

Tuija Turunen

**MATKAILIJAN MIELIKUVIA
SUOMESTA JA SVEITSISTÄ**
Genevenjärven ja Saimaan alueilla

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma


Joulukuu 2015




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä 11.12.2015
Tekijä(t) Tuija Turunen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma
Nimeke Mielikuvia Suomesta ja Sveitsistä – Genevenjärven ja Saimaan alueilla	
Tiivistelmä Tämän opinnäytetyön aiheena on mielikuvia Suomesta ja Sveitsistä. Työni tarkoituksena on tuottaa kokemuksellista tietoa mielikuvista näistä kuvankauniista maista. Kuinka paljon matkailijoita liikkuu Suomen ja Sveitsin välillä? Mistä suomalaiset ja sveitsiläiset hankkivat matkakohteensa tietoja? Mitä mielikuvia maat herättävät? Mikä merkitys mielikuvilla ja valokuvilla on matkakohteen valinnassa? Mitkä ovat yhteisiä matkailullisia vetovoimatekijöitä? Näihin kysymyksiin etsin vastauksia, teen johtopäätöksiä ja kehitysehdotuksia. Tutkimukseni aineisto koostui tilastotiedoista näistä maista ja matkustamisesta, lukuisista kirjoista, www-sivuista ja toimeksiantajan materiaaleista. Teoreettinen osuus koski valokuvausta, mielikuvia, visuaalista lukutaitoa ja markkinointia, joista otin tärkeimmät tutkimukseni lähdeaineistoksi. Tutkimusmenetelmänä on monimenetelmällinen tutkimusmenetelmä. Tämän työn toimeksiantajana toimii Sveitsin Ystävät Suomessa ry. Tein matkailukyselyn verkkokyselynä sekä manuaalisena versiona. Kohderyhmänä oli se verkkoilijoiden liikenne, joka liikkuu Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n www-sivuilla. Tarkoituksena oli tavoittaa Suomesta ja Sveitsistä kiinnostuneita. Tein kyselyn viidellä eri kielellä: suomeksi, saksaksi, ranskaksi, italiaksi ja englanniksi. Kyselyn vastauksissa eniten käytetyt adjektiivit olivat: kaunis, rauhallinen, upea. Turvallisuus ja rauhallisuus nousivat esiin matkailijoiden mielikuvissa. Turvallisuus yhdistetään elintasoon. Molemmat maat on arvostettu onnelliseksi maaksi maailmassa. Kyselyyn vastanneiden oli helppoa kuvailla mielikuvia Suomesta ja Sveitsistä. Mielikuvat kummastakin maasta olivat luontopainotteisia. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että mailla on markkinapotentiaalia. Saimaata ja sen ympäristöä tulisi terävöittää markkinoilla, jotta differoituisimme ja asemoituisimme selkeästi muihin kohteisiin nähden. Sveitsiläisten matkailijoiden kohteena on usein kesäisin Helsinki ja talvisin Lappi. Ystävyysseurojen työ on arvokasta tiedottamisessa ja markkinoimisessa.	
Asiasanat (avainsanat) Suomi, Sveitsi, Sveitsin Ystävät Suomessa ry, mielikuvat, Saimaa, Genevenjärvi, Mikkeli, Montreux, Olavinlinna, Chillonin linna, Mannerheim	
Sivumäärä 65 s. + liitteet 11 s.	Kieli suomi
Huomautus (huomautukset liitteistä)	
Ohjaavan opettajan nimi Tuula Höglund	Opinnäytetyön toimeksiantaja Sveitsin Ystävät Suomessa yhdistys

DESCRIPTION

	Date of the bachelor's thesis 11.12.2015
Author(s) Tuija Turunen	Degree programme and option Degree Programme in Tourism Bachelor of Hospitality Management
Name of the bachelor's thesis Images of Finland and Switzerland – areas of Lac Léman and Lake Saimaa	
Abstract <p>The subject of this thesis is the images of Finland and Switzerland. The aim of this thesis is to produce experiential information about of these picturesque tourism countries.</p> <p>The purpose of this thesis is to find answers to questions which arose during the planning stage. They were as follows: How is the marketing potential of these countries? What are the common factors of tourist attraction in Finland and in Switzerland? What is the importance of photographs in choice of destination before the trip? Information for this survey was collected from statistics of these countries, several books, web pages and materials provided by the client. The theoretical part deals with photography, visual literacy and marketing, and the most important details were selected for the material of the research. The research of this work is carried out with a combination of methods.</p> <p>This thesis was commissioned by The Friends of Switzerland in Finland Association. The quantitative inquiry was carried out both in electronic and paper formats. The target group of the survey is the association web pages; The Friends of Switzerland in Finland Association who are interested in Finland and Switzerland. The sites are open to all. I can see that the respondents are interested in these countries; they had a lot of images and travel experiences of these countries.</p> <p>I did an inquiry in five different languages; Finnish, German, French, Italian and English. The most common adjectives used in this context are beautiful, magnificent, peaceful, formidable. Security and re-peace were appreciated. Security relates to the standard of living. Both countries have an acknowledged reputation of being a happy country in the world.</p> <p>The respondents did not have any difficulty in describing images of Finland and Switzerland. The images of both countries were nature-oriented. In conclusion, these countries have marketing potential. It could be stated that Saimaa and its image could be sharpened in the Swiss market in order to be differentiated and clearly positioned in relation to the other tourist attractions. The destination of Swiss people is usually Helsinki in the summer and Lapland in wintertime. The work of friendship societies is valuable as for information and marketing.</p>	
Subject headings, (keywords) Finland, Switzerland, The Friends of Switzerland in Finland Association, images, Lake Saimaa, Lac Léman, City of Mikkeli, Montreux, Olavinlinna castle, Château de Chillon, Mannerheim	
Pages 65 p. + appendix 11 p.	Language finnish
Remarks, notes on appendices	
Tutor Tuula Höglund	Bachelor's thesis assigned by Friends of Switzerland in Finland Association

SISÄLTÖ

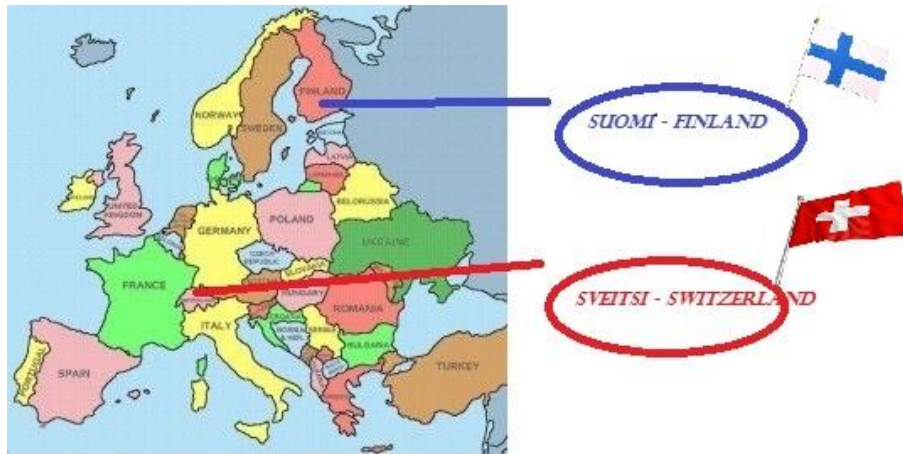
1	JOHDANTO	1
2	SVEITSIN YSTÄVÄT SUOMESSA RY	2
3	KÄSITTEISTÖÄ	3
3.1	Mielikuva.....	4
3.2	Visuaalisuus ja visuaalinen lukutaito.....	6
3.3	Digitalisoitunut valokuvaus ja internetetnografia.....	7
4	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TAVOITTEET	9
5	SUOMI MATKAILUMAANA	11
5.1	Suomen matkailulukuja	12
5.2	Saimaa ja Olavinlinna.....	15
6	SVEITSI MATKAILUMAANA	17
6.1	Sveitsin matkustuslukuja	19
6.2	Sveitsissä asuvien matkat Suomeen.....	19
6.3	Genevenjärvi ja Chillonin linna.....	21
7	YHTEISIÄ MATKAILULLISIA VETOVOIMATEKIJÖITÄ.....	23
7.1	Vesi ja linnat	24
7.2	Maailman parhaimpia lentokenttiä ja onnelliset maat	25
7.3	Hintataso ja turvallisuus	26
7.4	Marsalkka Mannerheimin jalanjäljet	28
8	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MATKAKYSELYN VASTAUKSET	31
8.1	Suomen ja Sveitsin matkailukysely	32
8.2	Matkailua koskevat kysymykset.....	37
8.3	Valokuvat.....	47
9	YHTEENVETO	51
10	POHDINTA	59
	LÄHTEET	62

LIITTEET

- 1 Liite Kutsu ja matkailukysely (suomenkielinen)
- 2 Liite Mielikuvia maista

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aihe on mielikuvia Suomesta ja Sveitsistä Saimaan ja Genevenjärven alueilla. Aihe on mielenkiintoinen johtuen pitkäaikaisesta jäsenyydestä Sveitsin Ystävät Suomessa yhdistyksessä sekä rakkaudesta Sveitsiin. Oman mielenkiintoni lisäksi uskon että olen sisäistänyt hyvin myös yhdistyksen tavoitteen viedä Sveitsi-tietoutta eteenpäin ja vastaavasti luonnollisesti myös tuoda kotimaani erinomaisuuden matkailumaana esille. Työni sisältö muodostui tähän muotoon opiskelujen aikana tekemiäni Sveitsin matkojen innoittamana, jolloin tarkastelin ja havaitsin paljon yhtäläisyyksiä maiden välillä itselleni uudesta matkailun näkökulmasta. Työni suunnitteluvaiheessa tekemiäni alkuhaastattelujen perusteella totesin, että Suomen ja Sveitsin sijaintia ei aina tiedetty. Kumpikin maa sijaitsee Euroopassa; Suomi on Pohjois-Euroopassa ja Sveitsi on keskellä Keski-Eurooppaa (kuva 1). Aiheesta tekee mielestäni tutkimuksen arvoisen näiden kahden eurooppalaisen maan markkinapotentiaali ja matkailulliset vetovoimatekijät.



SUOMEN JA SVEITSIN SIJAINNI EUROOPAN KARTALLA

KUVA 1. Euroopan kartta (Suomi ja Sveitsi Euroopassa)

Kuinka paljon matkailijoita liikkuu Suomen ja Sveitsin välillä? Mistä suomalaiset ja sveitsiläiset hankkivat matkakohteensa tietoja? Mitkä tekijät vaikuttavat matkakohteen valintaan? Mitä mielikuvia maat herättävät? Mikä merkitys mielikuvilla ja valokuvilla on matkakohteen valinnassa? Mitkä ovat yhteisiä matkailullisia vetovoimatekijöitä? Opinnäytetyössäni etsin vastauksia näihin kysymyksiin sekä myös siihen, kuinka hyvin tiettyjä sveitsiläisiä alueita ja kohteita tunnetaan Suomessa ja vastaavasti suomalaisia kohteita Sveitsissä. Kaikkein vaikeinta oli suorittaa tutkimuksen rajausta tilanteessa,

jossa eteeni aukeni upeiden, tuhansien elämyksellisten matkailukohteiden, matkailutapahtumien ja arvostettujen, historiallisten nähtävyyksien maailmat. Tein rajauksen hie-man poikkeuksellisesti keskittyen kahteen alueeseen, joita yhdistävät muun muassa vesi ja linnat. Tutkimukseni olen rajannut Saimaan alueeseen akselilla Mikkeli-Savonlinna ja Sveitsissä Genevenjärven alueeseen. Yhtenä perusteena opiskelu- ja kotikaupungit Savonlinna ja Mikkeli sekä vierailut Genevenjärven alueella. Tarkastelussani on näillä alueilla olevat kaksi keskiaikaista linnaa: Olavinlinna Savonlinnassa Suomessa ja Chillonin linna Montreux`ssä Sveitsissä. Erityisesti kiinnitin tilastotiedoissa huomiota siihen, että lähes yhtä paljon suomalaisia matkailijoita matkustaa Sveitsiin kuin sveitsiläisiä matkailijoita vastaavasti Suomeen. Sveitsiläisten matkailijoiden kohde on Suomessa usein pääkaupunkiseutu tai Lappi. Kenties tulevaisuudessa myös Saimaan alue saavuttaa samanlaisen kiinnostuksen määrän, sillä uskon alueella olevan paljon kehittämismahdollisuuksia matkailun kehittämisessä ja markkinoinnissa.

2 SVEITSIN YSTÄVÄT SUOMESSA RY

Opinnäytetyön toimeksiantajana on SYS - Sveitsin Ystävät Suomessa ry. Yhdistys on perustettu vuonna 1948, joten sen toiminta omaa pitkän historian. Yhdistyksen tarkoituksena on tehdä Suomessa tunnetuksi sveitsiläistä yhteiskuntaa, luontoa ja historiaa sekä kulttuuri- ja talouselämän saavutuksia. Ystävyysseuran tarkoituksena on ylläpitää ja kehittää Suomen ja Sveitsin välisiä hyviä suhteita järjestämällä erityyppisiä esitelmä- ja infotilaisuuksia, kulttuuritapahtumia, retkiä ja illanviettoja. Kuvassa 2 on yhdistyksen logo. (Sveitsin Ystävät Suomessa ry 2015.)

Yhdistyksen johdon muodostavat hallitus ja neuvottelukunta, jonka vuosikokous valitsee. Vuonna 2015 yhdistyksen toiminnanjohtajana on toiminut Mia Lanz ja hallituksen puheenjohtajana Veli-Pekka Tihlman. Koko maata koskevan toiminnan aktivoimiseksi on eri puolille Suomea perustettu paikallisosastoja, joita on tällä hetkellä kaksitoista. Osastoilla on paikallisosastojen vuosikokouksissa valitut hallitukset. Yhdistykset mm. järjestävät kokouksia, ruokakursseja, jäsentapaamisia, keskustelutapahtumia, stipendiaattitapaamisia. Paikallisyhdistykset tekevät yhteistyötä kansallisten ystävyysseurojen kanssa alueillaan yhteisten kurssien ja erilaisten tapaamisten muodossa. Sveitsissä toimii vuonna 1946 perustettu sisaryhdistys nimeltään Suomen Ystävät Sveitsissä -

Schweizerische Vereinigung der Freunde Finnlands, SVFF. (Sveitsin Ystävät Suomessa 2015.)



KUVA 2. Sveitsin Ystävät ry:n logo (Sveitsin Ystävät Suomessa ry)

Ystävyysseura tekee paljon yhteistyötä eri tahojen kanssa. Niitä ovat muun muassa sisaryhdistys Sveitsissä, Sveitsin Helsingin suurlähetystö ja matkatoimisto Fins-Tours sa. Yhdessä sveitsiläisen sisaryhdistyksen kanssa aloitetun tilauslentojen järjestämisen ansiosta parhaimpina aikoina yhdistys toteutti Sveitsiin keskimäärin 3-5 tilauslentoa vuodessa. Kuusikymmentäkahdeksan vuotta toimineella yhdistyksellä on ollut runsaasti erilaista aktiivista toimintaa vuosikymmenten aikana ja toiminta on hyvin aktiivista edelleen. Yhdistys on vastaanottanut arvovaltaisia sveitsiläisiä tiedemiehiä, asiantuntijoita ja taiteilijoita, jotka ovat tehneet maansa yhteiskuntaelämän ja kulttuurin eri aloja tunnetuksi suomalaiselle yleisölle. Usein nämä tilaisuudet on järjestetty yhdessä Sveitsin Helsingin suurlähetystön kanssa. Vuonna 1963 yhdistykseen perustettiin stipendiraasto, jonka tarkoitus on myöntää apurahoja Sveitsin kansalaisille, joilla on tavoitteena tutustua maassamme Suomen kulttuuriin sekä tehdä sitä tunnetuksi Sveitsissä kirjoituksin, esitelmin ym. vastaavien keinoin. Kielikurssit, taidenäyttelyt, erilaiset vierailut, stipendiaattitoiminta, valmismatkatoiminta, vuosittaisille matkailumessuille osallistuminen ja erilaiset kulttuurivaihdot ovat tuoneet jatkuvasti uudenlaisia kanavia yhdistyksen toiminnan tavoitteiden edistämiseksi. Yhdistyksellä on monipuoliset, uudistuneet WWW-sivut (www.sys.fi). (Sveitsin Ystävät Suomessa 2015; Vaahtolampi 2008.)

3 KÄSITTEISTÖÄ

Me elämme maailmassa, jossa visuaalisuus on tärkeä osa viestintää ja markkinointia. Kaiken kuvatulvan keskellä altistumme visuaaliselle informaatiolle tiedostaen tai tiedostamatta. Siksi on tärkeää osata tulkita visuaalista informaatiota oikein ja valikoiden.

Matkailijat ja heidän tiedonetsintänsä matkakohteista ovat usein suuren kuvatulvan ja sosiaalisen median tulkintoja. Internetsivustoilla ja mainoksissa olevat kuvat pysäyttävät ja vaikuttavat katsojaan saaden viestin menemään perille tai saaden aikaan vastareaktion ja nimenomaan mielikuvien kautta. Juuri sillä hetkellä emme välttämättä havaitse viestin vaikutusta, mutta koemme tuttuuden ja turvallisuuden tunteen kohdatessamme valokuvan, maalauksen, mainoksen ja viestin sisällön uudelleen, ehkä kenties eri yhteyksissä. Tähän mainontaa voi perustua markkinoinnissa. Erilaisia ihmisiä puhuttelevat erilaiset kuvat. Tuulaniemen (2013) mukaan visualisointi on vahvempi kommunikatiiväline kuin kirjoitettu sana; se konkretisoi esitystä jopa vahvemmin kuin puhuttu kieli (Tuulaniemi 2013, 115). Avaan ohessa käsitteitä mielikuva, visuaalinen lukutaito, digitalisoitunut valokuvaus ja internetetnografia.

3.1 Mielikuva

Sidosryhmien mielikuviin kohteesta haluavat vaikuttaa monet vaikuttajat kuten esimerkiksi matkakohteen markkinoijat. Yleensä tärkein kohderyhmä ovat potentiaaliset asiakkaat. Perustoiminnoiltaan saman tasoisten matkakohteiden kilpailussa voiton vie se, joka pystyy tuottamaan lisäarvoa asiakkailleen. Mielikuva on enemmän kuin todellisuus. Tämän vuoksi asiakkaan kokema arvo, mielikuvan tuottama lisäarvo, on keskeisessä asemassa. (Poikolainen ym. 1994, 35, 38-39.) Karvosen (1999) mukaan imagosta puhuttaessa on muistettava sanan kaksinaisuus: Yhtäältä asiasta puhutaan jonakin ulkoisena, visuaalisena ja viestinnällisenä, ja toisaalta siitä puhutaan ihmismielen ja sisäisen mielikuvan asiana. (Rötkönen 2013, 12.) Alppimaan imagoon liitetään usein vapaana kulkeva onnellinen lehmä (kuva 3).

Ihmisillä on vain mielikuvia ja mielikuvien avulla tehdään kaikki maailmaa koskeva tiedon ja tunteiden käsittely. Kaikki formaalisimmat kuvaukset ja teoriat maailmassa ovat syntyneet mielikuvien varassa. Mielikuvilla on kuvien kaltaisia ominaisuuksia, mutta ne eivät ole varsinaisesti kuvia. Mielikuvat ovat privaatteja, henkilökohtaisia kokemuksia ja jokaisen ihmisen omia mielensisältöjä, eräänlaista sisäistä puhetta. Ihmisillä on ollut edessään informaatioähyä kautta historian ja silti on onnistuttu jäsentämään se hahmotettavaksi kokonaisuudeksi. Jotta on mahdollista toimia, tarkastella asioita, muistaa niitä ja keskustella tarvitsemme kulttuurin, tapojen ja oppisen mahdollisuudet. Mielikuviaan voi jatkuvasti täydentää ja antaa uusia merkityksiä, värittää värein ja tunnelatauksin. (Lindroos ym. 2005, 18-15.)



KUVA 3. Lehmät yhdistetään Alppimaan imagoon (Tuija Turunen)

Imagolla on tärkeä rooli kiinnostuksen kasvutekijänä tiettyä maata kohtaan ja matkailijan kohdevalintaprosessissa. Matkailijan kohdevalinnan tärkein vaihe on kohteesta ennen matkaa tapahtuva mielikuvan muodostaminen. (Saraniemi & Komppula 2003, 10). Mielikuvissa on Baloglyn & McClearyn (1999) mukaan havaittu eroja niiden ihmisten välillä, jotka ovat tai eivät ole käyneet matkakohteessa. Kohteessa käymättömät joutuvat muodostamaan käsityksensä toisen käden tiedon perusteella, kuten esitteiden, suusanallisen viestinnän sekä median välityksellä. Kohteessa käyneet voivat yhdistää keräämänsä vaikutelmat ja tehdä vertailua. Markkinoitaan laajentamaan pyrkivien matkakohteiden tulee vaikuttaa potentiaalsiin asiakkaisiin, jotka eivät ole koskaan käyneet kohteessa. Heidän mielikuvansa on tärkeää tietää, jotta esimerkiksi väärinkäsitykset voidaan korjata. (Saraniemi & Komppula 2003, 10-11.)

Matkailun edistämiskeskus teetti vuoden 2002 aikana haastattelututkimuksen Suomen matkailullisesta imagosta Suomen päämarkkina-alueilla Saksassa, Ruotsissa, Venäjällä, Isossa-Britanniassa, Alankomaissa, Italiassa ja Ranskassa. Tutkimuksessa todettiin, että Suomen yleinen imago on luontopainotteinen, talvisiin olosuhteisiin ja pohjoiseen sijaintiin keskittyvä. Suomesta syntyviä positiivisia mielikuvia kuvattiin muun muassa sanoilla hyvä, kiva, eksoottinen, vieraanvarainen, ystävällinen ja alkuperäinen. (Saraniemi & Komppula 2003, 2.) Sveitsi herättää yleensä hyvin kliseisiä mielikuvia vuoris-

toista, Alppi majoista, vuohipaimenista, kelloista, juustoista ja suklaatuotannosta. Mielikuvat ovat voineet syntyä esimerkiksi Sveitsissä kuvattujen elokuvien, median ja tuotemarkkinoinnin kautta.

3.2 Visuaalisuus ja visuaalinen lukutaito

Suuri osa ihmisen ympärillä esiintyvistä informaatiosta tulee näköaistin kautta. Ihmisen tietoiseen ja tiedostamattomaan ajatusmaailmaan kulkee jopa 75 prosenttia ensin silmien kautta. Tällä mahdollisuudella on suuri merkitys esimerkiksi markkinoinnissa ja mainonnassa. (Nieminen 2003, 8). Samaan aikaan itse valokuvan asema ja arvostus valokuvana on laskemassa digitaalisuuden ja valtavan kuvatarjonnan myötä. Nykykulttuurissa visuaalisuudella tulee olemaan suuri merkitys, sillä ihmisiltä edellytetään perinteisen lukutaidon lisäksi myös medialukutaitoa kuten tulkita valokuvien merkitystä. Kuvien tarkoituksena ei ole puhutella vain ihmisen ajattelua tai älyä vaan luoda kokemuksen tunteen ja elämyksen kuten kuvassa 4. Opinnäytetyöni kyselyssä olleilta kuvilta en alun perin odottanut kovin erilaisia kuvatulkitintoja, mutta mielestäni kuvien olemassaolo on välttämätöntä käsiteltäessä kuvankauniita matkailumaita ja mielikuvia niistä.



KUVA 4. Sveitsin Rivieraksi kutsuttu rantakatu. Montreux (Tuija Turunen)

Visuaalisen kulttuurin tutkimuksesta alettiin yleisemmin keskustelemaan vasta 1990-luvun aikana. Tuolloin käsite alkoi levittäytyä kuvallisia medioita tutkivien tieteiden

oheen. Uuden tutkimusalueen syntyyn vaikuttivat jo aiemmin 1970-luvulla akateemisiin piireihin päässyt elokuva- ja valokuvatutkimus, televisiotutkimus sekä kulttuurin ja yhteiskunnan erilaisia visuaalisia järjestyksiä tarkasteleva tutkimus. (Seppänen 2005, 35.)

Kuvallinen ilmaisu vetoaa aina vastaanottajien tunteisiin sekä synnyttää usein miten välittömämmin elämyksiä kuin sanallinen viestintä. Visuaalisten viestien voimaan luottaa myös mainonta. Kuvat voivat kuitenkin välittää myös käsitteellisiä viestejä, informaatiota ja merkityksiä siinä missä sanallinenkin viestintä. Verbaalisilla teksteillä ei voida ilmaista mitenkään kaikkia kuvan piirteitä ja yksityiskohtia. Kuva voi näkyä katsojan tulkinnassa jonkinlaisena väittämänä, mutta tuon tulkinnan ratkaisee katsojan aikaisempi tietämys ja asiayhteys, ei kuitenkaan kuvan sisältö yksinään. (Hietala 1993, 67-68.) Jotta ymmärtäisimme ihmisen käyttäytymiseen ja ajatteluun vaikuttavia syyseuraus-suhteita, meidän on pystyttävä havaitsemaan mahdollisimman laajasti ne ympäristöt, jotka heidän toimintaansa vaikuttavat ja joissa he toiminnallaan vaikuttavat. (Kouri 2015, 22.) Räsänen (2015) mukaan kuvatulkinta tarkoittaa todellisuuden kaksinkertaista tulkintaa. Kuva on tekijänsä tulkinta todellisuudesta ja kuvien tulkinta taas on taiteilijan esittämän kuvan tulkinnan tulkintaa. (Räsänen 2015, 183.)

