkinajakauma; riippuvuus tietystä kohderyhmästä	Fokusmarkkinat: 31 % Aktiiviset markkinat: 24 % Tuetut markkinat: 14 %	Koko matkailuala	Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus	2022	8	B.1 Tourism Flow (volume & value) at the Destination	A8 Managing visitor volumes and activities
B.1.7	Matkailukulutus vuosittain Suomessa	10,1 mrd. €	Koko Suomi	Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus	2020	8	B.1 Tourism Flow (volume & value) at the Destination	B1 Measuring the economic contribution of tourism
B.2.1	Matkailijan keskimääräinen viipymä kohteessa (yötä) (2021)	2,2	Koko matkailuala	STF-indikaattorilomake	2021	8	B.2.1 Average length of stay of tourists (nights)	A8 Managing visitor volumes and activities
B.3.1	Matkailun suora työllisyysvaikutus kokonaistyöllisyydestä	4,90 %	Koko matkailuala	Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus	2020	1, 8, 9	B.3.1 Direct tourism employment as percentage of total employment in the destination	B1 Measuring the economic contribution of tourism
B.3.2	Sesonkityöntekijöiden määrän prosenttiosuus matkailun työllisistä	35 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2021	8, 10	B.3.2 Percentage of jobs in tourism that are seasonal	B2 Decent work and career opportunities
B.3.3	Kestävään matkailuun liittyvän koulutuksen määrä (2021)	184	Koko Suomi	STF-indikaattorilomake	2021	4, 8	B.3 Quantity and quality of employment	B2 Decent work and career opportunities

ID	Muut indikaattorit	Arvo	Otanta / Osuus	Lähde	Vuosi	SDG	ETIS criteria (2016)	GSTC code
	Matkailun intensiteetti (vierailut yöt / asukas)	3,16	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2021	8	B.1 Tourism flow (volume and value) at destination	B1 Measuring the economic contribution of tourism
	Matkailun kausiluontoisuus (variaatiokerroin)	0,5	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2021	8	B.2 Tourism enterprise(s) performance	B1 Measuring the economic contribution of tourism
	Riippuvuus 3 suurimmasta alkuperästä (%)	7,75	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2019	8	B.1 Tourism flow (volume and value) at destination	B1 Measuring the economic contribution of tourism
	Matkailun monimuotoisuus (indeksi)	0,84	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2021	8	B.1 Tourism flow (volume and value) at destination	B1 Measuring the economic contribution of tourism
	Matkailun osuus työllisyydestä (%)	11,26 %	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2019	8	B.3 Quantity and quality of employment	B2 Decent work and career opportunities
	Keskimääräiset matkailukulut (PPS / yöpyminen)	67,27	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2019	8	B.1 Tourism flow (volume and value) at destination	B1 Measuring the economic contribution of tourism
	Verkkokauppa myynnin osuus %	58 %	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2021	8	B.2 Tourism enterprise(s) performance	B8 Access for all
	Verkossa listatut majoituspaikat (indeksi)	-28	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2021	8	B.2 Tourism enterprise(s) performance	B8 Access for all
	Yritys käyttää sosiaalista mediaa (%)	65 %	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2021	8	B.2 Tourism enterprise(s) performance	B8 Access for all
	Internet-yhteyden nopeus matkailukohteissa	71 Mb/s	Koko matkailuala	EU Tourism Data	2021	8	B.2 Tourism enterprise(s) performance	B8 Access for all
SOSIAALINEN JA KULTTUURINEN VAIKUTTAUVUUS								
ID	STF indikaattorit	Arvo	Otanta / Osuus	Lähde	Vuosi	SDG	ETIS criteria (2016)	GSTC code
C.1.1a	Matkailijoiden määrä 100 asukasta kohden	0,03	Koko Suomi	Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus	2021	11, 12	C.1.1 Number of tourists/visitors per 100 residents	