3.3 Digitalisoitunut valokuvaus ja internetetnografia

Valokuva saa osakseen erilaisia määritelmiä riippuen valitsemastamme katselukulmasta. Valokuvaa ja valokuvausta voi käsitellä monelta suunnalta; esimerkiksi teknisenä suoritteena, visuaalisena ilmaisukeinona, kulttuurisena tallenteena tai sosiaalisena ilmiönä. Valokuvausta on pidetty kauan historian menetelmänä, jossa kuva syntyy luonnon avulla ilman taiteilijan käden kosketusta kuvaelementtien muodon tai sijoittelun osalta. (Makkonen 2010, 32). Nykyään kuvien ottaminen on helppoa ns. älytekniikalla, mutta digikuvaus tuo monenlaisia mahdollisuuksia käsitellä kuvia myös jälkepäin erilaisin tekniikoin. Tästä on esimerkkinä kuvamanipulaatio, jossa on yhdistetty Suomen ja Sveitsin järvimaisemat (kuva 5). Makkosen (2010, 227) mukaan digitaaliset valokuvat, valokuvien digitaalinen muuntelu, kuvamanipulaatiot ja mukana kulkevat kamerat ovat osa sosiaalisen median arkipäivää. Tänä päivänä tekniikan suomien mahdollisuuksien ja sosiaalisen median avulla yhä useammat toimivat oman elämänsä tallentajina, valokuvaajina. Valokuvaus ja kuvien tulkinta ovat digitaalisuuden ansiosta lähes kaikkien ulottuvilla.

Fryktman (2010) toteaa, että on hyvä ottaa erityyppisiä kuvia esimerkiksi rakennuksia kuvatessa, kokeilla eri kuvakulmia, laajakulmaa ja teleobjektiivia. Jatkossa kannattaa kuvata usein niillä menetelmillä, joilla on parhaat kuvat saanut. Kuvaan tarvitaan kiinnekohtia, jotta se mahdollistaisi mahdollisimman samankaltaisen tunteen välittämisen katsojalle kuin minkä on kuvan ottaessa itse kokenut. (Fryktman 2010, 168).



KUVA 5. Kuvamanipulaatio (Tuija Turunen)

Kourin (2015) mukaan virtuaaliyhteisöihin ja virtuaalisiin paikkoihin siirryttäessä kansalliset rajat ja paikallisidentiteetit sumenevat. 1990-luvulla ja sitä myöhemmin syntyneet kuuluvat niin kutsuttuun google-sukupolveen, joilla ei ole kokemusta ennen internetiä. Heidän ei ole tarvinnut eikä tarvitse ottaa internetiä ikään kuin käyttöön eikä omaksua sitä kulttuurillisesti, kuten heitä aiempien sukupolvien on pitänyt ja pitää edelleen. Tämä tarkoittaa, että monet asiat internetin käyttöön liittyen ovat itsestään selviä asioita kuin vastaavasti monille muille. Nykyään online- ja offline-elämät nähdään toistensa jatkumoina. Samoja asioita tehdään netissä kuin sen ulkopuolella. Internet ei ole vähentänyt ihmisten tarvetta kuulua yhteisöihin tai kommunikoida keskenään, vaikka yhteydenpitotavat ovat osittain muuttuneet. Perinteistä ja uudenlaista tiedottamista voidaan toteuttaa myös rinnakkain. Esimerkiksi Sveitsin Ystävät Suomessa yhdistys on ottanut perinteisen tiedottamisen rinnalle monipuoliset internetsivut. Internetnografia voidaan määritellä tutkimukseksi, joka tapahtuu verkossa, kohdistuu verkkoon tai tehdään verkon välityksellä. (Kouri 2009, 145). Kouri (2015, 145) toteaa; ”Internet voi siis

olla joko tutkimuksen lähde, kohde tai väline; hyvin usein se on samanaikaisesti näitä kaikkia”. Sitä voi tarkastella myös tilana, ihmisten kohtaamispaikkana ja tutkijan kenttänä. (Kouri 2015, 145).

4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TAVOITTEET

Opinnäytetyöhöni sain paljon tietoa vierailemalla kohteissa useampaan kertaan prosessin aikana ja tekemällä havaintoja benchmarking-menetelmällä. Tämä oli osa tutkimukseni aineiston keruuta, valokuvaamista, kirjaamista ja sitä sanotaankin havaintoaineistoksi. Havainnoinnin ideana on kerätä tietoa tutkittavan ilmiön toteuttamisesta sen luonnollisessa ympäristössä ja se voidaan jakaa osallistuvaan havainnointiin ja ulkopuoliseen havainnointiin. Keräsin aineistoa haastatteluilla, valokuvaamalla, vierailuilla kohdemaisissa ja niiden nähtävyyksissä, tutustumalla kohteiden esitemateriaaliin, nettisivuihin ja aiemmin julkaistuihin tutkimuksiin. Lisäksi käytin niin Suomessa kuin Sveitsissä tehtyjä tilastoja, keräsin tietoa sähköpostikirjeenvaihdolla eri toimijoiden kanssa muun muassa yksityiskohtaisimmista kohteista koskevista asioista sekä tekemälläni kyselylomakkeella. Tutkimus muokkautui prosessin aikana. Tarvitsin erilaisia aineistoja ja hain niitä muun muassa erilaisista dokumenteista, koti- ja ulkomaan kirjallisuudesta, tilastotiedoista ja aiemmista samankaltaista aineistoa käyttävistä tutkimuksista. Näilläkin sain vastauksia ja faktatietoja, mutta tutkimuksessani tarvitsin myös yksilöiden kokemuksia matkailussa, koska tavoittelin monipuolisempia, tarkempia ja toisiaan täydentäviä tuloksia. Matkailukysely oli loistava tapa saada tuoretta aineistoa tutkimukseeni. Tutkijajsubjektius näkyy aiheen ja tutkittavien matkailualueiden ja -kohteiden rajauksissa ja kannanotoissani, mutta muutoin tarkoituksena on että tutkimustekstini keskustelevat aiemman tutkimuksen, tilastotietojen ja teoreettisten lähteiden kanssa. (Ronkainen ym. 2013, 46, 72-73.)

Tashakkori & Teddlie (2004) toteaa, että tutkimus, joka tavalla tai toisella yhdistää erityyppisiä aineistoja ja tutkimuksellisia toimintatapoja samassa tutkimuksessa kutsutaan monimenetelmälliseksi tai moniaineistolliseksi tai monistrategiseksi tutkimukseksi (englanninkielellä mixed method research, methodological triangulation ja multimethod research). Tutkimusmenetelminä käytin sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä yhdistäen erityyppisiä aineistoja ja tutkimuksellisia toimintatapoja eli

tutkimustapani oli monimenetelmällinen eli mixed method research. Tutkimukseni sisälsi etnografisen tutkimuksen piirteitä ollen kiinnostunut kulttuurisista ja jaetuista merkityksistä sekä itseni, tutkijana subjektiivisen kokemuksen mukanaolosta. Kyselyssäni avointen kysymysten kautta sain paljon kerronnallista materiaalia, jota voidaan kutsua narratiiviseksi tutkimuksen aineistoksi. Työssäni havaitsen myös hermeneuttisen tai tulkinnallisen laadullisen tutkimuksen tunnusmerkkejä. Lähtökohtana haastatteluille oli, että tutkijana en voinut tietää toisten ihmisten todellisuutta. Sain kyselylomakkeeni kautta paljon vastaajien kautta eri kielisiä autenttisia ilmauksia, jotka säilytin analyysissäni mahdollisimman pitkälle. (Ronkainen ym. 2013, 95-97, 104-105.)

Kyselystäni saatu tieto oli laadultaan kvantitatiivista, mutta avointen kysymysten avulla sain myös kvalitatiivista tietoa. Tutkimus, joka analysoi merkityksiä ja niiden suhteista puheessa ja kirjoitetussa tekstissä tai kuva-aineistossa, kutsutaan laadulliseksi eli kvalitatiiviseksi tutkimukseksi. Ne, jotka luokittelevat itsensä laadullisiksi, lähtökohtana on ajatus merkitysten keskeisyydestä tutkimuksessa. Kvalitatiivisen tutkimuksen piirteitä ovat muun erityisesti ihmisen elämismaailman kokemukset, havainnot ja toiminnot. Kyselyn analysoinnissa käytin tilastollista analyysia sekä laadullisten avointen kysymysten tulosten analysointimenetelmänä käytin sisältöanalyysiä. (Ronkainen ym. 2013, 104-105.) Käytin valokuvia ja visuaalista etnografiaa myös tutkimusmenetelmänä vierailemalla fyysisesti kohteissa ja valokuvaamalla niitä sekä haastatteleamalla paikallisia ihmisiä. Tein kuvausten tarkkaa etukäteissuunnittelua, joka on tärkeää käytettäessä etnografista menetelmää. Internetetnografian kautta hain faktatietoja ja tein lisätutkimusta tutkien yhteisöjä internetin kautta esimerkkinä tästä Chillonin linna virtuaalisivustoi-neen. Etnografiset ja internetetnografiset menetelmät olivat välttämättömiä ja täydensivät muita käyttämiäni tutkimusmenetelmiä (Gränö ym. 2013, 82-83.) Tein avoimista vastauksista yksityiskohtaisempaa analyysiä, jota tein laadulliseen tutkimukseen perustuvan lähiluvun kautta. Lähiluvun mukaisella analyysillä tulkitsin avointen kysymysten tekstejä, kuvia ja ympäristöjä. (Jyväskylän Yliopisto 2015.)

Näistä kohdemaista tehtyjä tutkimuksia mielikuvista samassa tutkimuksessa ei ollut käytettävissä. Spontaaneista mielikuvista tehty tutkimus tutki Suomi-kuvaa muiden Suomen kohdemaiden kuin Sveitsin kautta ja muut tutkimukset olivat tavoitteiltaan hyvin erilaisia. Tämän tutkimustyöni tavoitteena on uuden matkailutiedon ja uusien näkökulmien tuottaminen myös visuaalisin keinoin hankittuna tietona sekä löytää uutta tietoa nimenomaan näiden kahden Suomen ja Sveitsin matkailumaailmaan. Lähtökohtana

halusin löytää vastaukset tutkimussuunnitelmassa heränneisiin kysymyksiin ja sitä kautta tiedon saattaminen opinnäytetyöksi. Tarkoituksena on myös kehitysehdotusten aikaansaaminen Suomi-Sveitsi yhteistyölle sekä tuomaan esille tuoretta tietoa matkailijoiden kokemuksista, odotuksista ja toiveista. Toivon, että työstäni olisi hyötyä erilaisille toimijoille maiden yhteistyössä matkailun näkökulmasta. Toimijoita ovat ensisijaisesti Sveitsin Ystävät Suomessa yhdistys, matkatoimistot sekä yksityiset matkailijat. Suppean, mutta sitäkin tuoreemman tutkimukseni lisäarvoa jo olemassa olevaan tietoon on itseni etukäteen vaikea arvioida.

Kuinka paljon matkailijoita liikkuu Suomen ja Sveitsin välillä? Mistä suomalaiset ja sveitsiläiset hankkivat matkakohteensa tietoja? Mitkä tekijät vaikuttavat matkakohteen valintaan? Mitä mielikuvia maat herättävät? Mikä merkitys valokuvilla on matkakohteen valinnassa? Mitkä ovat yhteisiä matkailullisia vetovoimatekijöitä? Tavoitteena on löytää näihin kysymyksiin vastauksia, tehdä yhteenvetoa ja mahdollisia kehittämisehdotuksia.

5 SUOMI MATKAILUMAANA

Suomi on itsenäinen tasavalta, korkean teknologian maa Pohjois-Euroopassa ja Euroopan Unionin (EU) pohjoisin jäsenmaa. Suomi on pinta-alaltaan suuri mutta väkimäärältään suhteellisen pieni maa, noin 5,4 miljoonaa asukasta. Suomen pinta-ala on 338 432 neliökilometriä. (Tilastokeskus 2015.) Suomessa on Euroopan suurimmat metsävarat, valtava sisävesistö ja eksoottinen pohjoinen luonto. Suomen pinta-alasta kolme neljäsosa on metsää. Järviä on lähes 200 000 ja saaria lähes yhtä monta. Suurin järviolue on Itä-Suomessa, missä sijaitsee myös laaja Saimaan vesistö. (VisitFinland 2015). Suomea mainostetaankin järvikuvilla tuhansien järvien maana (kuva 6).

Suomi on pinta-alaltaan varsin suuri valtio eurooppalaisen mittapuun mukaan ja eri osien välillä on melko huomattavia luonto-, kulttuuri- ja maantieteellisiä eroja. Suomen ilmasto on hyvin vaihteleva. Suomessa on neljä vuodenaikaa ja lämpötila vaihtelee paljon eri vuodenaikoina. Aivan pohjoisimmassa Suomessa aurinko ei laske alkukesällä ollenkaan. Suomen naapurimaat ovat Norja (pohjoisessa), Venäjä (idässä), Ruotsi (lännessä) ja Viro (etelässä). (Infopankki 2015.)



KUVA 6. ”Suomi on tuhansien järvien maa” (Tuija Turunen)

Suomen pääkaupunki on Helsinki. Suomen kansalliskielet ovat suomi ja ruotsi (n. 5 % suomalaisista puhuvat äidinkielenään ruotsia). Suomi jakaantuu kuntiin, joita oli vuonna 2015 Suomessa 315. Suomessa on 24 lentoasemaa, joista suurin on Helsinki-Vantaan lentoasema. Suomessa on hyvin toimiva julkinen liikenne. Junalla ja linja-autolla voi matkustaa melkein kaikkialle Suomessa. (Infopankki 2015).

5.1 Suomen matkailulukuja

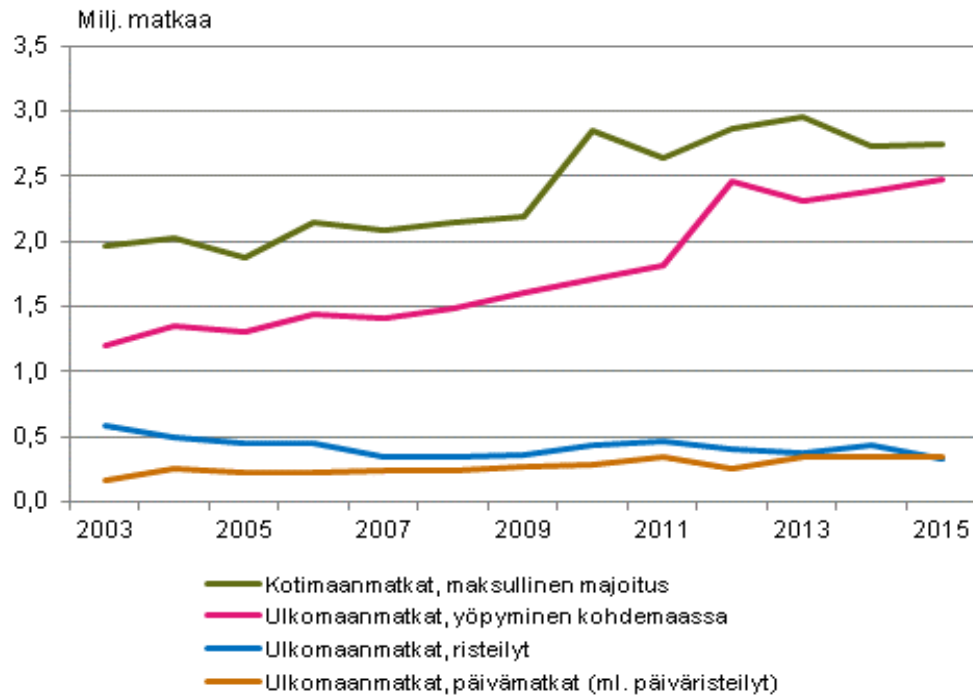
Suomalaiset matkailijat tekivät vuonna 2014 ulkomaille 7 929 000 vapaa-ajan matkaa, joka on 1,5 prosenttia enemmän kuin vuonna 2013. Vuonna 2014 ulkomailta asuvat tekivät yhteensä 8,62 miljoonaa matkaa Suomeen. Matkoihin ei ole laskettu mukaan Suomessa työskenteleviä, yli 3 kk kestäneitä työ-/opintomatkoja ja yli 50 kertaa Suomessa vuoden aikana käyneitä. VisitFinlandin vuonna 2014 tekemän matkailijatutkimuksen mukaan tällaisia matkoja kertyi vuoden aikana 1,73 miljoonaa. Eniten Suomeen matkoja tehtiin Venäjältä, Ruotsista, ja Virosta. Sen jälkeen tulivat Saksa, Kiina, Japani, Iso-Britannia, Ranska, Yhdysvallat, Etelä-Korea, Espanja, Australia, Alankomaat, Tanska, Italia ja Norja. (VisitFinland 2015.)

Suomalaiset tekivät vuonna 2014 Sveitsiin matkoja yhteensä 87 000. Näistä 54 000 oli vapaa-ajan matkoja. Nousua edellisestä vuodesta 2013 oli 14,9 prosenttia. Suomalaiset matkustivat touko-elokuussa 2015 innokkaasti Keski-Eurooppaan jopa 20 prosenttia enemmän kuin vastaavana aikana edellisvuodesta. Matkakohdemaista Saksa nousi suosituimmaksi näistä kohteista tällä aikavälillä.

Keskimäärin yli viikon matkoja Suomeen teki hieman alle joka kymmenes ulkomailla asuva Suomessa käynyt matkailija. Vuonna 2014 ulkomailla asuvat matkailijat yöpyivät Suomessa yhteensä noin 23,7 miljoonaa yötä. Suosituimmat Suomen-matkan aikana harrastetut aktiviteetit olivat kaikkien maitten matkustajilla ostosten tekeminen 55 %, ravintolassa käynti 49 % (ruoka, baarit, yökerhot), nähtävyyksien katselu 32 % (mm. kiertoajelut, merkittävät rakennukset, muistomerkit, historialliset kohteet) ja kulttuurikohteissa käyminen 17 % (mm. museot, konsertit, teatteri, taidenäyttelyt). (VisitFinland 2015.)

Vuoden 2014 aikana 4 miljoonaa eli 91 prosenttia suomalaisista 15 – 84-vuotiaista teki ainakin yhden sellaisen vapaa-ajanmatkan, joka sisälsi yöpymisen. Mukaan on laskettu kaikki koti- ja ulkomaan vapaa-ajanmatkat, myös mökki- ja vierailumatkat. 48 prosenttia kaikista ikäryhmistä teki ainakin yhden sellaisen vapaa-ajanmatkan, joka sisälsi yöpymisen kohdemaassa. Kotimaan yöpymisen sisältävän matkan teki 2,3 miljoonaa suomalaista. Tämä on 51 % kaikista suomalaisista. Tilastokeskuksen (2015) tutkimuksessa matkustamattomista suomalaista 38 prosenttia kertoi haluttomuuden matkustaa, 25 prosenttia sanoi terveydellisten syiden estävän matkustamisen ja 15 prosenttia mainitsi taloudelliset syyt matkustushaluttomuuteen. (Tilastokeskus 2015.)

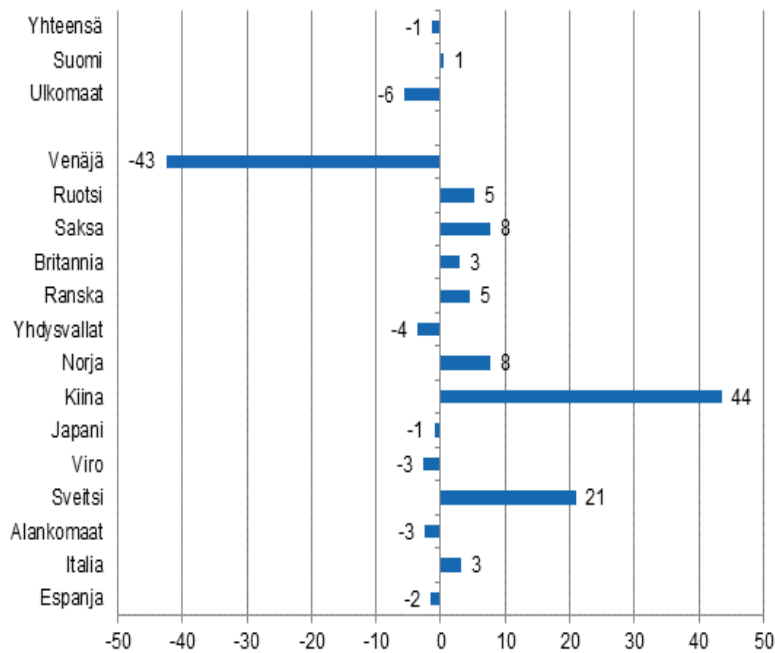
Tilastokeskuksen (2015) ennakkotietojen mukaan suomalaiset matkustivat touko-elo-kuussa 2015 ahkerasti Keski-Eurooppaan, minne matkoja tehtiin 20 prosenttia enemmän kuin vastaavana aikana edellisvuonna. Länsi- ja Keski-Euroopan matkakohdesuosikiksi nousi Saksa, jonne matkojen määrä lisääntyi peräti 52 prosenttia. Suomalaismatkailijoiden keskuudessa myös Ranska lisäsi suosiotaan. Suomalaisten matkustaminen on joistakin alenevista notkahduksista huolimatta ollut noususuhteista. Taulukosta 1 näkee kuinka matkustaminen on noussut niin kotimaan kuin ulkomaanmatkojen osalta tarkasteluvälillä 2003 - 2015. (Tilastokeskus 2015.)

TAULUKKO 1. Vapaa-ajanmatkat touko-elokuussa 2003-2015 (Tilastokeskus)

Tilastokeskuksen (2015) mukaan vuoden 2015 toisella kolmanneksella 15 - 84-vuotiaat suomalaiset tekivät noin 15 miljoonaa matkaa, kun lasketaan yhteen kotimaan, ulkomaan vapaa-ajanmatkat sekä työ- ja kokousmatkat. Matkamäärässä ovat mukana yöpymisen sisältäneiden matkojen lisäksi myös ulkomaan päivämatkat. Kesällä ulkomaan vapaa-ajanmatkoille lähdettiin usein miten laivalla tai lentäen. Meriteitse ja ilmojen halki tehtiin yhtä monta matkaa, 1,4 miljoonaa. (Tilastokeskus 2015.)

Suomen majoitusliikkeissä yövyttiin noin 14 miljoonaa kertaa tammi-elokuussa 2015. Määrä oli 1,3 prosenttia vähemmän kuin edellisen vuoden vastaavana ajanjaksona (taulukko 2). Kotimaisille matkailijoille kirjattiin majoitusliikkeissä 10,2 miljoonaa yöpymisvuorokautta ja ulkomaisille matkailijoille lähes 4 miljoonaa vuorokautta. Sveitsiläisten yöpymiset lisääntyivät 21,1 % viime vuoden vastaavasta ajanjaksosta. Heidän yöpymistensä määrä kohosi runsaaseen 128 000 vuorokauteen. (Tilastokeskus 2015.)

TAULUKKO 2. Yöpymisten muutos tammi-elokuu 2015/2014, % (Tilastokeskus)



Sveitsiläinen on tavallisimmin Suomessa lomamatkalla ja he yöpyvät enimmäkseen hotellissa, motellissa tai sen yhteydessä olevassa mökissä. Sveitsiläisistä vierailijoista lähes puolet olivat innokkaita tekemään ostoksia Suomessa vaikkakin varsinaisena tärkeänä matkan syynä ostosten tekeminen oli vain 2 prosentilla. Sveitsiläisistä matkailijoista ravintolassa kävi matkansa aikana 57 prosenttia. Sveitsissä asuvista matkailijoista 54 prosenttia kiersi nähtävyyksiä. Matkanjärjestäjien nettisivuilta, online-matkatoimistoista tai muulta netin varaussivuilta Sveitsissä asuvista matkailijoista hankki majoituksen tai matkalipun netistä vain 35 prosenttia. (Tilastokeskus 2015.)

5.2 Saimaa ja Olavinlinna

Euroopan neljänneksi suurin järvi ja Suomen suurin järvi on Saimaa pinta-alaltaan 4460 neliökilometriä. Suurin pituus on 194 kilometriä ja suurin leveys on 138 kilometriä keskisyvyyden ollessa 17 metriä. Suurin syvyys on Saimaalla 82 m. Saimaan rantaviivan pituus on 14 850 km ja saaria löytyy 13 710 kappaletta. Saimaa muodostui omaksi vesialueekseen noin 8 000 vuotta sitten.

Saimaalla asuu äärimmäisen uhanalainen eläin, saimaannorppa, Muun muassa WWF on suojellut sitä vuodesta 1979 saakka. Saimaannorppa on yksi maailman uhanalaisimmista hylkeistä ja yksi harvoja makeanveden hyljelajeja, eikä sitä esiinny missään muualla kuin Suomessa Saimaan vesistöissä. (Gosaimaa 2015.) Amerikkalainen lehti Wall Street Journal listasi Saimaan vuonna 2014 maailman upeimpien järvien joukosta viidenneksi mainiten erityisesti valoisat yöt, mustikat, kesämökit ja uintiretket raikkaassa ja yllättävän lämpimissä vesissä. Listalle ylsi neljäntenä ennen Saimaata Sveitsin Lucerne-järvi. (Styles 2014.)



KUVA 7. Olavinlinna Savonlinnassa (Tuija Turunen)

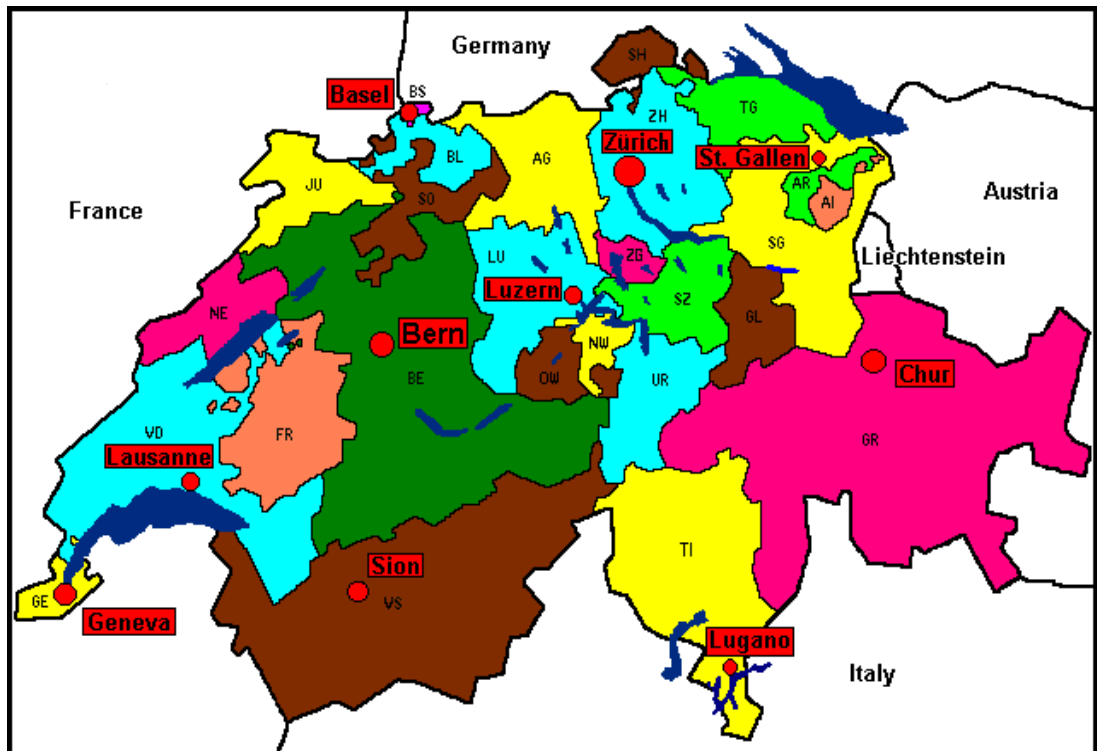
Olavinlinna on maailman pohjoisin keskiaikainen linna. Olavinlinna sijaitsee Savonlinnassa Saimaan vesistön varrella. (kuva 7). Linnaa alettiin rakentaa vuonna 1475 tanskalaisyyntyisen ritari Erik Akselinpoika Tottin toimesta. Tarkoitus oli saada linna strategisesti tärkeän Savon alueen turvaksi. Kyrönsalmen kalliosaarella sijaitsevan linnan oli tarkoitus torjua idästä tulevat venäläisten hyökkäykset ja täten varmistaa Savon seudun herruuden säilyminen Ruotsin kruunulla. Linnan arkkitehtuuri on erikoinen ja kiehtova eri aikakausien, useiden omistajien ja kulttuurien antaessa linnalle oman jälkensä ja ulkonäön. Olavinlinnaa on entisöity niin 1800-luvun loppupuolella kuin 1900-luvullakin. Linnassa toimi varuskunta aina vuoteen 1847 asti. Sotilaskäytön loputtua linna alkoi vähitellen tulla tunnetuksi nähtävyytenä ja matkailukohteena. Valtio alkoi myöhemmin hoitaa Olavinlinnaa muinaismuistona. (Museovirasto 2015).

Yksi maailman tunnetuimmista oopperajuhlilla Savonlinnan Oopperajuhlat järjestettiin Savonlinnan Olavinlinnassa vuonna 1912, jotka olivat alkuna vuonna 1967 alkaneiden

jokavuotisten oopperajuhlien edeltäjänä. Olavinlinna antaa ainutlaatuiset puitteet oopperaelämykselle juhlien antaessa suuren merkityksen koko Savonlinnan seudulle. (Lempinen-Vesa 2015.) Kesän 2015 oopperajuhlien huipentuma oli säveltäjä Jean Sibeliuksen 150-juhlavuoden konsertti ja juhlat vetivät vuoden 2015 oopperajuhlille noin 71 000 kävijää. Lähes 86 000 kävijämäärällä vuonna 2013 Olavinlinna sijoittui Museoviraston kohteista kolmannelle sijalle Suomen kansallismuseon pitäessä kärkipaikkaa. Vuonna 2014 kävijöitä oli 83 527 ja vuoden 2015 aikana lokakuun loppuun mennessä 67 141. Olavinlinnan kävijämääriin ei ole laskettu mukaan vuosittain Savonlinnan Oopperajuhlilla vierailevia kävijöitä, joita on ollut aiempina vuosina noin 60 000 henkeä/vuosi. (Museovirasto 2015.)

6 SVEITSI MATKAILUMAANA

Sveitsi (saks. Schweiz, ransk. Suisse, ital. Svizzera, retorom. Svizra), virallisesti Sveitsin valaliitto (lat. Confoederatio Helvetica, CH) on Keski-Euroopassa sijaitseva liittovaltio, joka koostuu 26 Kantonista. Sveitsin pääkaupunki on Bern ja maa on YK:n jäsen. Sveitsi on jakaantunut kielellisesti neljään alueeseen neljän kansalliskielensä mukaisesti, joita ovat saksa, ranska, italia ja retoromaani. Sveitsin pinta-ala on 41 290 neliökilometriä, järviä on 1 484 ja jäätiköitä 140. Järvistä suurimmat ovat Genevenjärvi, Bodensjärvi ja Neuchâteljärvi. Sveitsin sijainti keskellä Eurooppaa merkitsee myös sitä, että siellä vaikuttavaa ilmastollisesti monta erilaista ilmastovyöhykettä; Alppien eteläpuoli välimerenilmastollisine piirteineen, Alpit suurine lämpötila- ja sademäärien vaihteluineen, Mittelland sekä Jura-vuoristo. Alpit ovat yksi maailman suurimmista ja korkeimmista vuoristoista. Maan korkein kohta on Monte Rosan huippu Dufourspitze Wallisin kantonissa. Sveitsin luoteisosassa sijaitseva Jura-vuoristo peittää pinta-alasta noin kymmenen prosenttia. Sveitsin puolella on noin sata vuorenhuippua, jotka kohoavat suunnilleen neljän kilometrin korkeuteen merenpinnasta. (Swissworld 2015, Fischer 2007). Alppien eläimistöä ovat muun muassa saksanhirvet, gemssit, Alppikauriit ja oravansukuiset murmelit. Alpeilla asustelee myös harvinaisuuksia kuten tuulihaukat, maakotkat ja partakorppikotkat. (Fischer 2007, 81.)



KUVA 8. Sveitsi, Sveitsin kantonit ja naapurimaat (TRAMsoft GmbH)

Sveitsin naapurimaat ovat Ranska, Saksa, Liechtenstein, Itävalta ja Italia (kuva 8.) Sveitsin ja Italian yhdistävä Suuri St. Bernhardin sola on maailman vanhin tunnettu vuoristosola, joka kulkee koillis-lounaissuunnassa Valais`n Alppien läpi. Sveitsin suurin ja itäisin kantoni on Graübunden ja sillä on yhteinen raja Liechtensteinin, Itävallan ja Italian kanssa. Ticino on Sveitsin neljänneksi suurin kantoni, ja se muodostaa Sveitsin italiankielisen eteläkärjen. (Swissworld 2015; Fischer 2007.)

Sveitsi on onnistunut yhdistämään loistokkaalla tavalla italialaisen, ranskalaisen ja saksalaisen kulttuurin hienoimmat puolet. Näistä elementeistä on syntynyt ainutlaatuinen ja monimuotoinen kansa, jonka kotimaa on yksi Euroopan suosituimmista lomakohteista kirkkaine vuoristojärvineen, alppimaisemineen ja lumihuippuisine vuoristoineen. Vuohipaimenet jodlaavat, lehmät valtavine kelloineen vaeltavat kukkaniityillä. Näiden idyllisten mielikuvien lisäksi maa on valtava maailman rahamarkkinoiden keskuspaikka. Sveitsissä on Euroopan tiheimmät museoiden ja gallerioiden verkostot. Sveitsin julkinen liikenne toimii nopeasti, täsmällisesti ja aikataulut on sovitettu kulkuvälineiden kesken tarkasti, joten matkustus on helppoa ja nopeaa. Sveitsin koko maan kattavista rautateistä sanotaankin niiden olevan yhtä täsmällisiä ja luotettavia kuin sveitsiläiset kellot (Fischer, 2007.) Sveitsissä on 2 352 itsenäistä kuntaa. Sveitsin asukasmäärä on

runsaat 8,2 miljoonaa asukasta (2015). Väestö on kasvanut edellisvuodesta 1,2 prosenttia (Schweizerische Eidgenossenschaft 2015.) Sveitsin suurimmat kaupungit ovat Zürich ja Geneve. Sveitsin valaliitolla on pitkä historia puolueettomana valtiona. Sveitsissä sijaitsee yli 300 erilaisten järjestöjen pääkonttoreita. Kansainvälisiä järjestöjä Sveitsissä ovat muun muassa Punainen Risti, Maailman kauppajärjestö (WTO), Kansainvälinen työjärjestö (ILO) ja urheilujärjestöjä kuten kansainvälinen jalkapallon kattojärjestö FIFA ja Kansainvälinen olympiakomitea (IOC). (Fischer 2007; Swissworld 2015.)

6.1 Sveitsin matkustuslukuja

Sveitsiläiset tekivät ulkomaanmatkoja 12,8 miljoonaa vuonna 2014. Kasvua viimeisten viiden vuoden aikana on ollut keskimäärin 4 prosenttia vuodessa. 88 % sveitsiläisten matkustuksesta suuntautuu Eurooppaan. Suomen osuus kaikesta sveitsiläisten ulkomaanmatkailusta oli 0,4 prosenttia. Sveitsiläiset kuluttivat ulkomaanmatkailuun 11 miljardia euroa vuonna 2014. Suomessa sveitsiläiset kuluttivat 27,5 miljoonaa euroa, mikä tarkoittaa 1 prosentti ulkomaisten matkailijoiden kokonaisrahamäärän käytöstä Suomessa. Vuonna 2014 eurooppalaisten matkailijoiden määrät vähenivät Sveitsissä 15,2 prosenttia verrattuna edelliseen vuoteen. Lisäystä tapahtui vain Zürichin ja Geneve-järven alueilla. (VisitFinland 2015; Federal Statistical Office 2015.) Syyskuussa 2015 maassa oli kirjattu yöpymisiä 3,4 miljoonaa, laskua edellisen vuoden samaan ajankohtaan verrattuna oli yksi prosentti. Tammi-syyskuussa 2015 yöpymisiä oli yhteensä 28,5 miljoonaa. Laskua edellisvuoteen verrattuna laskua oli 0,5 prosenttia eli -150 000 yöpymistä. Ulkolaisten vierailijoiden yöpymisiä oli tästä määrästä 15,8 miljoonaa ja heidän osalta laskua oli 1,4 prosenttia edellisvuoden samaan ajanjaksoon verrattuna. (Schweizerische Eidgenossenschaft 2015.)

6.2 Sveitsissä asuvien matkat Suomeen

Sveitsiläinen on innokas ja nautiskeleva matkailija, joka on valmis sijoittamaan matkaan suhteellisen paljon, jos vain tuotteen hinta-laatusuhde on kohdallaan. Hän vaatii rahoilleen myös vastinetta sekä hyvää ja ystävällistä palvelua. Suomen pääkilpailijoina sveitsiläisten matkakohteen valinnassa ovat Ruotsi, Norja ja Islanti. Sveitsissä on matkanjärjestäjiä 230 ja matkatoimistoja noin 1 700. (VisitFinland 2015). Sveitsistä matkoja vuonna 2014 Suomeen tehtiin 85 500. Suomeen ensimmäistä kertaa saapuneita sveitsiläismatkailijoita oli 59 %. Sveitsi sijoittui eniten matkoja Suomeen tehneiden

maiden vertailussa sijalle 17. Sveitsistä saapuneista Suomessa yöpyneitä oli 54 000 ja transito-matkailijoita 21 000. Transito-matkailijat ovat Helsingin lentokentän kautta Suomesta poistuneita päiväkävijöitä, jotka ilmoittivat olleensa Suomessa ainoastaan läpikulkumatkalla. Tämä luku selittyy sillä, että Suomesta on tiheät suorat lentoyhteydet esimerkiksi Aasiaan. Rekisteröityä sveitsiläisyöpymistä oli kaikkiaan 131 100, joka on 2 prosenttia kaikista ulkomaisista yöpymisistä. Yöpymisten määrä on kasvanut keskimäärin 3 prosenttia vuodessa aikavälillä 2000 - 2014. (VisitFinland 2015.)



KUVA 9. Hyvät lentoyhteydet (Tuija Turunen)

Sveitsissä asuvat ovat Suomessa työmatkalla tai kongressi-, messu- tai seminaarimatalla 14 %. Tuttava- ja sukulaisvierailuja sveitsiläisistä matkailijoista teki 17 %, lomamatkalla olleiden osuus oli 38 % ja kauttakulkumatkalla 26 %. Sveitsistä saapuvilla Suomen matkailijoilla päivittäisestä kulutuksesta 19 € meni ostoksiin ja 68 € palveluihin. Pääkaupunkiseutu oli matkakohteena 63 prosentilla Sveitsissä asuvilla matkailijoilla. Matkansa aikana Suomen lisäksi myös muihin maihin suuntasivat lisäksi 67 % Sveitsissä asuvista Suomen matkailijoista. (Tilastokeskus 2015.) Suomen Lakeland-alueella sveitsiläisistä yöpyy noin 13 prosenttia kaikista sveitsiläisyöpymistä. Suosituimmat alueet ovat kesällä Helsinki ja talvella Lappi. Näillä alueilla yöpymismäärät ovat kasvaneet eniten vertaillessa viimeistä kymmentä vuotta. Järvi-Suomessa on tapahtunut vähenemistä sveitsiläisten yöpyjien määrässä. Suomen asemasta matkakohdemaana pääkilpailijoina Sveitsissä ovat Ruotsi, Norja ja Islanti (VisitFinland 2015.) Suomen ja Sveitsin välillä on hyvät lentoyhteydet. Suoria lentoyhteyksiä on maiden välillä kahdella lentoyhtiöllä lentoyhtiö Finnairilla (kuva 10) ja keväällä 2015 suorat reitit aloittaneella Swiss International Air Lines-lentoyhtiöllä. Sveitsiläinen Swiss on lentänyt Suomeen viisi kertaa viikossa maaliskuusta 2015 lähtien (Finnair 2015; Swiss 2015.) Lisäksi tarjolla on runsaasti myös muiden lentoyhtiöiden välilaskuja sisältäviä reittejä.

Valmismatkoja läpi vuoden tarjoavat monet matkanjärjestäjät. Sveitsistä Suomeen käynnistyy vuonna 2015 jo 13. tilauslentosesonki, jonka kohteiksi ovat etabloituneet Kittilä ja Rovaniemi. Tämä kertoo vahvasta kasvusta Lappiin kaudella 2015 - 2016. Lapin talvikausi on kasvattanut osuuttaan sveitsiläisten yöpyjistä kymmenen vuoden ajanjaksolla. (VisitFinland 2015.)

6.3 Genevenjärvi ja Chillonin linna

Sveitsiä ja erityisesti Genevenjärven aluetta voidaan pitää jo 1700-luvun uudenlaisen matkustavan ja luontosuhteen merkittävinä synnyinsijoina. Genevenjärvi on yksi Euroopan syvimpiä järviä ja tilavuudeltaan Euroopan suurin järvi. Järven pohjoispää ja molemmat kärjet kuuluvat Sveitsiin ja eteläranta Ranskalle. Genevenjärven pituus on 72 kilometriä ja tilavuus 582,4 neliökilometriä ja leveys enimmillään 13 kilometriä. Rhône-joki virtaa järven läpi idästä länteen. Risteilyt järvellä antavat ikimuistoisen elämyksen Alppien juurella ja järvellä on mahdollisuus monenlaisiin vesiaktiviteetteihin ja matkustaa erilaisilla risteily- ja laivayhteyksillä. Genevenjärveä on kutsuttu maailman eleganteimmaksi järveksi. Ainutlaatuisen elämyksen voi tarjota esimerkiksi Genevestä lähtevä risteily fondueillallisineen. (The Lake Geneva Region Tourist Office 2015.)

Genevenjärven rannalta Sveitsin puolelta ranskankielisestä Vaud'in Kantonista löytyvät muun muassa kaupungit Montreux, kylpylälomakohde Vevey, kansainvälinen ”olympiakaupunki” Lausanne, Morges, Rolle, Nyon. (The Lake Geneva Region Tourist Office 2015.) Lausannesta sijaitsevan Olympiamuseon puistosta löytyy suomalaisen kuvanveistäjä Wäinö Aaltosen tekemä Paavon Nurmen kokovartalopatsas. (Olympic 2015.) Rhône-joen suulla lähellä Ranskan rajaa sijaitsee kansainvälinen keskus Geneven kaupunki.

Geneven näkyvin maamerkki on 140 metriä korkea vesisuihku Jet d'eau Genevenjärvässä (kuva 9). Geneve on täynnä upeita rakennuksia, lukemattomia puistoja, maailmanluokan museoita, aistikkaita rantakatuja, kasvitieteellinen museo ja muun muassa kymmenen linnaa. Geneven kaupungin suosituin urheilulaji on purjehdus. Vevey'stä löytyy muun muassa vuosikymmenet Vevey'ssä asuneelle Charlie Chaplinille omistettu museo. Genevenjärven alueelta löytyy myös Sveitsin suurin viinintuottaja-alue. Kantonissa sijaitsevat Lavaux`n viinipenkeret ovat UNESCON Maailmanperintökohde. (The Lake Geneva Region Tourist Office 2015.)



KUVA 10. Geneven tunnettu maamerkki Jet d'eau (Tuija Turunen)

”This must be Heaven”, lauloi Freddie Mercury. Hän oli saanut aiheen laulun sanoihin kävellessään Montreux’n rantakatua ja katsellen Chillonin linnaa ja taivaan rannalle piirtyvien Alppien loistoa auringon laskiessa Genevenjärven rannalla. (Swissworld 2007.) Sveitsin suosituimpiin kuuluva nähtävyys on keskiaikainen Chillonin linna (ransk. Château de Chillon, saks. Schloss Chillon, ital. Castello di Chillon, eng. Chillon Castle) joka sijaitsee Genevenjärven rannalla Montreux’n ja Villeneuve kaupunkien välissä (Swissworld 2015.)

Kallioinen saari, jolle linnaa alettiin rakentaa jo 1150-luvulla, oli luonnollinen suoja strategisen sijaintinsa ansiosta pohjoisen ja eteläisen Euroopan välillä. Tämä kaunis, järven rannassa sijaitseva, roomalaisille rakennettu keskiaikainen linna on ympäri vuoden auki oleva matkailunähtävyys (kuvat 10 ja 11). Jo 1800-luvulla linna innoitti monia taiteilijoita, joiden työt tulivat maailmankuuluisiksi. Esimerkkinä englantilainen runoilija, lordi George Byron, joka vieraili linnassa vuonna 1816 ja kirjoitti vierailunsa innoittamana kuuluisassa runokokoelmassaan tuotoksen ”The Prisoner of Chillon”. Montreux tunnetaan myös kansanvälisten jazzfestivaalien pitopaikkana. (Chillon 2015; Fischer 2007.)



KUVA 11. Chillonin linna (Tuija Turunen)

KUVA 12. Linnan puutarhaa (Tuija Turunen)

Vuonna 2014 Chillonin linnassa vieraili ennätysmäärä 375 531 matkailijaa. Näistä kävijöistä 28 % oli Sveitsistä (19 % Swiss-French, 8,5 % Swiss-German, 0,5 % Swiss-Italian). Loput vierailijoista olivat muualta maailmalta. Muualta tulleista matkailijoista eniten tuli Kiinasta 16,5 %. Vilkkain päivä kävijöiden suhteen vuonna 2014 oli 7.12. Vertailussa eri vuosien osalta ilmenee, että kävijämäärät ovat kasvaneet huomattavasti, tosin jo vuonna 1927 ylitettiin 100 000 kävijän raja. Chillonin linnan sivustoilla on mahdollisuus tutustua linnaan myös virtuaalisesti. (Chillon 2015.)

7 YHTEISIÄ MATKAILULLISIA VETOVOIMATEKIJÖITÄ

Opinnäytetyössäni haluan tuoda esille yleisiä mielikuvia maista. Keskusteltuani opinnäytetyöni työstämisen aikana suomalaisten ja sveitsiläisten kanssa, saamissani vastauksissa nousi usein esille luonto, siisteys, puhtaus ja korkea hintataso. Omien havaintojeni pohjalta nämä tulivat esille kummastakin maasta puhuttaessa. Usein sveitsiläisten mielikuviiin nousivat myös hyttysset, Lappi ja kylmyys sekä suomalaisten mielikuvissa Sveitsistä erityisesti Alpit. Toisin kuin luulin, niin meidän arvostamia suomalaisia merkki- tai julkisuuden henkilöitä tunnettiin vähemmän. Yhteisinä matkailun vetovoimatekijöinä maiden välillä niin mielikuvien kuin todellisten faktojenkin perusteella ovat mielestäni luonto, vesistöt, siisteys ja korkea hintataso. Näitä asioita tarkastelen tarkemmin seuraavassa opinnäytetyöni näkökulmasta yhdistävinä tekijöinä matkailussa Suomen ja Sveitsin välillä. Lisäksi seuran Marsalkka C.G.E. Mannerheimin jalanjälkiä Saimaan rannalta Mikkelistä Sveitsiin Genevenjärven rannalle.

7.1 Vesi ja linnat

Sveitsiä nimitetään usein Euroopan vesialtaaksi ja koko Euroopan makean veden varastoista 6 % sijaitsee Sveitsissä. Rein, Rhone ja Inn-joet saavat alkunsa Sveitsin Alpeilta. Maassa on yli 175 vähintään 10 ha kokoista luonnollista tai tekojärveä ja vesi pidetään puhtaana sillä 95 % maan talouksista on kytketty viemäriverkostoon. Sähkön tuottamiseen hyödynnetään yli 90 % vedestä. Sveitsissä sijaitsee maailman suurin pato, mahtava 285 metriä korkea Grande Dixence. (Sveitsin Ystävät Suomessa 2015.) Niin Suomea kuin Sveitsiäkin mainostetaan kummankin maan matkailusivustoilla, esitteissä ja kirjallisuudessa veden maina. Suomessa tuttu mainoslause ”Tuhansien järvien maa” ja Sveitsissä usein ”Switzerland, a Land of water”. Tässä mainokset lunastavat lupauksensa perustuen faktatietoihin, joten tarkastelen hieman veden merkitystä enemmän.



KUVA 13. Genevenjärven rantamaisemaa. Montreux (Tuija Turunen)

Maailman pinnasta kaksi kolmasosaa on veden peittämää, minkä vuoksi maapallo näkyy avaruudesta katsottuna sinisenä. Vesi on luonnossa kaikkialla, veden merkitys on kaiken kattavaa ja vesi on aineena ainutlaatuista. Vesi merkitsee enemmän kuin vain osaa kaunista luontomaisemaa. Vesi on aina innoittanut ja kiehtonut ihmisiä kulttuurissa. Vesi on kuvattu kuvataiteissa, kirjallisuudessa, elokuvissa ja valokuvataiteessa.

Historia on osoittanut kuinka ihmisille on ollut tärkeitä vesireitit niin liikkumisen, monenlaisten vesiaktiviteettien, kaupanteon kuin valtioiden puolustuksen kannalta. (Pursiainen ym. 2014, 11-13.)

Olavinlinna Suomessa ja Chillonin linna Sveitsissä on rakennettu strategisesti tärkeille paikoille. Näiden nähtävyyksien vuosittaiset kävijämäärät kertovat kuinka ne ovat tärkeitä kohteita tänä päivänä matkailun kannalta toimiessaan matkailun vetonauloina alueillaan. Molemmat linnat ovat läpi vuoden auki olevia matkailukohteita. Kuvassa 10 näkyy kuinka linnat rakennettiin usein tärkeiden vesireittien varrelle ja matkailun näkökulmasta katsoen äärimmäisen kuvankauniille paikoille veden ääreen. Sveitsissä on perustettu keväällä 2015 Sveitsin linnat-yhdistys, johon kuuluu 17 linnaa yhdeksän Kanttonin ja kolmen kielialueen kattavalla alueella. Kävijöitä Sveitsin linnoissa oli vuonna 2014 yhteensä yli miljoona. (Chillon 2015.)

7.2 Maailman parhaimpia lentokenttiä ja onnelliset maat

Tuoreimmassa marraskuussa 2015 julkaistussa maailman parhaimpien lentokenttien äänestystutkimuksessa Suomi ja Sveitsi pärjäsivät erinomaisesti. The Guide to Sleeping in Airports-[www-sivuilla](#) järjestettiin äänestys vuoden 2015 maailman parhaasta ja huonoimmasta lentokentästä. Kyselyssä oli 26 297 vastaajaa. Tässä äänestyksessä Helsinki-Vantaan lentokenttä valittiin maailman parhaiden lentokenttien listalla sijalle 7. Suomalaista lentokenttää luonnehdittiin siistiksi, puhtaaksi, moderniksi, jossa on helppo liikkua. Sveitsin Zürichissä sijaitseva Kloten International Airport sijoittui sijalle 10. Kymmenen parhaimman lentokentän joukossa Euroopasta tälle listalle sijoittuvat Suomen ja Sveitsin lisäksi ainoastaan Saksa Munich International Airport-lentokentällään sijalle 6. (The Guide to Sleeping in Airports 2015.)