C.1.5	Matkailijoiden määrä suhteessa alueen pinta-alaan (km2)	44,7	Koko Suomi	Tilastotietokanta Rudolf, Tilastokeskus	2021			A8 Managing visitor volumes and activities
C.4.1a	Osuus yrityksistä, jotka tarjoavat palveluita liikuntarajoitteisille	27 %	STF-merkin saaneista yrityksistä	STF-onlinealusta	2022	10	C.4.1 Percentage of rooms in commercial accommodation establishments accessible for people with disabilities	B5 Preventing exploitation and discrimination B8 Access for all
C.4.1b	Osuus yrityksistä, jotka tarjoavat palveluita LGBTQ+ -kohderyhmälle	32 %	STF-merkin saaneista yrityksistä	STF-onlinealusta	2022	10	C.4 Inclusion/accessibility	B5 Preventing exploitation and discrimination B8 Access for all
C.4.5	Viestinnän monikielisyys	3	STF-ohjelman yrityksistä	STF-indikaattorilomake	2022	10		
C.5.2a	Kohteiden määrä, joilla on Unescon maailmanperintökohteiden, aineettoman kulttuuriperintökohteiden, kulttuurireitistökohteiden (Euroopan neuvoston (EN)) tai Geoparks -kohteiden status	102	Koko Suomi	Museovirasto, Unesco, Euroopan Neuvosto	2022	11	C.5.2 Percentage of the destination's events that are focused on traditional/local culture and heritage 2013: C.4.1 Prosenttiosuus kohteista, johon sovelletaan kulttuuriperinnön suojelua koskevaa toimintalinjaa tai -suunnitelmaa	C1 Protection of cultural assets
C.5.2b	Valtakunnallisesti merkittävien rakennettujen kulttuuriympäristöjen määrä	1471	Koko Suomi	Museovirasto	2022	11	C.5.2 Percentage of the destination's events that are focused on traditional/local culture and heritage 2013: C.4.1 Prosenttiosuus kohteista, johon sovelletaan kulttuuriperinnön suojelua koskevaa toimintalinjaa tai -suunnitelmaa	C1 Protection of cultural assets
YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET								
ID	STF indikaattorit	Arvo	Otanta / Osuus	Lähde	Vuosi	SDG	ETIS criteria (2016)	GSTC code
D.2.1	Osuus yrityksistä, jotka osallistuvat aktiivisesti ilmastomuutosta hillitseviin toimiin	99 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	13	D.2.1 Percentage of tourism enterprises involved in climate change mitigation schemes – such as: CO2 offset, low energy systems, etc.– and 'adaptation' responses and actions	D2.1 Greenhouse gas emissions (industry criteria)
	Keskimääräinen määrä ilmastomuutosta hillitseviä toimia	13	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022		D.2.1 Percentage of tourism enterprises involved in climate change mitigation schemes – such as: CO2 offset, low energy systems, etc.– and 'adaptation' responses and actions	D2.1 Greenhouse gas emissions (industry criteria)
ID	STF indikaattorit	Arvo	Otanta / Osuus	Lähde	Vuosi	SDG	ETIS criteria (2016)	GSTC code

D.2.1.1	Osuus yrityksistä, jotka mittaavat hiilijalanjälkeään	27 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	13	D.2.1 Percentage of tourism enterprises involved in climate change mitigation schemes – such as: CO2 offset, low energy systems, etc.– and ‘adaptation’ responses and actions	D10 GHG emissions and climate change mitigation
D.3.4	Keskiarvo erikseen kierrätettyjen jättejakeiden määrästä asiakastiloissa	4,29	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	12, 14, 1	D.3.2 Percentage of tourism enterprises separating different types of waste	D2.4 Solid waste (industry criteria)
D.3.4	Keskiarvo erikseen kierrätettyjen jättejakeiden määrästä yritystiloiissa	5,74	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	12, 14, 1	D.3.2 Percentage of tourism enterprises separating different types of waste	D2.4 Solid waste (industry criteria)