Toinen matkustajien arvioihin ranking-listansa perustuvan konsulttiyhtiö Skytraxin maailman parhaimmista lentokentistä vuonna 2015 tekemä lista julkistettiin kesäkuussa 2015 Pariisin ilmailumessujen yhteydessä. Sveitsin Zürichin lentokenttä sijoittui listalle 6 ja Helsinki-Vantaa sijalle 18. Zürich oli noussut edellisvuodesta kaksi sijaa ja Helsinki-Vantaa yhden sijan. Lista perustuu suoraan matkustajien kokemuksiin ja mielipiteisiin lentoasemien laadusta, toimivuudesta ja mukavuudesta. Se tunnetaan nimellä ”Passengers Choice Awards” (matkustajien valinta). Tänä vuonna arvionsa lentokentistä oli antanut 13 miljoonaa matkustajaa. (Bröström 2015.)

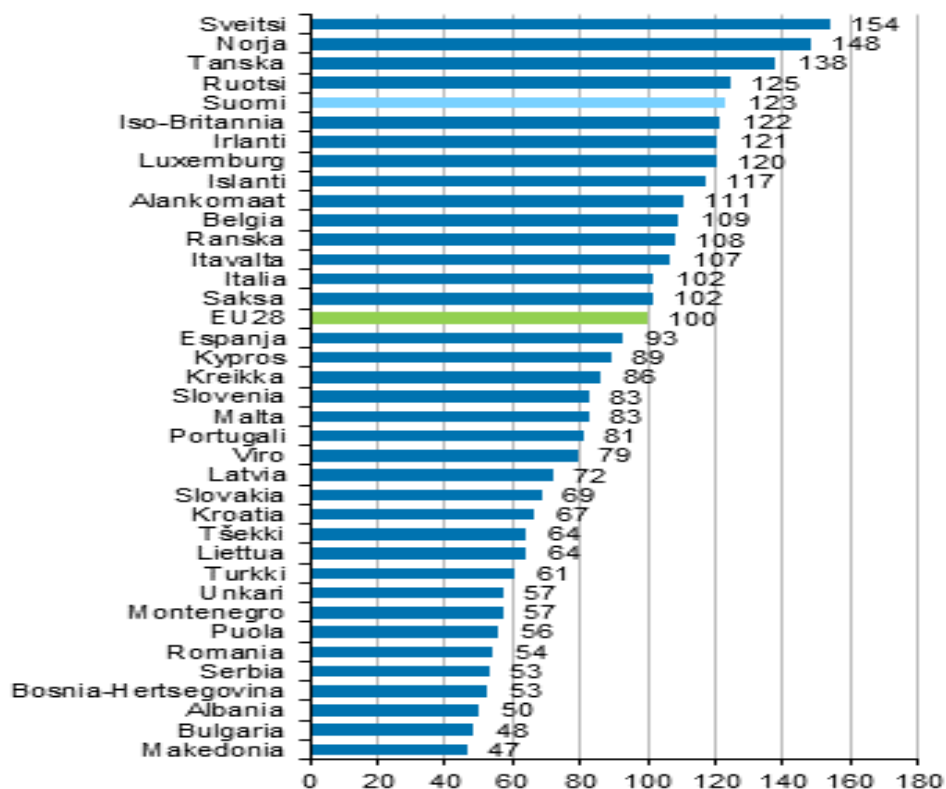
Maailmanlaajuisen indeksin mukaan Sveitsi on maailman onnellisin maa. Kaikki pohjoismaatkin mahtuvat ansiokkaasti kymmenen parhaan joukkoon Suomen sijoittuessa kuudenneksi. Suomi hävisi hieman listalla aiemmin sijoittuneille Islannille, Tanskalle ja Norjalle. Yliopistotutkijoiden koostaman laskelman on julkaissut Sustainable Development Solutions Network-verkosto (SDSN). Onnellisuuden kokonaisuuteen otettiin tulojen lisäksi huomioon muun muassa odotusarvo terveistä elinvuosista, korruption vähäisyys, luotettavan läheisen olemassaolo, anteliaisuus ja vapaus tehdä valintoja. Yhä enemmän onnellisuutta pidetään tärkeänä niin sosiaalisen kehityksen kuin myös julkisen politiikan tavoitteena. (The World Happiness Report 2015). Useat maat ovat nostaneet onnellisuuden ylivertaiseksi valtion hyvinvointia kuvaavaksi määreeksi. Näitä onnellisuuden vaikuttavia asioita sisältää myös YK:n kehitysagenda. New Yorkissa syyskuussa 2015 pidetyssä huippukokouksessa YK:n jäsenmaat sopivat kestävän kehityksen tavoitteista ja toimintaohjelmasta, jotka ohjaavat kestävän kehityksen edistämistä vuoteen 2030 asti. (Yhdistyneet kansakunnat 2015).

7.3 Hintataso ja turvallisuus

Suomea ja Sveitsiä pidetään kalliina maina. Mielikuva on yhteneväinen faktatietojen kanssa. Tätä käsitettä tarkastelin tutkimuksessani muun muassa kuluttajahintojen kautta. Esimerkiksi yksityisen kulutuksen kokonaishintataso vaihteli suuresti Euroopan maiden välillä vuonna 2014 (taulukko 3).

Sveitsin ja Norjan hintataso ylitti EU-keskiarvon 50 prosentilla Sveitsin pitäessä kärkitilaa. Suomi kuuluu muiden Pohjoismaiden tavoin kalliimpiin. Euromaista kalleimmat olivat Suomi, Irlanti ja Luxemburg. Suomessa hintataso nousee yli EU:n keskiarvon 23 prosenttia. Selkeästi alle EU-keskihintatason Suomessa jäivät vuonna 2014 tietoliikennepalvelujen hinnat. Hintatasoerot olivat suuria eri maiden välillä esimerkiksi palveluita koskevissa tuoteryhmissä (liikenne-, hotelli- ja ravintolapalvelut) niihin sisältyvien työvoimakustannusten vuoksi.

TAULUKKO 3. Yksityisen kulutuksen kokonaishintataso 2014. EU 28=100 (Tilastokeskus)



Tiedot perustuvat EU-tilastoviranomaisen, EuroStatin, koordinoimaan ECP (European Comparison Programme)-hintavertailuohjelmaan, jossa ovat mukana EU:n 28 jäsenvaltiota, viisi ehdokasvaltiota, potentiaalinen jäsenmaa ja kolme EFTA-maata. Vertailussa on mukana noin 2400 tuotetta ja niiden hinnat on kerätty vuosina 2012 - 2014 ja EuroStat on päivittänyt ne valuuttakurssien muutoksilla ja inflaatiolla vastaamaan vuoden 2014 keskihintoja. Suomea koskevan hinta-aineiston tutkimuksen on koonnut Tilastokeskus. (Tilastokeskus 2015.)

Korkea elintaso kertoo myös siitä, että yhteiskunta on monipuolisesti elinkelpoinen, vakaata ja toimintakykyinen yhtä hyvin yhdyskuntarakenteeltaan kuin sisäiseltä ja ulkoiselta turvallisuudeltaan. Samalla nämä seikat ovat matkailukehityksen edellytyksiä. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 71.) Englanninkielisessä matkailun lähdeaineistossa kohdasi usein sanoja safety ja security. Verhelän (2014) mukaan turvallisuus-käsitteen sisältö riippuu tarkastelunäkökulmasta, joka voi olla poliittinen, yhteiskunnallinen, sosiaalinen, taloudellinen, psykologinen tai tekninen. Matkailijoiden tuotannossa ja kulutuksessa nämä kaikki tulevat esille ja vaikuttavat niin palvelujen tarjoajien toimintaan

kuin matkailijoiden mahdollisuuksiin toimia ja haluun matkustaa ja kuluttaa palveluja. Verhelä (2014) pohtii näiden safety- ja security-sanojen merkitystä. Sanat esiintyvät myös kyselyssäni avoimissa vastauksissa. Turvallisuuteen liittyvässä tutkimuskirjallisuudessa on näitä englanninkielessä esiintyviä synonyymejä pyrittykin määrittelemään. Käsite safety liittyy puhtaasti puhtaisiin onnettomuuksiin ja vahinkoihin, joihin ei sisälly tahallisuutta. Security-käsite taas sisältää ajatuksen suojautumisesta tahallista ja pahansuopaa toimintaa kuten rikollisuutta ja terrorismia vastaan (Verhelä 2014, 174). Iivari (2012) toteaa, että matkailun turvallisuus liittyy vahvasti yhteiskunnan elintärkeiden toimintojen ylläpitämiseen sekä myös työllisyyteen ja työpaikkojen säilymiseen. Turvallisuus ja sen mukanaan tuoma imago on tulevaisuudessa yhä merkittävämpi kilpailuvaltti niin yrityksille kuin maantieteellisille alueillekin. Turvallisuuden liittyvä mielikuva yhdessä laadun kanssa on myös yhä merkittävämpi kilpailutekijä, joka nousee yhdeksi matkailun kehittämisen painoalueeksi (Iivari 2012, 14). Ulkoasiainministeriön nettisivuilta löytyvät maakohtaiset matkustustiedotteet, joista saa ajankohtaista turvallisuustietoa. (Suomen Ulkoasiainministeriö 2015.)

Maailmanlaajuisesti julkaistaan monenlaista vertailutietoa turvallisimmista ja vaarallisimmista maista. Esimerkkinä The Global Peace Index (GPI), jossa maiden indeksiluku perustuu 23 laadullisiin ja määrällisiin indikaattoreihin. Indeksimittarit tulevat kolmelta alueelta: the level of safety and security, security in society ja the extend of domestic sekä international conflict ja degree of militarisation. Vertailun tiedot koostuvat luotettavista lähteistä saatuihin lukuihin koskien 162 itsenäistä valtiota kattaen 99,6 prosenttia koko maailman väestöstä. The Institute for Economics and Peace julkaisee vuosittain tätä GPI-listaa. Lista julkaistiin vuonna 2015 yhdeksännen kerran. Tuoreimmassa julkaisussa turvallisimpien maiden listalla Suomi sijoittuu näiden indikaattoreiden perusteella sijalle kuusi ja Sveitsi sijalle viisi. Niitä ennen tulevat Islanti, Tanska, Itävalta ja Uusi Seelanti. (The institute for Economics and Peace 2015.)

7.4 Marsalkka Mannerheimin jalanjäljet

Saimaan vesistön rannalla sijaitsee Mikkelin kaupunki. Mikkeli sijaitsee valtatie 5:n ja Savon radan varrella lähellä Savonlinnaa. Kaupunkiin johtaa myös yksi Saimaan laivareiteistä. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 254.) Kaupunki on toiminut päämajakaupunkina kaikkien Suomen itsenäisyyden aikana käytyjen sotien aikana eli Mikkeli on kolmen sodan päämajakaupunki. Ensimmäisen kerran kaupunki oli päämajan sijoituspaikkana

keväällä 1918 ja sen jälkeen talvi- ja jatkosotien aikana. Päämajan perusti Mikkeliin Marsalkka C.G.E. Mannerheim. Mikkelistä saa historiallisen katsauksen lisäksi tuulahduksen Saimaan läheisyydestä monien vesiaktiiviteettien ja risteilyjen kautta ja talvisin on mahdollisuus lasketteluun ja lukuisiin muihin talviurheilulajeihin. Puistot, lukuisat upeat nähtävyydet ja suositut matkailukohteet loistavine ruokavaihtoehtoineen ovat Mikkelissä käynnin antia. (VisitMikkeli 2015; Museovirasto 2015.)

Tänä päivänä Mikkelin suosittuja nähtävyyksiä ovat historian puolelta muun muassa Päämajamuseo, Jalkaväkimuseo, Mannerheimin esikuntajunan salonkivaunu, Mannerheimin patsas (Päämajapatsas) Mikkelin torilla (kuva 13) ja Mikkelin Klubi. Mannerheimin salonkivaunu on avoinna yleisölle ainoastaan kerran vuodessa Mannerheimin syntymäpäivänä 4.6. Päivä on samalla Suomen Puolustusvoimain lippujuhlapäivä ollen yleinen liputuspäivä Suomessa. Tuona päivänä järjestetään Suomessa valtakunnallinen paraati ja suoritetaan palkitsemisia ja ylennyksiä (VisitMikkeli 2015; Helsingin Suomalainen Klubi 2015). Mikkelin alueen Sveitsin Ystävät ovat järjestäneet perinteisesti monipuolista ohjelmaa Suomessa vieraileville Sveitsin upseeristipendiaateille Mikkelissä näiden monien historiallisten nähtävyyksien äärellä.



KUVA 14. Mannerheimin patsas. Mikkeli (Tuija Turunen)

Suomen Marsalkka Carl Gustav Emil Mannerheim (1867 - 1951) toimi Suomen valtionhoitajana sekä ylipäällikkönä ajanjakson 1918 -1919. Mannerheim perusti vuonna 1920 Kenraali Mannerheimin Lastensuojeluliiton (nyk. Mannerheimin lastensuojeluliitto). Mannerheim valittiin Suomen Tasavallan presidentiksi vuonna 1944. Presidenttikautensa jälkeen Mannerheim etsi rauhallista ja lämpimässä ilmastossa sijaitsevaa paikkaa, jossa hän voi kirjoittaa muistelmansa ja viettää eläkepäiviään. Tällaiseksi paikaksi löytyi Montreux Sveitsissä, missä Mannerheim vietti enimmäkseen viimeiset vuotensa. (Helsingin Suomalainen Klubi 2015; Sveitsin Ystävät Suomessa.2015).

Genevenjärven rannalta läheltä Chillonin linnaa löytyy Mannerheimin mukaan nimetty puisto nimeltään ”Parc de Mannerheim” (kuva 14.) Upealta paikalta aivan veden äärellä sijaitsevasta puistosta löytyy toukokuussa vuonna 1955 pystytetty Mannerheimin muistomerkki. Muistomerkkiin on kirjoitettu Aaro Hellaakosken runosäkeet: ”Tuossa on luonne, laivan keulassa kyllä, kun se syvien yllä, tietänsä kyntää”. Vuosittain kesäkuun ensimmäisenä lauantaina Sveitsiläisen Upseeriston ja SVFF:n (Shweizerische Vereinigung der Freunde Finnlands) edustajat laskevat Suomen Sveitsin suurlähetystön avustamana seppeleen muistomerkille Montreux`ssa. (Vaahtolammi, 2008, 39.)



KUVA 15. Parc de Mannerheim. Montreux (Tuija Turunen)

Marsalkka C.G.E. Mannerheim sai Sveitsiin uuden muistomerkin vuonna 2011. Valmont`n klinikalla Montreux`ssa pidettiin toukokuussa 2011 juhlallinen muistolaatan

paljastustilaisuus runsaan, arvokkaan yleisön läsnä ollessa. Laattahankkeen toteuttajina toimivat Suomen Sveitsin suurlähetystö, Montreux`n kaupunki, Sveitsiläis-suomalainen upseeriyhdistys (Die Finnisch-Schweizerische Offiziersvereinigung), Valmont`n klinikka, Suomen Luganon kunniakonsuli ja Suomen Marsalkka Mannerheimin Perinnesäätiö. (Nummelin & Rusi 2011.)

8 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MATKAKYSELYN VASTAUKSET

Tutkimukseni kohteena olivat eurooppalaiset maat Suomi ja Sveitsi. Aloitin tutkimustyön haastatteleamalla suomalaisia ja sveitsiläisiä sekä myös muiden maiden kansalaisia. Sain hyvää aineistoa kotimaan ja ulkomaan matkoillani sekä samoja opintoja suorittavilta vaihto-oppilailta. Tein välillä muistiinpanoja haastateltavien kertomista mielikuvista niin Suomesta kuin Sveitsistä. Tosin haastatteluni alkoivat tuntua turhauttavilta, kun sain vastaukseksi vastakysymyksiä. Missä Suomi/Sveitsi on? Muutoin saamani vastaukset olivat niin yleisiä, yhtenäiseviä ja tyypillisiä kliseitä, että päätin kehittää uudenlaista näkökulmaa mielikuva-teemaan. Innokkaana valokuvaajana ja taiteen ystäväenä halusin tutkimukseen ottaa myös tätä puolta mukaan. Pikku hiljaa tutkimuksen toteutustapa alkoi kirkastua. Yksi laadullisen tutkimuksen piirre tuli heti esille tarkoittaen siinä, että tutkimus muokkautuu prosessin aikana. (Hirsjärvi ym. 2007, 158-160.)

Alun perin tarkoitukseni oli tehdä myös noin sanottua informoitua kyselyä, jakaen kyselyä henkilökohtaisesti ja samalla esitellä kyselyä vastaajille. Tämä suunnittelemani osuus putosi pois erilaisten ylivoimaisten esteiden takia, joten työni pohjautuu havaintoihin, lähdekirjallisuuteen ja tekemääni matkailukyselyyn ja näistä tehtyihin päätelmiin. Koin, että olen tässä tutkimuksessani havainnoija, tarkkailija ja samalla tämän työn kautta voin vaikuttaa objektiivisesti mielikuviin Suomesta ja Sveitsistä elämyksellisenä matkakohteena. Tutkimusmenetelmäksi valitsin kvalitatiivisen eli laadullisen menetelmän. Lisänä osallistuva havainnointi ja kenttätutkimus, jotka täydensivät toisiaan. (Hirsjärvi ym. 2007, 158.) Ulkonaisia taloudellisia resursseja ei ollut käytössä.

Käytin opinnäytetyötä tehdessäni monipuolisesti lähteitä. Perehdyin kattavasti monien aihealueiden lähteisiin ja lähdeviittauksilla annoin tutkimukselleni eettistä perustaa. Erittäin runsas lähdeaineisto käsitti niin historiallista, valokuvauksen, kuvataiteen ja

matkailuaiheista lähdekirjallisuutta, joista valitsin tutkimuksen kannalta merkityksellisimmät. Kategoriassa ”mielikuvat” löytyy aiemmin tehtyä tutkimusta, mutta enimmäkseen muista Suomen matkailun kohdemaista kuin Sveitsistä. Luotettavuutta pyrin lisäämään ottamalla lähteiksi esimerkiksi mielikuvista tehtyjen tutkimusten tuloksia, maiden yhteisiin vetovoimatekijöihin liittyvää faktatietoa sekä tarkalla tutkimusprosessin eri vaiheiden monipuolisella selostuksella.

8.1 Suomen ja Sveitsin matkailukysely

Laadin kyselylomakkeen tarkoituksena kerätä informaatiota Suomen ja Sveitsin matkailusta. Ilman kyselyä ja sen tuloksia voisi opinnäytetyöni haittana olla se, että tunnen tutkimuskohteet ennestään hyvin eikä työni olisi objektiivinen. Kyselyn tarkoituksena on tuoda näkökulmaa hieman kauempaa omista näkemyksistä. Toki tulkintaani voivat silti vaikuttaa omat näkökulmat ja osin estää puolueettoman ajattelun. Tulkintani voivat olla subjektiivisia, koska vastauksissa voi olla tulkinnanvaraa kuinka joku sana eri kielissä ymmärretään ja mitä assosiaatioita sanat synnyttävät. En usko, että asiasta on vaaraa kuitenkaan tutkimuksen kokonaistulokselle, sillä otan esille faktatietoja ja tulen analysoimaan nimenomaan kyselystäni saamiani vastauksia. Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n nettisivuilla ollut matkakyselyn esittely ja kyselylomake suomenkielisenä versiona löytyy liitteestä 1.

Rakensin kyselylomakkeeni niin, että vältin kyselyni kysymyksissä perinteisiä, omien haastattelujeni perusteella kuulemiani kliseisiä mielikuvia sekä tuotemarkkinoinnissa yleisesti esiin tulevia mielikuvia näistä maista. Halusin tuoda uudenlaista näkökulmaa, omien kuvatuotosteni kautta saatua tietoa. Lisäksi vastaajille ei ollut mahdollista vastata mihinkään kysymykseen ”en osaa sanoa”. Ajattelin, että näin saamani vastaukset ovat aidosti mietittyjä ja oma yhteenvetoni on yhtenäinen.

Kyselyn työvaiheet

Kyselylomakkeeseen laadin ensin saatekirjeen, jossa esittelin itseni, tutkimukseni ja vastausten salassapitovelvollisuuteni. Lomakkeen laatiminen oli tarkkaa työtä, koska halusin tehdä ennen kaikkea nopeasti vastattavan kyselyn. Kyselyni alkusuunnittelussa asetin tavoitteeksi kysymysten lyhyden, selkeyden ja yksinkertaisuuden. Kyselyni koostui 15 kysymyksestä. Aluksi keskityin vain monivalintakysymyksiin, mutta lisäsin

kyselyyn myös avoimia kysymyksiä. Kyselyn osat jaoin kolmeen osaan; taustatiedot, matkailukysymykset ja valokuvat. Käsittelen kyselyn vastauksia näiden teemojen mukaisesti. Avointen kysymysten tarkoitus oli olla tarkentavia sekä toisaalta hain niillä myös opinnäytetyöni punaisena lankana olevia mielikuvia. Tein kyselyni viidellä eri kielellä; suomeksi, ranskaksi, saksaksi, italiaksi ja englanniksi. Halusin ottaa mukaan suomen kielen lisäksi Sveitsin kansallisia kieliä sekä englannin, koska oletin näin palvelevani tulevia vastaajia paremmin. Käännöksissä toiselle kielelle on aina väärinymmärryksen riskejä, joten pyrin tekemään kysymyksistäni ja vastausvaihtoehdoista mahdollisimman selkeitä. Kääntämällä kysymykset toiselle kielelle menetin mahdollisesti tavoittelemani leppoisuuden ja yksinkertaisuuden. De Mooij'n (2010) mukaan esimerkiksi lyhenteiden käytössä on oltava tarkkana. Sanat voivat ylipäättään merkitä eri kielissä eri asioita tai asioille löytyy eri kielissä eri ilmaisuja. Kieli on tärkeämpää kuin monta kertaa esimerkiksi mainostajat tulevat ajatelleeksi. Kääntäessä tekstiä toiselle kielelle saattaa ymmärrys sanomaa kohtaan olla pinnallista tai väärinymmärrettyä; jopa positiivinen merkitys voi kääntyä negatiiviseksi. (De Mooij, 2010, 59-61.)

Suurin osa monivalintakysymyksistä olin suunnitellut niin, että ne kattoivat kaikki mahdollisuudet ja vaihtoehdot olivat suurelta osin toisensa poissulkevia. Avointen kysymysten kohdalla ei ollut mahdollista kysymysten muotoilun vuoksi epätasemmisiin vastauksiin vaan tutkimukseni kannalta mielenkiintoisiin näkemyksiin maista perustuen vastaajien mielikuviin ja kokemuksiin.

Visuaalisuus

Visuaalisuus oli mukana kyselyssäni alusta loppuun. Valokuvat-osuudessa keskityin valokuvien valinnassa myös väreihin. Värien rooli on kuten taiteessa myöskin viestinnässä tärkeä. Värien symboliset ulottuvuudet ja automaattiset assosiaatiot on hyvä ottaa huomioon yleensäkin markkinoinnissa. Niillä voidaan tehostaa viestinnän ymmärrettävyyttä muodostaen nopeita ja vahvoja signaaleja. Valitsin kuvat tarkoituksella näihin erilaisiin väriskaaloihin nähdäkseni nouseeko kuvista esille asioita värisymboliikan kautta. Kuva A on syyskuva, kuva B talvikuva ja kuva C on kesäkuva. Värit voivat toimia symbolien kaltaisina ja assosioitua mielissämme johonkin tunneskalaan. Hyvänä esimerkkinä viimeisenä käyttämäni valokuva; vesi ja sinisyys. Taivaan ja veden sininen on naturalisia värejä kuvaten keveyttä, etäisyyttä ja avaruutta. Vihreä taas

yhdistetään luonnonläheisyyteen ja kasvuun. (Arnkil 2007, 142-146.) Halusin, että visuaalisuus näkyy tässä lopputyössäni lukuisten kuvien ja runsaiden värien käytönä.

Kyselyn toteutustavat

Kyselyn tarkoituksena oli löytää vastauksia tutkimaani aihealueeseen. Kyselin toteutin pääasiassa verkkokyselyllä ja lisäksi manuaalisella kyselylomakkeella. Kyselystäni oli juttu/kutsu kyselyyn sekä linkki tutkimukseen esille Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n sivuilla, yhdistyksen jäsentiedotteessa sekä yhdistyksen Facebookissa. Lisäksi lähetin pyynnöstä noin kolmekymmentä manuaalista kyselylomaketta henkilöille, jotka eivät jostain syystä käytä internetiä. Oli mukavaa, että sain alun perin pelkästään verkkokyselynä tehtävästä kyselystä palautetta ja manuaalisen kyselyn lähettämispyyntöjä. Kohderyhmän määrittäminen on vaikeaa avoimessa julkisessa kyselyssä, mutta selvää oli että esimerkiksi näillä nettisivustoilla kävijät ovat pääasiassa jäsenjärjestön ja sisaryhdistyksen jäseniä tai muutoin potentiaalisia jäseniä ja Sveitsistä kiinnostuneita.

Mikkelissä järjestettiin 6.-7.10.2015 seminaari nimeltään Future Challenges in hospitality Mikkelissä Mikkelin ammattikorkeakoululla. Pidin seminaarin ajan kyselypistettä seminaarituloissa tarjoten halukkaille seminaariosallistujille mahdollisuuden täyttää kyselyä koulun puolesta järjestettyjen useiden ipadien avulla. Kyselyyn osallistujia ei ollut paljon pääasiassa lyhyiden taukojen vuoksi ja niiden ajankäytön vuoksi, mutta sitäkin enemmän keskustelutuokioita Sveitsissä käyneiden tai maasta kiinnostuneiden kanssa. Tein myös esittelyvideon taustalle pyörimään Suomi-Sveitsi-aiheesta sivuten esitykselläni seminaarin teemaa, joka oli digitaalisuus ja hiilijalanjäljen vähentäminen. Tarjolla oli myös Sveitsin Helsingin suurlähetystöstä saamiani monipuolisia Sveitsi-esitteitä niin itse maasta kuin majoitusmahdollisuuksista. Ne tekivät hyvin kauppaansa huolimatta muutoin seminaarin teemaan liittyvästä hyvin digitaalisesta esittelypisteestäni ipadien kera.