D.5.2	Osuus yrityksistä, joilla on toimia vedenkulutuksen vähentämiseksi	83 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	6	D.5.2 Percentage of tourism enterprises taking actions to reduce water consumption	D1.4 Water conservation (industry criteria)
	Keskimääräinen määrä vedenkulutusta vähentäviä toimia	4	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022		D.5.2 Percentage of tourism enterprises taking actions to reduce water consumption	D1.4 Water conservation (industry criteria)
D.6.2	Osuus yrityksistä, joilla on toimia energiankulutuksen vähentämiseksi	89 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	7	D.6.2 Percentage of tourism enterprises that take actions to reduce energy consumption	D1.3 Energy conservation (industry criteria)
	Keskimääräinen määrä energiankulutusta vähentäviä toimia	6	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022		D.6.2 Percentage of tourism enterprises that take actions to reduce energy consumption	D1.3 Energy conservation (industry criteria)
D.6.3	Vuotuisesti kulutetun uusiutuvan energian osuus (Mwh) energian kokonaiskulutuksesta	68 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	7	D.6.3 Percentage of annual amount of energy consumed from renewable sources (Mwh) compared to overall energy consumption at destination level per year	D1.3 Energy conservation (industry criteria)
D.7.1	Prosenttiosuus matkailuyrityksistä, jotka tukevat aktiivisesti paikallisen biologisen monimuotoisuuden suojelua, säilyttämistä ja hallintaa	67 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022	14, 15	D.7.1 Percentage of local enterprises in the tourism sector actively supporting protection, conservation and management of local biodiversity and landscapes	D3.1 Biodiversity conservation (industry criteria)
	Keskimääräinen määrä luonnonmonimuotoisuutta edistäviä toimia	5	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022		D.7.1 Percentage of local enterprises in the tourism sector actively supporting protection, conservation and management of local biodiversity and landscapes	D3.1 Biodiversity conservation (industry criteria)
D.7.1.3	Luonnonsuojelualueiden ja kansallispuistojen osuus koko pinta-alasta	9 %	Koko Suomi	Metsähallitus, Tilastokeskus	2022	14, 15	D.7.1 Suojeluun osoitetun alueen prosenttiosuus (pinta-ala, km2) kohteesta (2013)	D2 Visitor management at natural sites
D.7.1.1	Prosenttiosuus paikallisista matkailuyrityksistä, jotka käyttävät kestävästi tuotettuja ruokatuotteita sekä luomutuotteita osana ruokapalveluitaan	60 %	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022			D2.6 Minimize pollution (industry criteria)
	Keskimääräinen määrä kestäviä ruokavalintoja edistäviä toimia	2	STF-ohjelman yrityksissä	STF-indikaattorilomake	2022			D2.6 Minimize pollution (industry criteria)
ID	Muut indikaattorit	Arvo	Otanta / Osuus	Lähde	Vuosi	SDG	ETIS criteria (2016)	GSTC code
	Lentomatkojen päästöintensiteetti keskimäärin (kg CO2 / matkustaja) (2021)	193,55	Koko Suomi	EU Tourism Data	2021	13	D.2 Climate change	D10 GHG emissions and climate change mitigation
	Matkailun kasvihuonekaasuintensiteetti (kg / milj. euroa) (2019)	671,97	Koko Suomi	EU Tourism Data	2019	13	D.2 Climate change	D10 GHG emissions and climate change mitigation
	Matkailun energiaintensiteetti (GJ / miljoonaa euroa)	10,38	Koko Suomi	EU Tourism Data	2019	7	D.6 Energy usage	D5 Energy conservation
	Junamatkojen osuus (2019)	10,66 %	Koko Suomi	EU Tourism Data	2021	9, 13, 11	D.1 Reducing transport impact	D11 Low-impact transportation
	Erinomaisten uimavesien osuus (%)	89,56 %	Koko Suomi	EU Tourism Data	2021	6, 14	D.5 Water management	D7 Water quality
	Riippuvuus pitkänetäisyyden matkailijamarkkinoista (%)	12,08 %	Koko Suomi	EU Tourism Data	2019	13, 11	D.1 Reducing transport impact	D11 Low-impact transportation