Luotettavuus

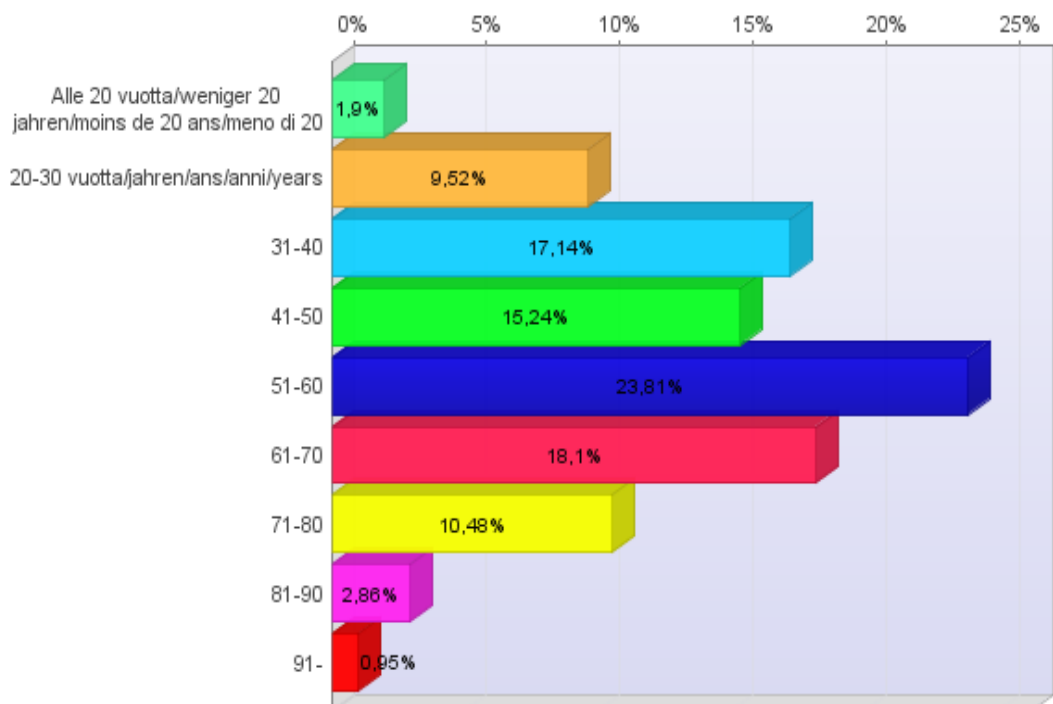
Kyselyni kohdistin Suomesta ja Sveitsistä kiinnostuneille. He muodostivat kyselyni kohderyhmän eli populaation. Tilanne oli se, että en tuntenut kohderyhmää, koska heistä ei ollut ennalta mitään luetteloa esimerkiksi osoiteluetteloa. Kyselyssäni tavoitin verkkoilijat Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n eli toimeksiantajan verkkosivuilla olleen

kutsun avulla eli toimin valitsemani alustan verkkosivuilla. Yhdistyksen sivut ovat avoimet kaikille verkossa liikkuvilla. Sain luotettavuutta kyselyyni esimerkiksi pakollisilla kysymyksillä vastaajien taustatiedoista, joka loi mahdollisuuden tarkastella mielipiteitä, mielikuvia ja vastauksia erilaisilla vertailuilla. (Kananen 2014, 168-172.) Arvioin luotettavuutta vielä tarkemmin yhteenveto-osuudessa.

Vastaajien taustatiedot

Taustamuuttujina tiedustelin kyselyyn osallistujilta sukupuolta, ikää ja kansalaisuutta sekä Sveitsin Ystävät tai Suomen Ystävät Sveitsissä yhdistyksen jäsenyyttä. Nämä kysymykset olivat pakollisia. Lisäksi tiedustelin, onko vastaaja vierailut Suomessa/Sveitsissä. Mikäli vastaaja oli vierailut Suomessa/Sveitsissä, kysyin hänen kokemuksistaan maasta. Ellei ollut, saattoi poikkeuksellisesti kyselyn muista kysymyksissä vaadittuihin pakollisiin vastauksiin, ohittaa tämän kysymyksen ja siirtyä ilman vastausta seuraavaan kysymykseen.

TAULUKKO 4. Ikäjakauma



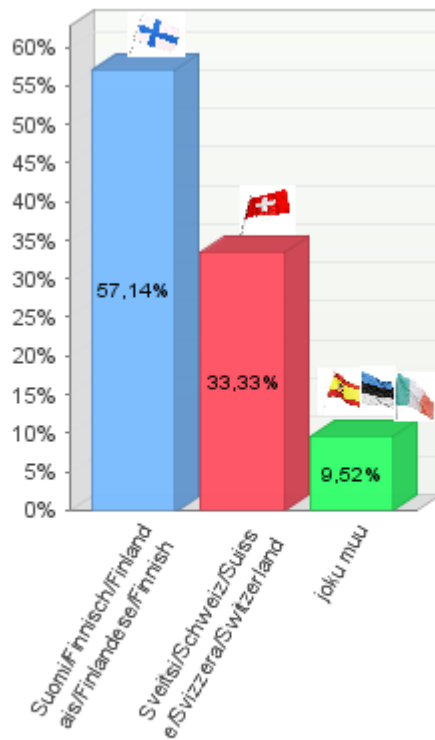
Kyselyyn vastasi kaikkiaan 105 henkilöä (=105). Kyselyyn vastanneista 67 % oli naisia ja 33 % miehiä. Ikäjakauma näkyy taulukossa 4. Vastanneista 23,81 % oli 51 - 60 vuo-

tiaita, seuraavaksi eniten sijoittui 61 - 70 vuosien väliin ja kolmanneksi suurin vastaajaryhmä oli 31 - 40 vuotiaat 17,4 %. Kuten taulukosta näkee vastaajia löytyi kaikista ikäryhmistä.

Kansalaisuus

Taustatiedoissa kysyin kansalaisuutta. Vaihtoehtoina olivat suomi, sveitsi ja joku muu. Kysymykseen voi vastata vain yhdellä vaihtoehdolla. Suomalaisia vastaajista oli 57,14 prosenttia, sveitsiläisiä 33,33 prosenttia ja muun maan kansalaisia 9,52 prosenttia. Muiden maiden kohdalla oli lisäksi suomi-sveitsi-kaksoiskansalaisuuksia sekä kolmen muun maan kansalaisia.

TAULUKKO 5. Kansalaisuus



Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n nettisivut

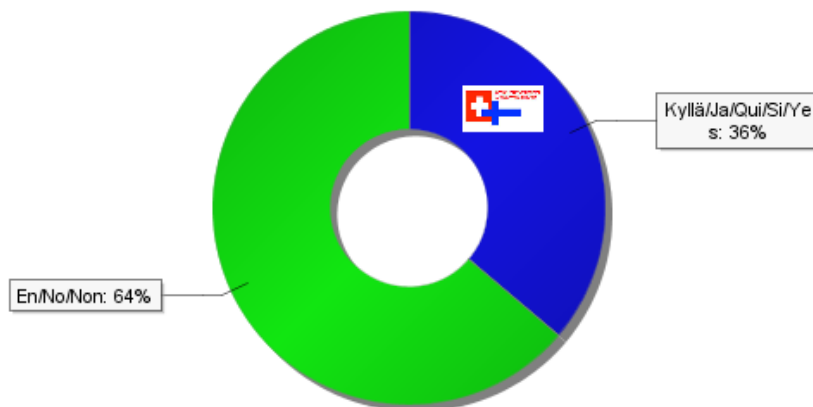
Kutsu kyselyyni löytyi Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n verkkosivuilta ja yhdistyksen jäsentiedotteesta. Kyselyni linkki löytyi www-sivuilta ainoastaan Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n sivuilta. Kaikki verkkokyselyyn vastanneet kävivät yhdistyksen sivujen

kautta täyttämässä matkakyselyä. Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n sivujen kautta saatujen yhteystietojen kautta yhdistykselle tulee paljon kyselyjä myös ei-jäseniltä matkakohteista, yöpymis-, ravintola-, tapahtuma- ym. tiedoista sekä paikallisista asioista, joita tulee ottaa huomioon matkaa suunnitellessa.

Jäsenyys ystävyysyhdistyksissä

Kysymyksiini kuulumisesta Sveitsin Ystävät Suomessa tai Schweizerische Vereinigung der Freunde Finnlands-sisaryhdistyksen jäsenyydestä kertoi, että vastaajista 36 prosenttia oli ystävyysseurojen jäseniä (taulukko 6). Ei kuulumattomia vastaajia oli 64 prosenttia vastaajista. Jäsenistä puolet olivat suomalaisia ja puolet sveitsiläisiä. Kysymyksessä ei ollut eritelty eri yhdistyksiä vaan vastauksissa olivat kummankin yhdistyksen jäsenet samassa.

TAULUKKO 6. Jäsenyys ystävyysyhdistyksissä



8.2 Matkailua koskevat kysymykset

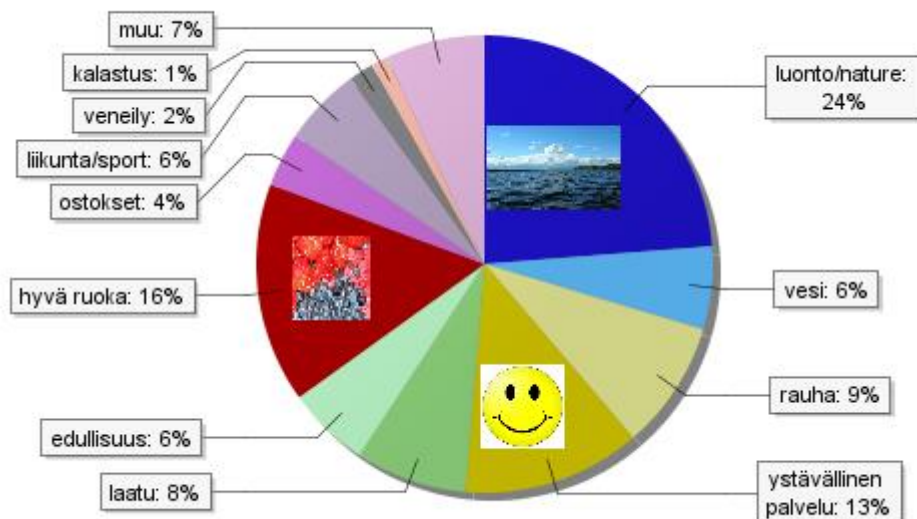
Matkailua koskevassa osiossa kysyin kolmea tärkeintä asiaa lomamatkan valinnassa. Kohdetiedustelut rajasin koskemaan vastaajien kiinnostusta järvimatkailuun ja historiallisiin kohteisiin. Kysyin vastaajilta ovatko opinnäytetyössäni keskiössä olevat ja nähtävyydet vastaajille ennestään tuttuja sekä mahdollista kiinnostavuutta näihin kohteisiin. Kysymysten ohessa oli myös järvikuva ja kuvamanipuloitu linnakuva. Lisäksi ky-

syin mistä vastaajat hakevat ensisijaisesti tietoa matkakohteesta. Vastaajilla oli mahdollisuus valita kolme tärkeintä joko antamistani vaihtoehtoista ja lisäksi oli vielä mahdollisuus avoimeen vastaukseen eli yhteensä 12 vaihtoehtoa.

Matkakohteen valinnan tärkeimmät asiat

Kyselyssä kysyttiin matkakohteen valinnassa tärkeitä asioita. Monivalintavaihtoehtoisissa olivat luonto, vesi, rauha, hyvä ruoka, edullisuus, laatu, liikunta, kalastus, veneily, urheilu ja ostokset. Matkakohteen valinnassa kysyin monivalintakysymyksellä kolmea tärkeintä seikkaa lomakohteen valinnassa sekä lisäksi jätin mahdollisuuden myös avoimeen vastaukseen. Avoimissa vastauksissa tuli monia tekijöitä, joista useat mielletään tunnetuissa yleisissä mielikuvissa Suomeen tai Sveitsiin kuten esimerkiksi sauna, puu- ja rantasauna ja Alpit. Avoimissa kysymyksissä esiintyi useasti myös sana turvallisuus. Kolme asiaa monivalintakysymyksissä muodostuivat selkeästi tärkeimmiksi, muiden jakautuessa tasaisesti (taulukko 7).

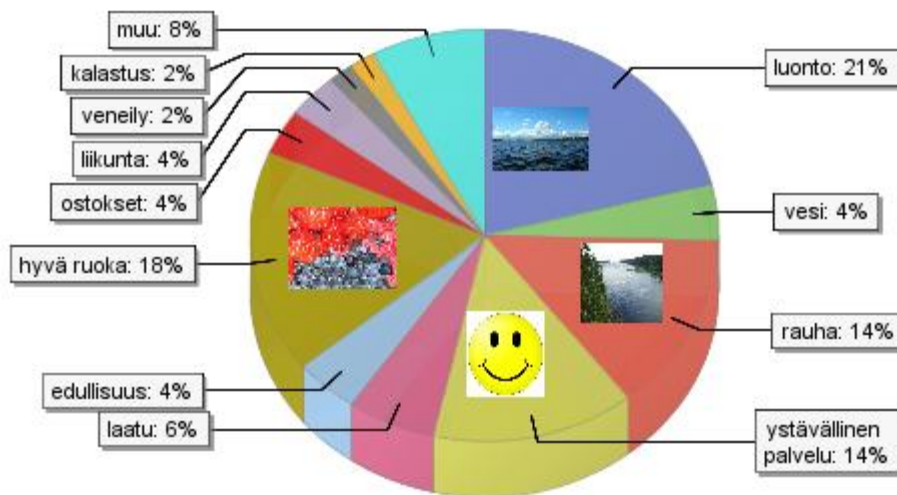
TAULUKKO 7. Tärkeimmät asiat lomakohteen valinnassa. Kaikki vastaajat.



Ylivoimaisesti tärkeimmäksi kaikkien vastaajien kolmen tärkeimmän valinnassa nousi luonto (24 %). Hyvä ruoka nousi kakkoskilalle lukemalla 16 % ja kolmanneksi ystävällinen palvelu lukemalla 13 %. Rauha ja laatu sijoittuivat seuraaville suosituimmiksi. Vesi, liikunta ja edullisuus saivat kaikki saman verran osuutta.

Vastaajilta tuli *avoimissa vastauksissa* lukuisia muita lomakohteen valintaan vaikuttivat tekijöitä. Niitä olivat: ”lemmikkiystävällisyys”, ”koira mukana”, ”moottoripyöräiltävä”, ”perhe ja sukulaiset”, ”ystävät”, ”kalat”, ”gluteiiniton ruoka”, ”soutelu järvellä”, ”kulttuuri”, ”kaupunkikohteet”, ”mielenkiintoisuus”, ”nähtävyydet”, ”kiinnostava kohde ylipäättään”, ”kiinnostavuus”, ”paikallinen kulttuuri”, ”rakennettu ympäristö esim. vanhat kaupungit yms.”, ”moottoripyöräiltävät mutkatiet”, ”idyllisyys”, ”kohteen mielenkiintoisuus yleensä”, ”puu- ja rantsauna”, ”gluteenittoman ruuan saatavuus”, ”koira saatava mukaan”, ”boisson”, ”alcool”, ”kesämökit”, ”propéte”, ”sauna”, ”turvallisuus”, ”Lac manifique”, ”Vacances avec beau temps”.

TAULUKKO 8. Tärkeimmät asiat lomakohteen valinnassa. Sveitsiläiset.



Sveitsiläisten vastauksista ilmeni, että luonto sijoittuu ykköseksi 21 prosentilla (taulukko 8). Hyvä ruoka tulee heti toisena. Kolmannelle jaetulle sijalle pääsi ystävällinen palvelu ja rauha. Laatu sijoittui seuraavaksi.

Otteita avoimista vastauksista:

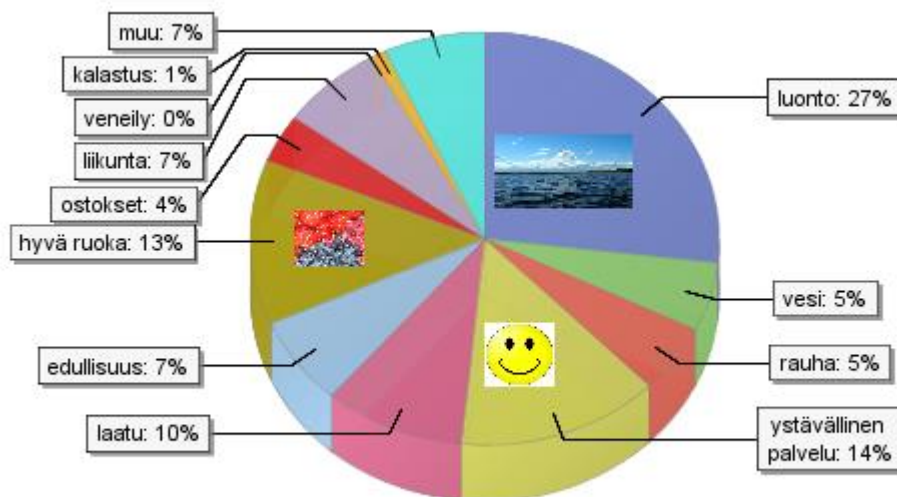
”Transmissions par des personnes autres.”

”La culture du pays, les habitudes et l’esprit des residents”

”La bonne nourriture du pays á goutes.”

Kaikkien vastanneiden ja sveitsiläisten kohdalla luonto sijoittui ykköseksi kummassakin ryhmässä. Hyvä ruoka sijoittui myös toiselle sijalle kuten kaikkien vastanneiden kesken. Sveitsiläisten matkakohteen valinnassa kolmanneksi sijoittui ystävällinen palvelu kuten kaikkien vastaajien kesken mutta lisäksi saman verran kannattajia sai rauha. Kaikkien vastaajien kesken laatu tuli seuraavaksi ja heti sen jälkeen avoimet vastaukset, joissa oli mainittu muun muassa ”puu- ja rantasauna”, ”järvellä soutelu”, ”boisson”, ”alcohol”, ”propeté”, ”vacances avec beau temps”, ”lac manifique” ja ”turvallisuus”.

TAULUKKO 9. Tärkeimmät asiat lomakohteen valinnassa. Suomalaiset.

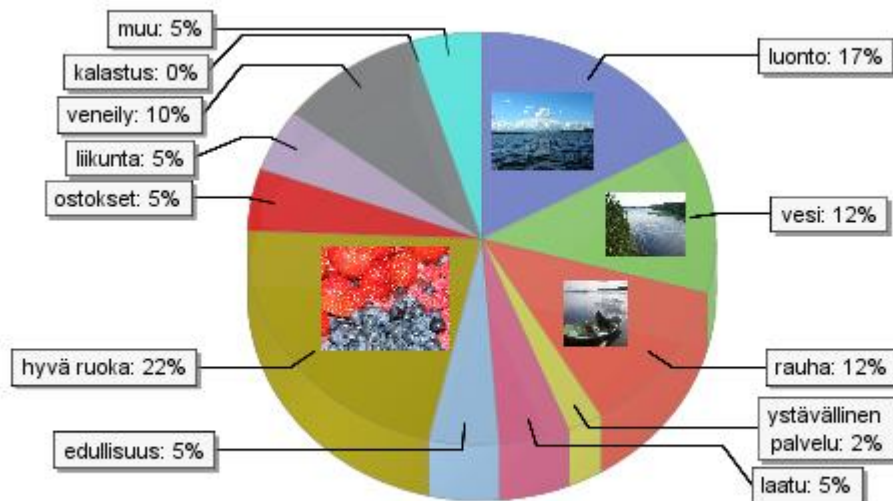


Suomalaiset arvostivat luonnon tärkeimmäksi tekijäksi kolmen tekijän joukossa 27 prosentilla (taulukko 9). Ystävällinen palvelu sijoittui toiseksi suosituimmaksi. Kolmanneksi sijalle nousi hyvä ruoka. Tämän jälkeen laatu ja seuraavina tekijöinä tasaväkisin lukemin pääsivät mukaan edullisuus ja liikunta. Näiden jälkeen sijoittuvat rauha, vesi ja ostokset. Ostoksille antoi painoarvoa suomalaiset samalla osuudella kuin sveitsiläisetkin vastaajat.

Suomalaisten vastaukset erosivat siinä, että he arvostivat toiseksi eniten ystävällistä palvelua kun se kaikkien vastaajien ja sveitsiläisten kesken oli kolmannella sijalla. Suomalaisilla oli lomakohteen valinnassa myös muita merkittäviä tekijöitä kuten muun mu-

assa ”nähtävyydet”, ”lemmikkiystävällisyys”, ”gluteiinitoman ruuan saatavuus”, ”ystävät ja sukulaiset”, ”kiinnostavuus”, ”moottoripyöräily” ja ”kiinnostava kohde ylipäättään”.

TAULUKKO 10. Tärkeimmät asiat lomakohteen valinnassa. Muu kansalaisuus.

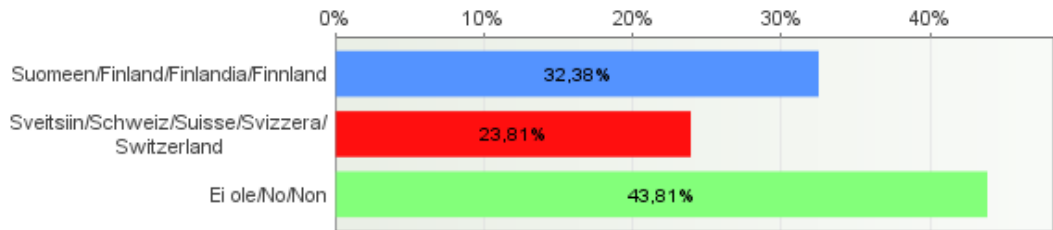


Muiden maiden kansalaisten osalta kolmen tärkeimmän tekijän joukossa ensimmäisellä sijalla oli hyvä ruoka 22 prosentilla, joka sijoittui suomalaisilla ja sveitsiläisillä vasta toiselle sijalle. Seuraaviksi luonto toiselle sijalle ja kolmannelle tilalle vesi ja rauha (taulukko 10). Näiden jälkeen sijoittui veneily. Huomattava ero oli verrattuna suomalaisiin ja sveitsiläisiin, että muiden maan kansalaiset nostivat veneilyn ja veden osuuden huomattavasti tärkeämmäksi tekijäksi kolmen tärkeimmän tekijän valinnassa. Muiden maiden kohdalla nousi tärkeimpinä asioita avoimissa vastauksissa muun muassa perhe, ystävät ja kesämökit.

Matka suunnitteilla

Kysyin vastaajilta heidän suunnitelmistaan matkustaa Suomeen/Sveitsiin. Vastaajista 33,3 %:lla vastaajista oli suunnitteilla matka Suomeen ja 23,8 % on suunnitellut matkustavansa Sveitsiin. Matkaa ei ollut suunnitellut 43,81 % vastaajista. Muista matkakohteista ja muista matkakohteista kyselyssä ei kysytty. Manuaalisissa vastauksissa oli kuitenkin merkitty muun muassa suunnitelluksi matkakohteeksi Thaimaa.

TAULUKKO 11. Matka suunnitteilla jompaankumpaan maahan.



Ystävyysseurojen jäsenien vastauksista ilmeni, että 45 prosentilla oli matka suunnitteilla Suomeen ja 34 prosentilla Sveitsiin. 21 prosentilla ei ollut nyt matkoja suunnitteilla kumpaankaan maahan. Sveitsiläisistä 46 prosenttia suunnitteli matkaa Suomeen. Kaikista suomalaisista vastaajista 37 prosenttia suunnitteli matkaa Sveitsiin. Muun maan kansalaisten ryhmässä 40 prosentilla oli suunnitteilla matka Suomeen ja 10 prosentilla Sveitsiin. Kaikkien vastaajien suunnitelmat näkyvät taulukossa 11.

Mielikuvia ja matkakokemuksia Suomesta ja Sveitsistä

Avoimissa vastauksissa tuli runsaasti erilaisia vastaajien mielikuvia ja kokemuksia Suomesta ja Sveitsistä. Otteita avoimista vastauksista löytyy liitteestä 2. Asiat ja yleisinä tyypillisinä pidettyjä mielikuvia, jotka eivät tulleet esille kysymyksissäni, löytyvätkin avoimissa vastauksissa. Otan seuraavassa otoksia kumpaakin maata koskevista kirjoituksista yhteenvedon eri aihealueista sekä otteita matkakertomuksista. Ohessa myös muutamia otteita avointen kysymysten matkakertomuksista.

Mielikuvat Suomesta olivat luontokeskeisiä. Muita esiin nousseita asioita olivat erilaiset matkakohteet, sukulaiset ja ystävät, rauha, riittävä tila, kiireettömyys, ilmainen koulutus, tutut maisemat, kesämökit, ruhe, rantasaunat, rempseys, rento - olo ja turvallisuus.

Mielikuvat Sveitsistä olivat myös enimmäkseen luontopainotteisia. Siihen liittyen nousivat esiin sanoja: ”upeat maisemat”, ”vuoret ja vaeltaminen”, ”Alpit”, ”LUONTO=maisemat ja kulttuuri”, ”Alppirinteet”, ”maisemaerot”. Paikan nimiä ja nähtävyyksiä mainittiin muun muassa ”Spiezin-Interlakenin maisemat kaikkine nähtävyyksineen”, ”Geneven J´deau. Harrastemielikuvia olivat patikointiin, rauhalliseen oleskeluun, autoajeluihin ja mahtaviin historiallisiin nähtävyyksiin liittyvät kommentit. Yleisiä maata koskevia asioita olivat muun muassa seuraavat: ”siisteys”, ”turvallisuus”,

”sveitsiläinen identiteetti”, ”tunnelma”, ”lämmin vastaanotto”, ”sveitsiläisten ystävällisyys ja vieraanvaraisuus”, ”toimivat liikenneyhteydet”, ”turvallista olla”. Ruokakulttuurista nousivat esiin juustot, viinit, suklaa, juustoruuat ja viinit.

Otteita matkakokemuksista:

”*Sveitsissä* luonto, siisteys, toimivat liikenneyhteydet, pittoreski arkkitehtuuri, järjestyneiden toimivuus, ihmisten ystävällisyys ja kohteliaisuus, se että pienissäkin paikoissa on eloa ja tapahtumia. **Suomessa** suunnilleen samat paitsi kaksi viimeistä.”

”Die Natur, Ruhe und Lebensweise *in Finnland*. Und die finnischen Spezialitäten.”

”Lämmin vastaanotto, vuoret ja vaeltaminen, vuodenaajat, luonto, pienessä määrin kaupunkivierailu ainakin *Bernissä*.”

”Ferien sind immer toll, wo auch immer, aber noch besser *in der Schweiz*.”

”Olen käynyt noin 25 kertaa *Sveitsissä*. Ehkä parasta on rauhallinen oleskelu **Spiez-Interlakenin** maisemissa kaikkine nähtävyyksineen. Myös ajelut autolla mahtavilla alppisolateilla ovat jääneet mieleen.”

”Kotimaahan tutustuminen on mukavaa. *Länsi-Suomi* on aivan erilainen kuin *Itä-Suomi*, meren saaristo erilainen kuin *Saimaan saaristo*. Kulttuuri ja kielikin eroavat toisistaan.”

”*Sveitsiläisessä* ruokakulttuurissa parasta on juusto ja tietysti suklaa, kukapa niistä ei pitäisi. Erilaiset juustot ja juustoruuat kuten juustofondue ja raclet maistuvat.”

”*Sveitsissä* tehdään myös hyviä viinejä, harmi ettei niitä juurikaan saa suomalaisesta monopoliliikkeestä.”

”Olen asunut *Sveitsissä* 35 vuotta ja tehnyt lukemattomia matkoja takaisin *koti-Suomeen*. Ystävät ja perheen tapaaminen on niitä parhaimpia asioita.”

”*Suomesta* parasta olivat maisemat, ruoka, sauna, tarjoilu, luonto, kesä ilman itikoita (tosin harvoin), soutelu Lentiiran järvellä.”

”Je voudrais bien *la Finlande*.”

”*La Finlande* est Superbe! Gebs très accueillants.”

”Ihanaa kun näen koneen ikkunasta *Geneven* ja erityisesti *Jet d’eau*. Alkaa itkettää, koska olen menossa kotiin, henkiseen kotiin.”



KUVA 16. Matkakohteita (Tuija Turunen)

Oletteko käyneet seuraavissa kohteissa?

Esitin vastaajille otsikossa olevan kysymyksen pienten kuvien kera (kuva 16). Kohteina olivat Saimaa, Olavinlinna ja Mikkeli Suomessa ja Genevenjärvi, Chillonin linna ja Mannerheimin puisto Sveitsissä. Kysymysten jälkeen vastaajilla oli mahdollisuus jälleen omalla kielellään vastata mikä käymätön kohde kiinnostaisi.

Saimaa, Olavinlinna ja Mikkeli

Sveitsiläisistä vastaajista Saimalla oli vierailut 40 prosenttia ja 36 prosenttia Olavinlinnassa. Mikkeliä heistä oli käynyt 31 prosenttia. Saimaalla oli käynyt 86 prosenttia suomalaisista vastaajista ja 75 prosenttia Olavinlinnassa. Ystävyysyhdistyksiin kuuluvista puolet oli vierailut Saimaalla ja Olavinlinnassa. Mikkeliä vierailleita oli 62,5 prosenttia.

Genevenjärvi, Chillonin linna ja Mannerheimin puisto

Genevessä oli käynyt 94 prosenttia sveitsiläisistä vastaajista, Chillonin linnassa 80 prosenttia ja Mannerheimin puistossa 42 prosenttia sveitsiläisistä. Suomalaisista vastaajista Genevenjärvellä oli vierailut hieman yli puolet vastaajista, Chillonin linnassa ja Mannerheimin puistossa 21 prosenttia. Ystävyysyhdistysten jäsenistä kaikki vastaajat olivat käyneet Genevenjärvellä, 37,5 prosenttia Chillonin linnassa ja Mannerheimin puistossa.

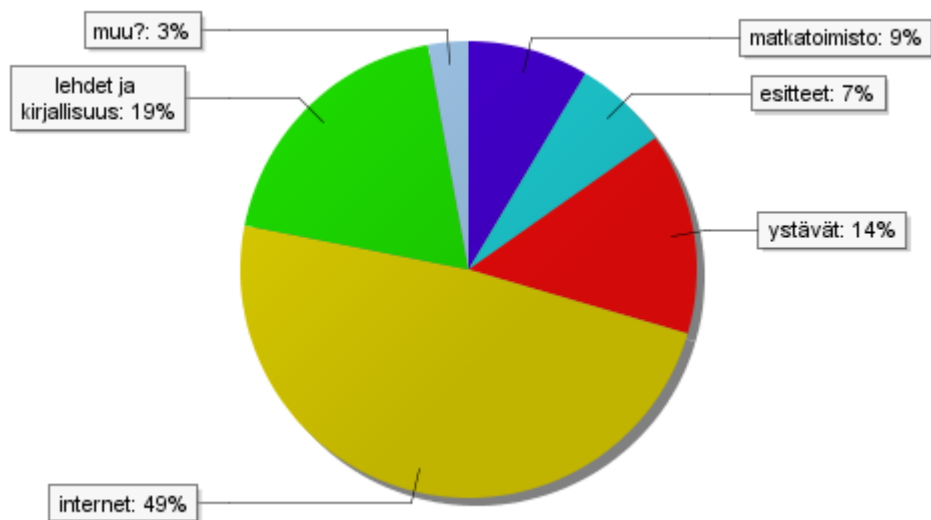
Otteita avoimista vastauksista: ”Bern ja Bernin kanttooni”, ”Chillonin linna”, ”vuoris-tokylät”, Mannerheimin puisto; Mannerheim tärkeä ja arvostettu”, ”Je suis intéresse de visiter la Finlande”, ”Les paysages”, ”Ich möchte Finnland kennen lernen”, ”lacs”, ”les forets”, ”naturels”, ”Mikkeli City of Mikkeli Region Savo Finland”, ”Finlande”.

Tiedonhaku matkakohteesta

Tiedonhakua matkakohteesta kysyttäessä tein monivalintakysymyksen lisäämällä siihen myös avoimen vastausvaihtoehdon. Vaihtoehtoina olivat ”internet”, ”esitteet”,

”matkatoimisto”, ”lehdet ja kirjallisuus”, ”ystävät” ja ”muu”. Hain kysymyksellä ensisijaista tiedonlähdetä, joka saattoi olla vaikeakin valinta vastaajille.

TAULUKKO 12. Tiedonhaku matkakohteesta. Kaikki vastaajat.



Kysymykseen ”Mistä haette ensisijaisesti tietoa matkakohteesta” vastasivat kaikki vastaajat. Tarkasteltaessa kaikkia vastaajia ensimmäinen tiedonhaku on internet (48,6 %), toiseksi tulivat lehdet ja kirjallisuus (19 %) ja kolmanneksi sijalle ystävät (14 %) (taulukko 13).

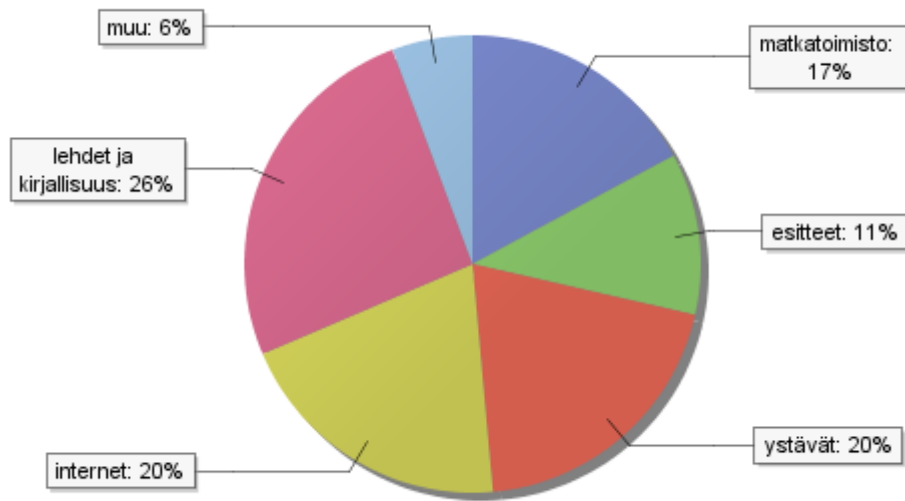
Sveitsiläisten vastaajien tiedonhaku tapahtui eri tavoin kuin kaikki vastaajat ja suomalaiset. Suurimmaksi tiedonhakukohteeksi muodostuivat ”lehdet ja kirjallisuus” 26 prosentin osuudella. Internet ja ystävät saivat saman prosenttiosuuden ollen jaetulla kakkostilalle (taulukko 13). Kolmanneksi kolmen tärkeimmät joukosta olivat ”matkatoimisto”.

Avoimia vastauksia:

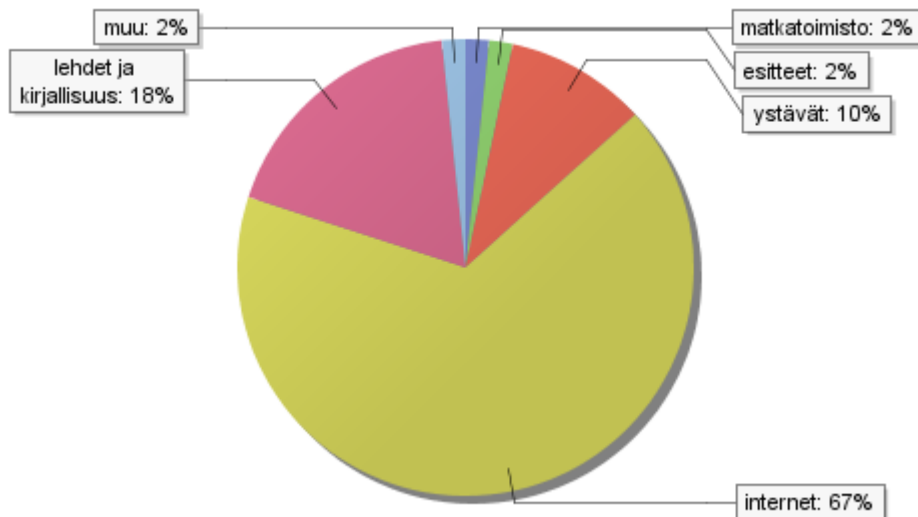
”Transmissions par des personnes autres”

”Particulatité du pays á visites. La culture du pays, les habitudes et l’esprit des residents.”

” La bonne nourriture du pays á goutes.”

TAULUKKO 13. Tiedonhaku matkakohteesta. Sveitsiläiset

Suomalaisista vastaajista internettiä käytti ensisijaisena hakukohteena 66 %, lehtiä ja kirjallisuutta 18 % ja ystäviä 10 % (taulukko 15). Suomalaiset käyttivät internettiä ensisijaisena hakukohteena huomattavasti enemmän kuin kaikki vastaajat yhdessä tai sveitsiläiset. Suomalaisilla ”lehdet ja kirjallisuus” nousivat toiselle sijalle, jolla oli kaikkien vastaajienkin kohdalla sama sijoitus. Suomalaisen tiedonhaku matkakohteesta ”ystävien” kautta on vain 10 prosentin luokkaa kun, taas sveitsiläisillä se on 20 prosenttia.

TAULUKKO 14. Tiedonhaku matkakohteesta. Suomalaiset.

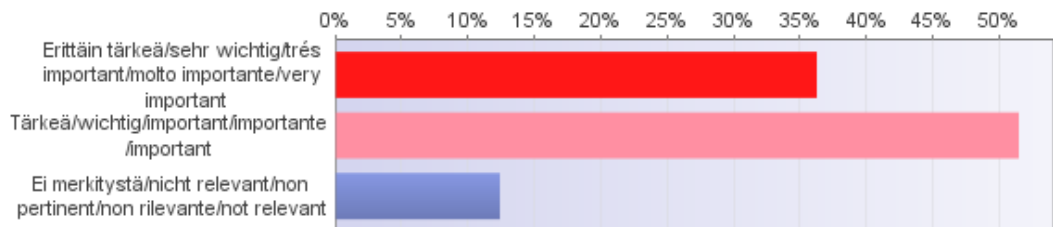
Kiinnostuneisuus järvimatkailuun ja historiallisiin kohteisiin

Järvimatkailusta oli kaikista vastaajista kiinnostunut 83 prosenttia kyselyyn vastanneista ja historiallisista kohteista kiinnostuneita oli täsmälleen saman verran. Sveitsiläisistä vastaajista 91 prosenttia oli kiinnostunut järvimatkailusta ja 74 prosenttia historiallisista kohteista. Suomalaisista 73 prosenttia oli kiinnostunut järvimatkailusta ja 80 prosenttia historiallisista kohteista.

8.3 Valokuvat

Kysyttäessä, mikä merkitys matkakohteen valokuvilla on ennen matkaa. Tärkeäksi sen koki 50,5 % vastaajista ja erittäin tärkeäksi 37,2 %. 12,4 % vastaajista ei kokenut valokuvilla olevan mitään merkitystä.

TAULUKKO 15. Valokuvien merkitys lomakohteesta ennen matkaa.



Sveitsiläisistä vastaajista 51 prosenttia piti valokuvia tärkeinä, erittäin tärkeäksi ne määritteli 29 prosenttia vastaajista ja 20 prosentille vastaajista valokuvilla ei ollut merkitystä (taulukko 15). Suomalaisista vastaajista valokuvia piti tärkeinä 52 prosenttia ja erittäin tärkeinä 40 prosenttia, 8 prosentille valokuvilla ei ollut merkitystä.

Mitä kuva kertoo?

Esitin kolme valokuvaa (kuva 15). Ensimmäisessä kuvassa oli Olavinlinnan kuva Suomessa, toisessa kuvassa Chillonin linna risteilyalus kuvineen Sveitsistä ja kolmannessa järvimaisema, jossa oli lisänä koira ja nainen veneessä. Kohdan kysymys oli muotoiltu

hyvin yksinkertaiseksi eikä siinä kehoitettu ihmisiä varsinaiseen tulkintaan. Siispä vastaukset olivat enimmäkseen myös yksinkertaisesti linna, linna ja järvi, tosin aikaisempien kysymysten kohdalla oli tullut sekä tietoja ja kuvamateriaalia samoista kohteista. Kuvien alla oli mahdollisuus avoimeen vastaukseen.



KUVA 17. Kuva A (Tuija Turunen)

Kuva A (kuva 17) esitti kuvaa keski-aikaisesta linnasta Suomesta.

Lähes kaikista vastauksista löytyi sanat schloss, chateau ja linna. Vastauksissa oli usein mainittu Olavinlinna, old fortresse, Chateau, historialliset tapahtumat sekä vesi ja vuolas virta. Kuva sai aikaan paljon erilaisia mielikuvia ja kommentteja (liite 2).

Otteita kommentteista:

”Linna vuolaan virran äärellä.”

”Rakennushistoriallisesti erittäin mielenkiintoinen kohde myös värikkään historiansa takia.”

”Olavinlinna Savonlinnassa vuolaan virran rannalla. Savonlinna on syntymäkaupunkini. Lähdin sieltä 20-vuotiaana.”

”Mieleen tulee Suomen historia, historialliset tapahtumat, Olavinlinnan historia”

”Olavinlinna Savonlinnassa. Suomen kaunein linna (tai jopa maailman), etenkin ennen sillan rakentamista”

”Une beau Chateau sur l’eau (Lac?) en villes pierres entaure de verdure monument historique”

”Bellissimo”

Lisäksi adjektiiveja mainittiin seuraavasti: kaunis, rauhallinen, kiva, mielenkiintoinen, kaunein, très beau, beau, super, intressant, wunderschönes, intressantes, super envigement, très belle.



KUVA 18. Kuva B (Tuija Turunen)

Kuva B (kuva 18) esitti keski-aikaista linnaa Sveitsissä.

Vastauksissa mainittiin lähes kaikissa vastauksissa linna, Chillonin linna, Castle, Schloss Chillon, Chateau de Chillon sekä vesistöstä tunnistettiin Genevenjärvi, Genfersee, Lac Léman sekä laivasta mainittiin laivamatka, bateau, bateau de la CGN, bateau de Nyon á Yvoire, linna Sveitsissä, Alpit. Jokunen vastaaja tunnisti jopa laivayhtiön (liite 2).

Otteita kommentteista:

”Ihanan jännittävän maailma vuorineen ja hienoine laivoineen.”

”Isossa kuvassa kaunis tausta pilvineen ja vuorineen. Vettä, tyyni järvi ja laiva.”

”Joku mökki”

”Mielenkiintoinen historiallinen linna. Hyvä kuvakulma.”

”Chillonin linna Villeneuve ja Montreuxin välillä. Upeat järvimaisemat ja patikkamatkat.”

”Un bello paese.”

”Chateau de Chillon und Genfersee-Schiffahrt von Lausanne nach Genf.

”Chateau de Chillon que j’ai visite. Traversé déjà faite en bateau de Nyon á Yvoire.”

”Huikea ympäristö ja maisema. Muistuttaa ihailemaani Itävallan maisemia”

Lisäksi mainittiin adjektiiveja seuraavasti:

hieno, ihanan jännittävä, rauhallinen, upea, mielenkiintoinen, belle, formidable, intressant.



KUVA 19. Kuva C (Tuija Turunen)

Kuva C esitti suomalaista järvimaisemaa veneilijöiden kera (kuva 19).

Väriykseltään sinisempi kuva herätti huomattavasti enemmän kuvailevia sanoja kuin kuvat A ja B. Jokunen tunnisti kuvassa jopa koirarodun. Vastauksissa mainittiin muun muassa sanoja: suomalaista, suomen, Saimaa, järvi, Päijänne, Saimaasee, un bello laco, lac finlandaise, lac en Finlande, clouds, water, dog, chien, saimaan ulappaa, mökkeily, rentoutuminen, henkilökohtainen elämys, puhtaus, rauha, soutuvene, ystävät, fille, peace, Itä-Suomen henkireikä, veneilyä Suomessa. Liitteessä 2 löytyy avointen vastausten kirjoituksia.

Otteita kommentteista:

”Ihana järvimaisema pilvineen ja metsineen. Tyttö ja koira veneessä. Kaunis kesäsää, suomalaista järvimaisemaa.”

”Un bello laco.”

”Suomalainen järvimaisema. Tyttö, koira ja vene aallokossa.”

”Järvimaisema Suomessa. Pelastuskoira veneessä.”

”Ystävät onnellisesti vesillä; vapaasti, rennosti, onnellisesti. Vapautta ja iloa.”

”Kuva kutsuu vesille kalastuksen ja veneilyn pariin. Vesi on hyvin tärkeä elementti. Leppoisa kuvaotos. Itä-Suomen henkireikä.”

”Tärkeintä Itä-Suomen alueella on Saimaan vesistö. Puhdasta luontoa, rauhaa ja kauniita maisemia. Onnellinen ulkoilija.”

”Le Lac agité ave vue barque occufée par une dame avec des lunettes et Chien Berger Belge.”

”Lust mit dem Bobt über den zu fahren.”

Adjektiivit, joita liitetty kuvaan:

upea, raikas, ihana, rauhallinen, puhdas, vapaa, iloinen, jolie, manifique, kaunis, peace

9 YHTEENVETO

Työssäni sain kaikkiin asettamiini tutkimuskysymyksiini hyvin vastauksia. Yhtenä tärkeänä tuloksena pidän sitä, että Suomen ja Sveitsin välinen matkailu kuuluvat kiinnostuksen kohteena kaiken ikäisille sekä yhdistyksen jäsenille että myöskin ei-jäsenille. Kyselyyni vastanneet toivat esille myös sen, kuinka arvokasta työtä ystävyysseurat tekevät. Kaikki verkkokyselyyn vastanneet löysivät tiensä kyselyyni Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n www-sivujen kautta. Matkailukyselyssäni ei ollut vastausvaihtoehtoina lainkaan ”en tiedä” tai ”en osaa sanoa”. Näin halusin säilyttää mahdollisuuden tarkastella ja vertailla vastauksia mahdollisimman yhtenäisesti.

Matkailijat Suomen ja Sveitsin välillä

Löysin hyvin vastauksia maiden välisistä matkailijaluvuista. Tilastot osoittavat, että matkustus on maiden välillä noususuhteista. Suomalaiset tekivät vuonna 2014 87 000 matkaa Sveitsiin, joista 54 000 oli vapaa-ajan matkoja. Sveitsiläiset tekivät Suomeen matkoja kaikkiaan 86 000. Tavallisimmin sveitsiläinen on lomamatkalla Suomessa. Matkailukyselyni kaikista vastaajista monilla (32 %) oli matkasuunnitelmia Sveitsiin ja (23 %) Suomeen.

Tiedonhakukohteet

Matkailukyselyssäni selvitin mistä suomalaiset ja sveitsiläiset hankkivat matkakohteensa tietoja. Kaikkien vastaajien kohdalla lähes puolet hakivat ensisijaisesti tietoa internetistä. Tutkimustulokset eivät tuoneet odotetusti yllättävää tietoa, vaan vahvistavat niitä käsityksiä ja mielikuvia, joita oli jo olemassa. Tästä voi vetää johtopäätöksen, että perinteisen markkinoinnin ja mainonnan on hyvä olla sähköisesti tapahtuvan toiminnan rinnalla. Sveitsiläisten runsaampi matkatoimistojen määrä verrattuna Suomeen näkyy tässä kysymyksessä. Suomessa matkatoimistot ovat vähentyneet ja matkojen myynti on enemmän netissä tapahtuvaa kuin perinteisesti matkatoimistossa käyntiä. Suomalaisilla internetin käyttäjillä matkatoimistossa käynti on myös internetin kautta tapahtuvaa, jolloin tiedonhaku voi tapahtua matkatoimiston www-sivuilla.

Ystävät, tuttavat ja sukulaiset

Haluan nostaa esille vielä ystävät, tuttavat ja sukulaiset. Hyvin usein matkailukyselyni avoimissa vastauksissa nostettiin esille ystävät, tuttavat ja sukulaiset. Mielestäni tämä todistaa sitä, että ystävien ja tuttavien sanat ovat tärkeitä ja niihin luotetaan. Matkakohteen tiedonhakukohteena ystävillä oli myös suuri rooli. Sosiaalinen media tukee tätä kategoriaa siellä olevien erilaisten kanavien avulla. Facebook-sivut, blogit ja erilaiset matkailuaiheiset sivustot sisältävät paljon tietoa matkailijoiden kokemuksista eri matkakohteissa.

Mielikuvat

Aiemmissa tutkimuksissa, joissa on tutkittu Suomi-kuvaa, on todettu että Suomen yleinen imago on luontopainotteinen. Omassa matkailukyselyssäni päädyn tähän samaan. Suomi-kuva on kyselyyn vastanneiden kesken hyvin luontopainotteinen. Huomioitavaa on se, että sama nousee esiin Sveitsi-kuvan kohdalla. Vastauksista nousee esille voimakkaasti esille myös muita arvoja kuten siisteys, puhtaus, turvallisuus, onnellisuus, ruokakulttuuri. Mielestäni tämä kuvastaa sitä, että maan imago on tärkeä tekijä mielikuvissa. Suomea ja Sveitsiä kuvattiin hyvin samanlaisilla sanoilla kuten upea, kaunis, alkuperäinen ja ystävällinen. Ihmiset ja palvelu koettiin ystävällisiksi.

Opinnäytetyöni suunnitteluvaiheessa haastateltuani suomalaisia, sveitsiläisiä ja muidenkin maiden kansalaisia, totesin yhteenvedossa kliseisiä, tyypillisiä mielikuvia maista. Ehkä yllätyksellisestikin jätin matkailukyselystäni pois esimerkiksi Alpit, vuoristot, kesämökit, itikat ja ruokakulttuurin. Halusin nähdä nousevatko ne esiin huolimatta siitä, että keskityin linnoihin ja järviin. Sieltä ne tulivat avoimissa vastauksissa. Vaikkakaan kyselyni kuvissa en käyttänyt näistä tyypillisistä mielikuvista kertovia kuvia, oli mielenkiintoista huomata kuinka ne asiat nousivat sieltä esille. Kuvat linnoista ja järvimaisemista saivat niin patikkaretkien, Alppi rinteiden, onnellisten lehmien ja järvisaunojen kautta erilaisia ulottuvuuksia. Tämä todistaa myös sitä, että mielikuvilla on tärkeä merkitys ja kuinka kukin tulkitsee kuvia omien kokemustensa ja henkilökohtaisten tuntemustensa kautta.

Maiden matkailulliset vetovoimatekijät

Tutkiessani lähdeaineistoa ja miettiessäni omia matkakokemuksia, löytyi sieltä huomattavan paljon tekijöitä, joita pidin matkailullisina vetovoimatekijöinä. Toiset niistä yhdistin Suomeen ja toiset Sveitsiin. Yhteisiksi tekijöiksi nousivat ehdottomasti vesi, toimivat liikenneyhteydet ja turvallisuus. Tarkastelin näitä vetovoimatekijöitä poikkeuksellisilla tavoilla. Yhdistämällä veden ja linnat sain nostettua esille maailmankuulut keski-aikaiset linnat Olavinlinna ja Chillonin linna. Toimivissa liikenneyhteyksistä nousee kummastakin maasta paljon toimivia asioita, mutta nostin esille lentokentät. Lentokentät, jotka ovat pärjänneet erityisen loistokkaasti maailman parhaimpien lentokenttien arvioinneissa. Nämä arvioinnit ovat perustuneet matkailijoiden arviointeihin. (The Guide to Sleeping in Airports 2015; Bröström 2015.) Tähän yhteyteen halusin nostaa onnellisen maan imagon. Sveitsi on tutkimusten mukaan onnellisin maa maailmassa Suomen sijoituessa kuudenneksi. Onnellisen maan mittarissa eivät pelkästään mielikuvat ole tekijöinä vaan siinä aidosti otetaan huomioon faktatietoja kuten bruttokansantuote, odotusarvo terveistä elinvuosista ja vapaus tehdä valintoja. (The World Happiness Report 2015.)

Lienee lukijasta outoa, että nostin hintatason matkailulliseksi vetovoimatekijäksi. Imago kalliista maista ei ole suinkaan negatiivinen asia, silloin kun asiaa tarkastellaan esimerkiksi yhdessä turvallisuuden kanssa. Korkea elintaso kertoo siitä, että yhteiskunta on monipuolisesti elinkelpoinen ja vakaa yhtä hyvin yhdyskuntarakenteeltaan kuin sisäiseltä ja ulkoiselta turvallisuudeltaankin (Vuoristo & Vesterinen 2009, 71). Matkailukyselyyn vastanneet nostivat vastauksissaan esiin esimerkiksi matkakohteen valintaan vaikuttavina tekijöinä avoimissa vastauksissa turvallisuuden. Edullisuudella matkakohteen valinnassa ei ollut suurtakaan merkitystä vastaajien keskuudessa. Vertaillen Genevenjärven ja Saimaan aluetta, oli mielestäni luonnollista seurata myös Marsalkka C.G.E. Mannerheimin jalanjalkia Saimaan rannalta Genevenjärvelle. Vastaajista huomasin että Chillonin linnassa käyneet olivat vierailleet myös Mannerheimin puistossa ja vastaavasti Olavinlinnassa käyneet olivat vierailleet myös Mikkelissä. Kyselyni vastaukset osoittavat, että matkakiinnostusta näissä kahdessa maassa esille ottamiini matkakohteisiin on kiinnostusta kaikissa ikäryhmissä.

Valokuvat

Esittämieni valokuvien yhteydessä vastauksissa mainittiin usein maa, kuvan sijaintiarvauksia ja kaikkien kuvien yhteydessä käytettiin paljon samanlaisia adjektiiveja kuvien herättämien mielikuvien kuvaajana kuten kaunis, upea ja jännittävä. Valokuvien tulkinassa valokuvat esittivät niitä kohteita jotka olivat tulleet esille jo aiempien kysymysten yhteydessä; Olavinlinna, Chillonin linna, Genevenjärvi ja Saimaa, joten vastaaja yhdisti kuvat jo aiemmin olleen kysymyksen matkailunähtävyyksiin ja historiallisiin kohteisiin sekä järvimatkailuun. Tässä mielessä kyselyni oli johdattelevaa.

Vastaajien kirjoituksissa saattoi aistia kotiseurakkautta, unohtumattomia elämyksiä, hyvää paikka- ja historiatietämystä, aluetietoutta ja tunteikkuutta. Huomasin kyselyni vastauksissa sen, että vastaajien mielikuvat eivät suurilta osin liittyneet lainkaan kuvan sisältöön eli siihen mitä kuva esitti. Kuvan näkeminen ja yhdistäminen tiettyyn maahan sai aikaan mielikuvia, jotka liittyivät ennen kaikkea maahan mutta myös kokemuksiin, muistoihin ja omiin henkilökohtaisiin tuntemuksiin. Saavutin täten kyselylläni juuri sen tarkoituksen mihin pyrin suunnitteluvaiheessa. Ymmärrän itse mielikuvilla juuri tätä, että kaikkea toimintaamme ohjaa mielikuvat ja ne jäsentävät ajatuksiamme hyvin yksilöllisesti toisiimme verrattuna eri tavalla samanlaistenkin asioiden kuten tässä valokuvien äärellä.

Havaitsin vastaajien kirjoituksista monimerkityksellisiä vastauksia. Kuva A herätti monissa vastaajissa ajatuksia ja muistoja Suomesta. Teksteissä tuli esille ”syntymäkaupunki ja sieltä lähtö 20-vuotiaana”, ”Suomen historia ja historialliset tapahtumat”. Joissakin kirjoituksissa kuva toi mieleen laulun sanoja: ”Savonlinnassa vuolaan virran rannalla”. Eräessä tekstissä vastaaja vertaili linnaa ajatuksissaan muihin linnoihin ja totesi ”Olavinlinnan olevan Suomen kaunein linna tai jopa maailman kaunein”. Hän muisteli samalla sitä, että hänen mielipiteensä on tullut ”ehkä ennen sillan rakentamista”.

Kuva B herätti mielikuvia toisaalta kauniista ja upeasta, mutta monet vastaajat kokivat jännittävän maailman. Paikan tuntemusta tuotiin esille tunnistamalla linna ja sen sijainti, laivanvarustamon nimi ja laivan mahdollisesti kulkema reitti. Eräs vastaaja kertoi linnassa vierailustaan ja omasta laivalla tehdystä matkastaan: ”Chateau de Chillon que j’ai visité, traversé déjà faite en bateau de Nyon à Yvoire”. Jotkut vastaajat arvioivat

kuvaa utuiseksi, kun taas toiset kutsuivat sitä valoisaksi. Jonkun mielestä kuvakulma oli onnistunut kun taas toinen vastaaja koki, että linnasta näkyy vain pieni osa. Kuva herätti joillakin mielikuvia järvimatkoista ja patikkamatkoista. Kuva koettiin mielenkiintoiseksi, rauhalliseksi ja kuvattiin muun muassa sanoilla: belle, formidable ja intressant. Jollekin kuvassa oleva linna oli ”joku mökki”, joten huumoriakin vastaajilta löytyi.

Väriykseltään sinisempi kuva herätti huomattavasti enemmän kuvailevia sanoja kuin kuvat A ja B. Teksteissä maalattiin kuvia ”suomalaisesta järviluonnosta”, ”onnellisesta ulkoilijasta”, ”kalastuksesta”, ”veneilystä”. Joku totesi kyseessä olevan ”Itä-Suomen henkireikä”. Kuvasta todettiin siinä näkyvän upeasti juuri parhaat puolet: ”Sininen taivas, poutapilvet, järven sinisyys ja vihreä metsä”. Mielikuvissa mainittiin adjektiiveja kuten upea, kaunis, manifique, rauhallinen, bello, leppoisa, onnellinen, vapaa, rento, tärkeä, raikas ja iloinen. Kuvasta tunnistettiin erityisesti sveitsiläisten vastauksissa koirarotu; ”Chien Berger Belge”, jota kutsuttiin myös ”pelastuskoiraksi”.

Kehitysehdotukset

Tutkimusta tehdessäni huomasin, että parhaimpina tietolähteinä Sveitsistä toimivat toimeksiantajani; Sveitsin Ystävät Suomessa ry sekä maiden lähetystöt; Sveitsin suurlähetystö Helsingissä ja Suomen Bernin suurlähetystö Sveitsissä. Yhdistyksen tärkeästä merkityksestä on osoitus myös se, että kaikki matkailukyselyyni vastaajat vastasivat verkkokyselyyni ystävyysseuran sivujen kautta.

Pidän tärkeänä sitä, että ystävyysseura tukee toimeksiantaja-toiminnallaan opiskelijoiden opinnäytetöitä. Ehdotan, että toiminta jatkuu. Tällä toiminnalla kehitetään maiden välistä tunnettavuutta, eri kulttuurien ymmärrystä ja kansalaisten yhteydenpitoa. Tällaiselle toiminnalle on edellytyksenä se, että yhdistyksellä on jatkossakin vakituinen työntekijä. Mielestäni on erinomainen asia, että yhdistyksellä on toiminnanjohtaja, jolla on ollut aikaa paneutua monen alayhdistyksen toimintaan, järjestää tapahtumia ja kielikursseja, edistää kaikin tavoin toimintaa mittaamattomissa yhteistyömahdollisissa vieden tietoa eteenpäin ja edistäen monin eri tavoin kulttuurivaihtoa. Yhdistyksellä on monipuoliset www-sivut. Yhdistyksen kannattaisi aktivoida jäseniä entistä enemmän kertomaan matkakertomuksistaan ja kokemuksistaan. Yhdistyksellä on suuri haaste säilyttää sivut yhtä monipuolisina ja ajan tasalla olevina niin kuin ne nyt ovat. Kehitysehdotukset vaativat niin rahaa kuin yhdistyksen ja jäsenten aktiivisuutta. Näen

yhtenä parhaimmista keinoista tiedon viemiseen jalkautumiseen maakuntiin esimerkiksi suosittu kouluvierailut ja yleisölle avoimet matkailuillat.

Tutkimukseni perusteella vaikuttaa siltä, että huolimatta sähköisestä maailmasta on paljon ihmisiä, jotka eivät käy luultavasti internetissä lainkaan. Tätä todistavat myös ne henkilöt, jotka pyysivät matkailukyselyäni manuaalisena versiona. He eivät käyttäneet, heillä ei ollut tai he eivät voineet käyttää internetiä. On hyvä, että Suomen Ystävät Sveitsissä ry:n toiminnassa tämä on huomioitu esimerkiksi siten, että jäsenkirjeet lähetetään nettisivujen lisäksi edelleen myös paperiversiona jäsenille. On varmasti syytä säilyttää käytäntö jatkossakin kunnes toisin osoitetaan.

Tutkimukseni osoittaa sen, että esille nostamiini matkailukohteisiin on kiinnostusta. On hyvä asia, että yhdistyksellä on nyt ja toivottavasti myös tulevaisuudessa tarjolla erilaisia valmismatkoja eri-ikäisille. Tällä ylläpidetään jo vuonna 1950 aloitettua valmismatkatoimintaa ja Pirkko Landis-Laitialan suuntaa antavalla ryhmämatkatoiminnalla. Tälläkin tutkimuksessani olleella suppealla kyselyllä havaitsi sen, että yhdistyksen sivuilla on mahtavat markkinointimahdollisuudet eri-ikäisille matkakohdetta suunnitteleville.

Saimaa, joka on valittu maailman kauneimpiin järviin joukkoon tarjoaa valtavan potentiaalisen esimerkiksi sveitsiläisille matkailijoille, jotka tutkimukseni perusteella arvostavat puhtautta, raikkautta, koskematonta luontoa ja turvallisuutta. Tätä kaikkea voi kokea ja lumoutua Saimaan vesistöjen ääriellä. Mielestäni Saimaan aluetta ja sen mahdollisuuksia tulisi tuoda enemmän esille terävöittäen sen mainoskuvaa ja tehdä siitä kilpailukykyinen Lapin kanssa. Mielestäni Saimaan aluetta ja suomalaismahdollisuuksia ei ole mielestäni hyödynnetty tarpeeksi. Alue, joka on niin lähellä suosittua pääkaupunkiseutua.

Johtopäätöksenä tutkimukseeni näen selkeästi kaksi pysäytettävää ryhmää. Ensimmäinen on se valtava määrä potentiaalisia jäseniä, jotka vierailevat ystävyysseuran sivuilla. Heidän joukossaan oli tutkimukseni mukaan paljon niin Suomesta ja Sveitsistä kiinnostuneita kuin myös näissä maissa vierailleita. Tässä olisi hyvä miettiä keinoja, jolla voitaisiin selvittää mahdollinen kiinnostus jäsenyyteen Sveitsin Ystävät Suomessa yhdistykseen. Toinen ryhmä, jossa näen samanlaisen markkinapotentiaalisen matkailun näkökulmasta. Ne ovat ne ns. transito-matkailijat, jotka ovat päiväkävijöitä Suomessa sekä lyhytaikamatkailijoita. Tilastojen mukaan vuonna 37 prosenttia sveitsiläisistä matkailijoista ei yöpynyt Suomessa ja keskimäärinkin sveitsiläismatkailijat viipyivät Suomessa

vain 3,9 yötä. Tässä voisi miettiä keinoja voisivatko nämä transito-matkailijat ja lyhyellä vierailuilla olevat mahdollisesti viivähtää elämyksellisen lisäpäivän tai -viikon Suomessa. (VisitFinland 2015.)

Alueellista toimintaa pyöritetään erittäin pienillä budjeteilla vapaaehtoisilla ”hyväntekeväisyys-teemoilla”, joten toimintaan olisi hyvä saada taloudellista tukea. Tuki mahdollistaisi entistä laajemman toiminnan. Selvitysmiehen tekemä ehdotus veikkausvoittovarojen käyttämisestä ystävyysseuratoimintaan olisi mielestäni hyvä asia. Nyt veikkausvoittovarojen jako on sidottu tiukasti liikenteen, taiteen, nuorisotyön, liikunnan ja tieteen tekemiseen. Laajemmalla toiminnalla löytyisi entistä vähemmän näiden maiden kansalaisia, joille Suomen/Sveitsin sijainti ja kulttuuri on tuntematon. (Lahti 2006).

Kehitysehdotuksia Suomen ja Sveitsin valtioille

Toimeksiantajani, Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n www-sivut ovat tärkeä kanava Suomen ja Sveitsin matkailulliselle yhteistyölle. Kuten vuonna 2006 tehdyssä selvitysmies Linnan tekemässä muistiossa (2006, 12) todettiin kuinka Suomen solmimissa kulttuurisopimuksissa mainitaan usein ystävyysseurat. Tämä osoittaa, että eräillä seuroilla voidaan katsoa olevan puolivirallinen asema Suomen ja muiden maiden välisessä kulttuuriyhteistyössä. Niiden merkitys Suomen ulkomaansuhteissa on merkittävä. Kehitysehdotuksena toivon, että Suomen valtio tukee edelleen ja entistä runsaammin eri ministeriöiden kautta ystävyysseuratoimintaa. (Lahti 2006, 12-14).

Erittäin tärkeänä näen kaiken yhteistoiminnan Sveitsin Helsingin suurlähetystön, Suomen Bernin suurlähetystön ja Suomen ja Sveitsin ystävyysseurojen kanssa. Ehdotan, että löydetään uusia kanavia yhteistyölle ja osoitettaisiin niin yhteistoiminnallista kuin rahallista tukeakin tälle tärkeälle toiminnalle jatkossakin. Yhdistykset toimivat paljolti avustusten, lahjoitusten ja hyväntekeväisyyden turvin, joten kaikki tuki ja työn arvostus on erittäin tärkeää myös valtioiden taholta.

Luotettavuuden arviointi

Verkkokyselyni toimiessa kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonhankintavälineenä, herää kysymys ovatko verkkokyselyni tulokset luotettavia. Vastaavatko kyselystäni saadut

tulokset opinnäytetyöni suunnitteluvaiheessa kohderyhmäksi määrittelemääni perusjoukkoa? Näkisin niin, että tilastollisesti tutkimustulokset voivat olla epäluotettavia, mutta tutkimustulokset ovat oikeita. Kyselyni kohdistin Suomesta ja Sveitsistä kiinnostuneille. He muodostivat kyselyni kohderyhmän eli populaation. Tilanne tietenkin oli se, että en tuntenut kohderyhmää, koska heistä ei ollut ennalta mitään luetteloa esimerkiksi osoiteluetteloa. Verkkoihoista ei ole olemassa perinteistä luetteloa, joka olisi luotettavan tutkimuksen ja otannan edellytys. Tässä kyselyssä tavoitin verkkoihojat Sveitsin Ystävät Suomessa ry:n verkkosivuilla olleen kutsun avulla eli toimin valitsemani alustan verkkosivuilla. Yhdistyksen verkkosivut ovat avoimet kaikille verkoissa liikkuville.

Yleisesti verkkoliikenteessä populaation määrittely on lähes mahdotonta, enkä myöskään itse voinut määrittellä sitä tarkasti etukäteen. Kyselyyni vastaaminen oli täysin vapaaehtoista eikä kyselyä sinällään ollut suunnattu erityisesti tietylle kohderyhmälle. Kyselyyn osallistuneiden määrä selvisi vasta purkaessani kyselyä. Alun perin arvioimani populaatio muodostui siitä liikenteestä, joka ohjautui sivustoille. Työni edetessä lähetin lisäksi pyynnöstä sekä omien sidosryhmieni kautta manuaalisia kyselylomakkeita, jolloin populaatioksi muodostui lisäksi muuta kautta saatu tieto kyselystä, noin 30 prosenttia kaikista vastanneista. Tällöin tutkimukseen pääsivät poikkeuksena tavallisesta verkkokyselystä mukaan matkakyselystä kiinnostuneita, joilla ei ollut, eivät voineet tai halunneet käyttää internet-yhteyttä. Näiden vastaajien osalta jo vaivannäönkin perusteella varmasti täyttyi kohderyhmän tavoite eli näistä maista kiinnostuneisuus. Sain luotettavuutta kyselyyni esimerkiksi pakollisilla kysymyksillä vastaajien taustatiedoista, joka loi mahdollisuuden tarkastella mielipiteitä ja vastauksia myös erilaisilla vertailuilla. Taustamuuttujien avulla sain selville vastaajien profiilit, joten vastauksista voin lukea sen, että he kuuluvat siihen populaatioon, joka kytkeytyy verkkokyselyn kautta käyttämäni alustaan eli toimeksiantajani verkkosivuihin sekä sen, että kaikki kyselyyni vastanneet ovat Suomesta ja/tai Sveitsistä kiinnostuneita. (Kananen 2014, 168-172.)

Mielestäni kysymyksillä sain oikeata tietoa ja onnistuin kysymysten osuvuudesta. Verkkokyselyssä suurin ongelma liittyy yleensä vastausten saantiin eli vastausprosentit jäävät aina perinteistä kyselyä alhaisemmaksi. Ei saata pitää paikkaansa, että suuri vastaajamäärä tuottaisi sen luotettavampaa tietoa, jos kohderyhmä on määritelty väärin tai jos kysely ei ole validi. Tässä kyselyssäni ei ollut tavoitteena suuri määrä vaan nimenomaan aidon ja luotettavan tiedon saaminen. Olisi tietenkin ollut mukavaa saada runsaammin

vastauksia, mutta mielestäni sain tälläkin vastaajien määrällä vastauksia kysymyksiini ja sitä kautta suuntaa antavaa arvokasta tietoa. (Kananen 2014, 185-186.)

Tutkimuksen päätteeksi voidaankin kysyä saavutinko monimetodisella eli triangulaatiolla tutkimukseen lisäluotettavuutta? Triangulaatiolla voidaan tarkoittaa eri asioita kuten aineisto-, menetelmä-, teoria- ja tutkijatriangulaatioita eli erilaisten aineistojen käyttämistä samassa tutkimuksessa. (Ronkainen ym. 2013, 104-105.)

Mikäli tekisin myöhemmin tarkempaa tutkimusta matkailusta Suomen ja Sveitsin välillä, olisi minulla valmiina jo lukuisia haastateltavia ilman etsimistä ja suostuttelua. Sain yhteydenottoja sekä materiaaliakin useilta valtavan tietomäärän Suomen ja Sveitsin välisestä matkailusta omaavilta henkilöiltä. Olin todella harmissani, ettei minulla ollut mahdollisuutta hyödyntää tätä mahdollisuutta näin suppeassa ja pintapuolisessa tutkimuksessa.

10 POHDINTA

Tutkin mielikuvia eri menetelmin perinteisistä tavoista poiketen ja etsien uusia näkemyksiä aiheeseen visuaalisuuden kautta. Saattoi olla yllätys, etten kysynytään kyselylomakkeessani ”mitä mielikuvia Suomi ja Sveitsi herättää?”. Miettiessäni kahta upeaa matkailumaata, niiden yleisesti tunnettua imagoa, vetovoimatekijöitä, omia mielikuvia, olin sydäntä raastavan tehtävän edessä. Tein työni rajauksen ja keskityin kahteen samankaltaiseen alueeseen. Omat kokemukseni Sveitsistä liittyvät historiallisten kohteiden lisäksi alppimaisemiin, vuoriin, jodlaukseen, lasketteluun, vaellusreitteihin, risteilyalusliikenteeseen, jäätiköihin vain muutamia asioita mainitakseni. Suomesta jouduin valitsemaan tuhansien järvien, upeiden saaristojen, tuntureiden, eukonkantokisojen, suopotkupallon ja muun eksotiikan valikoimasta. Puhumattakaan ruokakulttuurin ohittamisesta kummassakin maassa. On mukava havaita, että tutkimuskenttää riittää myös tulevaisuudessa.

Opinnäytetyöni matkakyselyn toteutin viidellä eri kielellä. Mielestäni se sopi oikein hyvin kansainvälisen matkailukyselyn imagoon ja varsinkin kahden virallisen kielen Suomeen ja neljää kansalliskieltä omaavaan Sveitsiin. Kyselyn purkaminen olikin yllättävän työläämpää kuin pelkän suomenkielisen kyselyn purkaminen olisi ollut. Avointen vastausten runsaan määrän tulkitseminen, lukeminen ja kääntäminen vaati lisäksi aikaa.

Markkinoimalla kyselyä enemmän tai rajaamalla kyselyni kohderyhmää olisin luultavasti saanut enemmän vastauksia. Joissakin kysymyksissä olisin voinut asettautua enemmän vastaajien asemaan. Uudelleen tehtynä ehkä yhdistäisin muutamia kysymyksiä ja lisäisin tarkentavia kysymyksiä. Toisaalta tein toisen nettikyselyn vuonna 2015 Suomessa vierailleelle sveitsiläiselle ryhmälle. Halusin ottaa tutkimukseeni mukaan heidän tuoreita kokemuksiaan ja ajatuksiaan Suomesta. Lupauksista huolimatta en saanut heiltä vastauksia nettikyselyyni, joten tein uuden manuaalisen kyselyn. Siihenkään en saanut vastauksia, syy vastaamattomuuteen selvinnee myöhemmin. Tosin työtä oli riittävästi yhteen opinnäytetyöhön näinkin.

Kyselyssäni matkakohteen valintatekijöissä edullisuus ei noussut kovinkaan esille. Pohdin asiaa ja päädyin siihen, että syy siihen voi olla myös siinä että matkustaminen on kaikkien ulottuvilla ja joskus kauemmaksikin voi matkustaa jopa halvemmalla kuin lähikohteisiin. Jo Biedermeir-ajasta lähtien matkustus on kuulunut hyväksyttävästi kaikille. Lentomatkat eivät ole enää kalliita kuten esimerkiksi vielä kymmenenkin vuotta sitten. Lentomatkoja järjestävät monet yhtiöt ja muillakin kulkuvälineillä matkustajista kilpailevat monet varustamot, liikennöitsijät ja junayhtiöt. Hinnakkuutta ja matkan kokonaishintaa arvioidaan vasta kun matkakohteen valinnan jälkeen tehdään päätöksiä missä yövytään ja missä syödään.

Opinnäytetyöni matkaa vertaisin matkailumaailmassa Islannin muutaman vuoden takaiseen tulivuoren purkauksen jälkeiseen tuhkaukkaan, joka sotki Euroopan lentoliikenteen ja kaikkiaan koko liikkumisen. Omassa prosessissani nämä ”force majeure” sotkivat matkaa. Esteet ja erilaiset tapahtumat kuten tekniset ongelmat, työpaikan irtisanomisneuvottelut, haastatteluperuuntumiset ja kaiken päätteeksi vielä hengenvaarallinen hiutalekato, joka kadotti veriaroni olemattomiin ja vei jalat alta. Nämä strategiat hidastivat matkaa mutta eivät tehneet sitä mahdottomaksi. Kaiken kaikkiaan työni tekeminen oli niin mukavaa, etteivät edes vastoinkäymiset estäneet sen itselleni tuottamaa iloa.

Opinnäytetyöni alusta asti miettimääni markkinapotentiaalia Suomen ja Sveitsin välillä kyllä varmasti on paljon. Arvelen tosin, että Sveitsin frangin vankka asema euroon nähden saattaa vaikuttaa sekä muiden että sveitsiläistenkin matkustamiseen ja matkakohteisiin. Tilastotiedoista ja sveitsiläisten omista kertomuksista olen havainnut, että

sveitsiläiset tekevät entistä enemmän kotimaan matkoja ja matkustavat naapurimaihin aiempaa enemmän. Sveitsin frangin vankka asema ja sen vaikutusten tutkiminen olisi avartanut työtäni, mutta jälleen täytyi vetää rajaa johonkin.

Uskon, että maailman muuttuessa yhä rauhottomammaksi paikaksi, kaivataan matkakohteilta nimenomaan turvallisuutta ja vakautta. Tulevaisuus matkakohteiden valinnassa on tärkeältä osalta myös ystävyysseurojen ja matkailun alan toimijoiden käsissä. Yksi alku sille on jo tiedon vieminen matkailuarteista eteenpäin ja kertomalla se, että odotamme juuri Sinua tutustumaan maahamme. Mikäli lukija tuntee hienoisenkin elämyksellisen tuulahduksen, olen jo työssäni onnistunut.

LÄHTEET

Arnkil, Harald 2007. Värit havaintojen maailmassa. Jyväskylä: Gummerus Oy.

Bröström, Nina 2015. Nämä ovat maailman parhaimmat lentokentät. Verkkolehti. <http://www.kauppalehti.fi/uutiset>. Päivitetty 28.6.2015. Luettu 15.10.2015.

Chillon 2015. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.chillon.ch>. Ei päivitystietoja. Luettu 12.11.2015.

De Mooij, Marieke 2010. Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes. California, The United States of America: SAGE Publications, Inc.

Federal Statistical Office. Federal Department of Foreign Affairs Presence of Switzerland 2015. <http://www.swissworld.org>. Ei päivitystietoja. Luettu 25.11.2015.

Finnair 2015. WWW-dokumentti. <http://finnairgroup.com>. Ei päivitystietoja. Luettu 25.11.2015.

Fisher, Teresa 2007. Switzerland. Italy: Thomas Cook Published.

Fryktman, Reima 2010. Suuri Digikuvauksen käsikirja. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

GoSaimaa 2015. WWW-dokumentti. <http://www.gosaimaa.com>. Ei päivitystietoja. Luettu: 5.10.2015.

Gränö, Päivi & Keskitalo, Anne & Ronkainen, Suvi 2013. Visuaalinen kokemus – johdatus moniaistiseen analyysiin. Vantaa: Lapin Yliopistokustannus Oy.

Helsingin Suomalainen Klubi. WWW-dokumentti. <http://www.mannerheim.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu: 5.11.2015.

Infopankki 2015. Helsingin kaupunki. WWW-dokumentti. <http://infopankki.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.11.2015.

Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko; Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Holopainen, Martti & Pulkkinen, Pekka 2013. Tilastolliset menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Iivari, Pekka 2012. Matkailun turvallisuus., Globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Rovaniemen ammattikorkeakoulun julkaisusarja D nro 8.

Jyväskylän Yliopisto 2015. WWW-dokumentti. <https://www.koppa/juy>. Päivitetty 12.6.2015. Luettu 15.8.2015.

Kananen, Jorma 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä. Laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kouri, Jaana (toim.) 2015. Askel kulttuurien tutkimukseen. Turku: Painosalama Oy.
Lahti, Markku 2006. Opetusministeriön tuki ystävyysseuroille. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2006:311. <http://www.minedu.fi>. Päivitetty 2006. Luettu 13.8.2015.

Lindroos, Satu & Nyman, Göte & Lindroos, Katja 2005. Kirkas Brandi. Miten suomalainen tuote erottuu, lisää arvoaan ja perustelee hintansa. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Lempinen-Vesa, Riitta-Leena 2015. Olavinlinnassa Sibelius-juhlakonsertissa kaksi ylimääräistä. Itä-Savo. WWW-dokumentti. <http://ita-savo.fi/teemat>. Päivitetty 2.8.2015. Luettu 15.8.2015.

Lundström, Jan-Erik 2012. Valokuvauksellisia todellisuuksia. Vantaa: Like Kustannus Oy.

Makkonen, Pekka 2010. Camera Pixela. Ammattilaisten näkemyksiä valokuvauksen digitalisoitumisesta. Aalto-yliopiston taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja A 109. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Musta Taide.

Mikkonen, Kai 2005. Kuva ja sana. Kuvan ja sanan vuorovaikutus kirjallisuudessa, kuvataiteessa ja ikonoteksteissä. Helsinki: Gaudeamus Oy.

Museovirasto 2015. WWW-dokumentti. <http://nba.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 3.11.2015.

Olympic 2015. Official website of the Olympic movements. WWW-dokumentti. <http://www.olympic.org>. Ei päivitystietoja. Luettu 25.11.2015.

Nieminen, Tuula 2003. Visuaalinen markkinointi. Porvoo: WSOY.

Nummelin, Saara & Rusi, Alpo 2011. Suomen Bernin suurlähetystö. WWW-dokumentti. <http://www.finlandia.ch>. Päivitetty 25.5.2011. Luettu 5.8.2015.

Poikolainen, Liisa (toim.) 1994. Design management-Yrityskuvasta kilpailuvaltti. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava Oy.

Pursiainen, Jouni & Lajunen, Lauri & Hohtola, Esa & Peltomäki, Jari 2014. Kaiken takana onkin vesi. Helsinki: Docendo Oy.

Ronkainen, Suvi & Pehkonen, Leila & Lindblom-Yläne, Sari & Paavilainen Eija 2013. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Räsänen, Marjo 2015. Visuaalisen kulttuurin monilukukirja. Lahti: Aldus Oy.

Rötkönen, Pauliina 2013. Mielikuvien muodostuminen matkakohteesta ja niiden vaikutus tämän päivän matkailumarkkinoinnissa. Opinnäytetyö. Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Saraniemi, Saila & Komppula, Raija 2003. Spontaanit mielikuvat Suomesta seitsemällä päämarkkina-alueella Euroopassa. Joensuun yliopisto. Taloustieteen laitos. MEK A:132 2003.

Schweizerische Eidgenossenschaft 2015. Confédération Suisse. Statistik Schweiz. WWW-dokumentti. <http://www.bfs.admin.ch>. Päivitetty 5.11.2015. Luettu 25.11.2015.

Seppänen Janne 2005. Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle. WWW-dokumentti. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Styles, Ruth 2014. Great Lakes Around The World. The Wall Street Journal. WWW-dokumentti. <http://www.wsj.com/articles>. Päivitetty 22.6.2014. Luettu 15.10.2015.

Suomen Ulkoasiainministeriö 2015. WWW-dokumentti. <http://www.formin.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 15.11.2015.

Sveitsin Ystävät Suomessa ry 2015. WWW-dokumentti. <http://www.sveitsi.fi/sys>. Ei päivitystietoja. Luettu: 12.11.2015.

Swiss 2015. WWW-dokumentti. <http://www.swiss.com>. Ei päivitystietoja. Luettu 25.11.2015.

Swissinfo 2015. WWW-dokumentti. <http://www.swissinfo.ch>. Päivitetty 2015. Luettu 5.11.2015.

Swissworld 2007. SchweizErlebnisSwizelandExperienceSuisseExpérienceSvizzeraEsperienza. Schweiz Tourismus. Schweiz: AS Verlag & Buchkonzept AG.

Swissworld 2015. WWW-dokumentti. <http://www.swissworld.org>. Ei päivitystietoja. Luettu 25.11.2015.

The Guide to Sleeping Airports. WWW-dokumentti. <http://www.sleepingsairports.net>. Ei päivitystietoja. Luettu: 5.11.2015.

The Institute for Economics and Peace 2015. WWW-dokumentti. <http://www.economicsandpeace.org>. Ei päivitystietoja. 3.8.2015.

The Lake Geneva Region Tourist Office 2015. WWW-dokumentti. <http://www.lake-geneva-region>. Ei päivitystietoja. Luettu 15.10.2015.

TheWorldhappiness report 2015. WWW-dokumentti. <http://worldhappiness.report>. Ei päivitystietoja. Luettu 13.11.2015.

Tilastokeskus 2015. WWW-dokumentti. <http://www.stat.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu: 5.12.2015.

TRAMsoft GmbH 2015. WWW-dokumentti. <http://www.acout.ch>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.10.2015.

Tuulaniemi, Juha 2013. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Oy.

Vahtolampi, Esko 2008. KESTÄVÄ YSTÄVYYS. Sveitsin Ystävät Suomessa 60 vuotta. Helsinki: Sveitsin Ystävät Suomessa ry.

Verhelä, Pauli 2014. Matkailun perusteet. Kuopio: SH Traveledu Oy.

VisitFinland 2015. WWW-dokumentti. <http://www.visitfinland.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 15.11.2015.

VisitMikkeli 2015. WWW-dokumentti. <http://www.visitmikkeli.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 5.11.2015.

Vuoristo, Kai-Veikko & Vesterinen, Nina 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. Helsinki: WSOYPro Oy.

Worldhappiness report 2015. WWW-dokumentti. <http://worldhappiness.report>. Ei päivitystietoja. Luettu 13.11.2015.

Yhdistyneet kansakunnat 2015. WWW-dokumentti. <http://www.yk.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 18.11.2015.

- SYS
- Uutisia Sveitsistä

Suomen ja Sveitsin välinen matkailukysely

syyskuu 1, 2015, *Mia Lanz*

Mikkelin seudun paikallisosaston hallitusjäsen Tuija Turunen opiskelee Mikkelin ammattikorkeakoulussa matkailua ja tekee opinnäytetyötä Suomen ja Sveitsin matkailusta. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Sveitsin Ystävät Suomessa ry.

Tuija tutkii lopputyössään Suomen ja Sveitsin välistä matkailua ja markkinointia keräten tutkimusmateriaalia myös visuaalisin keinoin hankittuna tietona. Vastamalla kyselyyn, annatte arvokasta tietoa SYS:n toimintaan ja Suomi-Sveitsi yhteistyöhön sekä matkailun kehittämiseen maidemme välillä.

Tuija jäi tarkastajan työstään vuorottelu- ja virkavapaalle heittäytyen matkailun ja kirjallisuuden opiskelumaailmaan, keskittyen vapaa-aikanaan koiraharrastukseen, matkailuun, valokuvaukseen, kirjoittamiseen ja kuvataiteisiin. Hänen mielestään kaikista meistä löytyy luovuutta, kunhan se vaan päästetään taiteelliseen ja kulttuurilliseen vapauteen.

Kyselyyn voit vastata täällä.

Vastaajien kesken arvotaan tuotepalkintoja.

Tiedustelut: Tuija Turunen, [tuija.turunen\(at\)edu.mamk.fi](mailto:tuija.turunen(at)edu.mamk.fi)



Tuija Turunen

Kutsu ja Matkailukysely (suomenkielinen)



SuomiSveitsiMatkailu/Tuija Turunen MAMK

FIN Opiskelen Mikkelin ammattikorkeakoulussa matkailun koulutusohjelmassa ja teen opinnäytetyötäni toimeksiantajana Sveitsin Ystävät Suomessa ry/SYS ry. (<http://www.sveitsi.fi/sys>). Sveitsissä toimii vastaava yhdistys Suomen Ystävät Sveitsissä/Schweizerische Vereinigung der Freunde Finnlands/SVFF.

Tutkin Suomen ja Sveitsin välistä matkailua ja markkinointia keräten tutkimusmateriaalia myös visuaalisin keinoin hankittuna tietona. Toivon, että vastaatte jokaiseen kohtaan, näin tutkimus antaa arvokasta tietoa Sveitsin Ystävät Suomessa yhdistyksen toiminnan ja Suomi-Sveitsi yhteistyön sekä maiden välisen matkailun kehittämiseen. Vastauksenne ovat arvokkaita, vaikka yhdistys ei olisikaan aiemmin tuttu.

Halutessanne voitte osallistua tuotepalkintojen arvontaan jättämällä yhteystietonne. Arvonta suoritetaan joulukuussa 2015 ja voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Käsitelen vastauksenne täysin erillään yhteystietojen kanssa ja yhteystietoja ei käytetä mihinkään muuhun kuin voittajien palkintojen lähettämistä varten. Tämän jälkeen yhteystiedot poistetaan.

Sincères Salutations

Tuija



KYSELY

SuomiSveitsiMatkailu/Tuija Turunen MAMK

TAUSTATIEDOT

1. FIN Sukupuoli

- mies
 nainen



KYSELY

SuomiSveitsiMatkailu/Tuija Turunen MAMK

2. **FIN** Ikä

- Alle 20 vuotta
- 20-30 vuotta
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70
- 71-80
- 81-90
- 91-

3. **FIN** Oletteko SYS ry:n tai SVFF:n jäsen

- Kyllä
- En

SYS= Sveitsin Ystävät Suomessa ry
SVFF= Schweizerische der Freunde Finn-

lands

4. **FIN** Kansalaisuus

- Suomi
- Sveitsi
- joku muu, mikä _____

5.

FIN Oletteko käynyt Suomessa/Sveitsissä?

- Kyllä
 - Suomi
 - Sveitsi
- En

6. **FIN** Mikäli olette käynyt Suomessa/Sveitsissä, vastaattehan myös tähän.

FIN Mikä oli tällä matkalla parasta? Muuta kommentoitavaa?

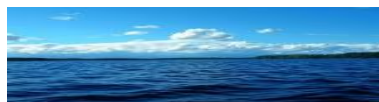
7. **FIN** Matka on suunnitteilla

- Suomeen
- Sveitsiin
- Ei ole

FIN KYSYMYKSIÄ MATKAILUSTA

8. **FIN** Valitkaa kolme tärkeintä asiaa lomamatkan valinnassa, kiitos.

- luonto
- vesi
- rauha
- ystävällinen palvelu
- laatu
- edullisuus
- hyvä ruoka
- ostokset
- liikunta
- veneily
- kalastus
- muu _____



9. **FIN** Oletteko kiinnostunut järvimatkailusta?

- Kyllä
- En

10. **FIN** Oletteko kiinnostunut historiallisista kohteista?



- Kyllä
- En



KYSELY

SuomiSveitsiMatkailu/Tuija Turunen MAMK



11. **FIN** Oletteko käyneet seuraavissa kohteissa:

- A** Saimaa, Lake Saimaa, Finland
 - B** Olavinlinna, Burg Olavinlinna, Castle Olavinlinna, Savonlinna, Finland
 - C** Mikkeli, City of Mikkeli, Finland
 - D** Genevenjärvi, Genfersee, Lac Léman, Lago Lemano, Switzerland
 - E** Chillonin linna, Chateau de Chillon, Montreux, Switzerland
 - F** Mannerheimin puisto, Parc de Mannerheim, Montreux, Switzerland
- En ole käynyt. Minua kiinnostaa erityisesti**
-

12. **FIN** Mistä haette ensisijaisesti tietoa matkakohteesta?

- matkatoimisto**
 - esitteet**
 - ystävät**
 - internet**
 - lehdet ja kirjallisuus**
 - muu?**
-

VALOKUVAT

13. **FIN** Mikä merkitys on valokuvilla lomakohteesta etukäteen?

- Erittäin tärkeä**
- Tärkeä**
- Ei merkitystä**



KYSELY

SuomiSveitsiMatkailu/Tuija Turunen MAMK

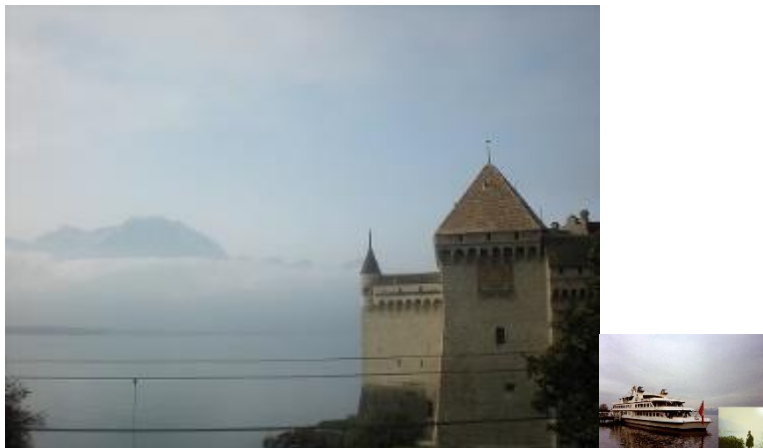
14. FIN Mitä näette seuraavissa kuvissa?

A



A FIN Vastaus _____

B



B FIN Vastaus _____



KYSELY

SuomiSveitsiMatkailu/Tuija Turunen MAMK

C



C FIN Vastaus _____

15. **FIN** Mikäli haluatte osallistua arvontaan, jätättehän yhteystietonne, kiitos.

FIN Kyllä /Haluan osallistua arvontaan.

Nimi _____

Osoite _____

Country _____

Kiitos paljon! Vielen Dank! Merci beaucoup! Grazie mille!

Thank you very much

FIN Lisätietoja voit kysyä lähettämällä sähköpostia osoitteeseen:

e-mail: tuija.turunen@edu.mamk.fi

Mielikuvia maista

Avoimissa kysymyksissä nousivat esille Suomeen liittyviä seuraavia asioita:

hyvä ruoka, kesän valoisuus, luonnon kauneus, järvet, kesämökit, rauhallisuus, riittävästi tilaa, kaunis maisema, ystävällisiä ihmisiä, joka päivä mennä kalastamaan, kaunis luonto, siistit kaupungit, kulttuuri, Helsingin uusi arkkitehtuuri, natur. landschaft, luonto ja rauha, Lionel ja ystävät, kiireettömyys, täti, ystävien ja sukulaisten tapaaminen, oman äidinkielen puhuminen ja sen käyttö, suomalainen ruokakulttuuri, järvisauna, suomalaisten rempseys ja rento olo, tutut maisemat, sienet, Die Natur, Ruhe und Lebensweise in Finnland, die finnischen Spezialitäten, järvet ja metsät, hyvin hoidettu maalaismaisema, Natur, Landschaft, Ruhe, puhdas luonto, turvallinen maa, sauna, tarjoilu, luonto, kesä ilman itkikoita (harvoin), kuvat, good food, nature, Saimaa, Ville d'Helsinki, Le port, gebs très accueilleants, La Finlande est Superbe!, järvisauna ja ilmainen koulutus.

Avoimissa kysymyksissä nousivat esille Sveitsiin liittyviä seuraavia asioita:

luonto, siisteys, toimivat liikenneyhteydet, pittoreski arkkitehtuuri, järjestelyiden toimivuus, ihmisten ystävällisyys ja kohteliaisuus, se, että pienissäkin paikoissa on eloa ja tapahtumia; Suomessa suunnilleen samat paitsi kaksi viimeistä, patikointi, luonto, turvallisuus, upeat maisemat vuoristo, kaunesus, maisemat, ulkoilu, ystävät ja sukulaiset, kuvankaunis luonto, vuoret, sveitsiläisten ystävällisyys ja vieraanvaraisuus, lämmin vastaanotto, vuoret ja vaeltaminen, vuodenaajat, tunnelma, Ferien sind immer toll, wo auch immer, aber noch besser in der Schweiz, besuch bei Verwandten und Bekannten, kulttuuri, rauhallinen oleskelu Spiez-Interlakenin maisemissa kaikkine nähtävyyksineen, Geneven J'deau, ajelut autolla mahtavilla alppisolateilla, kulttuurierot eri kanttooneiden välillä, maisemaerot, ruokakulttuuri, vuoristomaisemat, luonto=maisemat ja kulttuuri, perinteiden vaalinta, sveitsiläinen identiteetti, hyvin toimivat palvelut (erityisesti liikenne, lennoista juniin, busseihin, hisseihin (bergbahn), juustot, viinit, turvallista olla, I have only been in Finland so it's hard to tell the difference, kauneus, maan kulttuuri ja historia, juusto, suklaa, juustoruuat kuten juustofondue ja raclet, hyviä viinejä, viinit, juustot ja linnat, Alpit, luonnon ja maisemien monipuolisuus ja rikkaus, isot lehmänkellot, onnelliset vapaat lehmät, Alppirinteet, laadukkaat ravintolat, Alpit, ystävällinen ilmapiiri, mahtavat historialliset nähtävyydet, ihmiset avoimia, kauneus jäi mieleen, maisemat olivat kauniita, aika turvallista siellä on kun ympärilleen katsoo niin myös siistiä, kallistahan siellä kaikki on.

Otteita matkakokemuksista:

”**Sveitsissä** luonto, siisteys, toimivat liikenneyhteydet, pittoreski arkkitehtuuri, järjestyiden toimivuus, ihmisten ystävällisyys ja kohteliaisuus, se, että pienissäkin paikoissa on eloa ja tapahtumia. **Suomessa** suunnilleen samat paitsi kaksi viimeistä.”

”Vanha ja uusi kotimaa. Molemmat ovat ihania.”

”Saksankielinen oppikoulu **Kinderdorf Pestalozzissa**.”

”Kuvankaunis luonto.”

”Die Natur, Ruhe und Lebensweise in **Finnland**. Und **die Finnischen** Spezialiräten.”

”Käynnistäni **Sveitsiin** on jo aikaa, mutta kävin siellä ystäväni luona ja se oli tietenkin parasta koko matkassa. Nähdä ystäviäni pitkästä ajasta ja viettää hänen kanssaan aikaa.”

”Valoisat kesäyöt **Suomessa** ja maisemat **Sveitsissä**.”

”Lämmin vastaanotto, vuoret ja vaeltaminen, vuodenaajat, luonto, pienessä määrin kaupunkivierailu ainakin **Bernissä**.”

”Ferien sind immer toll, wo auch immer, aber noch besser in der Schweiz.”

”Besuch bei Verwandte und Bekannten.”

”Ski fahren in **den Alpen** ist VIEL besser als in **Finnland!**”

”Olen käynyt noin 25 kertaa **Sveitsissä**. Ehkä parasta on rauhallinen oleskelu **Spiez-Interlakenin** maisemissa kaikkine nähtävyyksineen. Myös ajelut autolla mahtavilla alppisolateilla ovat jääneet mieleen.”

”Aina on ihanaa käydä **Suomessa** ja olla siellä taas kuin kala vedessä. Kaikki on helppoa kun tuntee paikat ja osaa kielen.”

”Good food, nature, **Saimaa**.”

”Kotimaahan tutustuminen on mukavaa. **Länsi-Suomi** on aivan erilainen kuin **Itä-Suomi**, meren saaristo erilainen kuin **Saimaan saaristo**. Kulttuuri ja kielikin eroavat toisistaan.”

”**Sveitsiläisessä** ruokakulttuurissa parasta on juusto ja tietysti suklaa, kukapa niistä ei pitäisi. Erilaiset juustot ja juustoruuat kuten juustofondue ja raclet maistuvat.”

”Kauniit maisemat ja hyvin hoidettu maaseutumaisema.”

”**Suomessa** puhdas luonto. Turvallinen maa.”

”**Sveitsin** ystävällisyys ja vieraanvraisuus, lämmin vastaanotto, vuoret ja vaeltaminen.”

”**Sveitsissä** tehdään myös hyviä viinejä, harmi ettei niitä juurikaan saa **suomalaisesta** monopoliliikkeestä.”

Mielikuvia maista

”**Sveitsissä** matkustaessa ehdottomasti luonnon ja maisemien monipuolisuus ja rikkaus.”

”**Sveitsissä** ja **Suomessa** kummassakin puhdas, raikas ilma, luonto lähellä.”

”Olen asunut **Sveitsissä** 35 vuotta ja tehnyt lukemattomia matkoja takaisin koti-**Suomeen**. Ystävät ja perheen tapaaminen on niitä parhaimpia asioita.”

”**Alppirinteet**, ruoka, suklaat ja laadukkaat ravintolat. Ystävällinen ilmapiiri.”

”Kulttuurierot kanttoonien välillä **Sveitsissä**.”

”**Sveitsissä** LUONTO=maisemat ja kulttuuri, perinteiden vaalinta, sveitsiläinen identiteetti. Hyvin toimivat palvelut (erityisesti liikenne, lennoista juniin, busseihin, hisseihin/bergbahn).”

”**Suomesta** parasta olivat maisemat, ruoka, sauna, tarjoilu, luonto, kesä ilman itikoita (tosin harvoin), soutelu **Lentiiran järvellä**.”

”Je voudrais bien **la Finlande**.”

”**La Finlande** est Superbe!”

”**La Finlande** gebs très accueillants.”

”Ihanaa kun näen koneen ikkunasta **Geneven** ja erityisesti **Jet d’eau**. Alkaa itkettää, koska olen menossa kotiin, henkiseen kotiin.”

Otteita vastaajien avoimissa vastauksissa (valokuvat):

Kuva A

”Kaunis linna ja järviluontoa, väritys aika synkkä ja taivaalla harmaita pilviä.”

”Kiinnostava linna.”

”Kaunis historiallinen maisema Suomessa.”

”Vanha linna Suomessa?”

”Linna vuolaan virran äärellä.”

”Rakennushistoriallisesti erittäin mielenkiintoinen kohde myös värikkään historiansa takia.”

”Olavinlinna Savonlinnassa vuolaan virran rannalla. Savonlinna on syntymäkaupunkini. Lähdin sieltä 20-vuotiaana.”

”Hyvin onnistunut kuva.”

”Mieleen tulee Suomen historia, historialliset tapahtumat, Olavinlinnan historia.”

”Une beau Chateau sur l’eau (Lac?) en villes pierres entaure de verdure monument historique.”

”Bellissimo.”

Otteita vastaajien avoimista vastauksista (valokuvat):

Kuva B

”Hieno, utuinen kuva, mutta valoisa kuva, tosin linnasta näkyy vain pieni osa.”

”Ihanan jännittävä maailma vuorineen ja hienoine laivoineen.”

”Isossa kuvassa kaunis tausta pilvineen ja vuorineen. Vettä, tyyni järvi ja laiva.”

”Joku mökki.”

”Mielenkiintoinen historiallinen linna. Hyvä kuvakulma.”

”Chillonin linna Villeneuve ja Montreuxin välillä. Upeat järvimaisemat ja patikka matkat.”

”Un bello paese.”

”Chateau de Chillon und GenferSee-Schiffahrt von Lausanne nach Genf.”

”Chateau de Chillon que j’ai visite. Travésse déjà faite en bateau de Nyon á Yvoire.”

”Huikkea ympäristö ja maisema. Muistuttaa ihaillemaani Itävallan maisemia.”

Kuva C

”Järvikuva on upea, siinä näkyy juuri parhaat puolet: sininen taivas, poutapilvet, järven sinisyys ja vihreä metsä.”

”Ihana järvimaisema pilvineen ja metsineen. Tyttö ja koira veneessä. Kaunis kesäsää, suomalaista järvimaisemaa.”

”Saimaa, kesä. Suomalainen järviluonto, rauhallisuus, onnellinen ulkoilija.”

”Un bello laco.”

”Suomalainen järvimaisema. Tyttö, koira ja vene aallokossa.”

”Järvimaisema Suomessa. Pelastuskoira veneessä.”

”Ystävät onnellisesti vesillä; vapaasti, rennosti ja onnellisesti. Vapautta ja iloa.”

”Kuva kutsuu vesille kalastuksen ja veneilyn pariin. Vesi on hyvin tärkeä elementti. Leppoisa kuvaotos. Itä-Suomen henkireikä.”

”Tärkeintä Itä-Suomen alueella on Saimaan vesistö. Puhdasta luontoa, rauhaa ja kauniita maisemia.”

”Le lac agité avec vue barque occufée par une dame avec des lunettes et Chien Berger Belge.”

”Lust mit dem Bobt über den zu fahren.”