



Inklusiivisen matkailun opas

Esipuhe

Inklusiivisen matkailun päämääränä on, että kaikki matkailijat taustastaan riippumatta voisivat nauttia matkailun tuomista elämyksistä. Inklusiivinen viittaa jatkuvaan pyrkimykseen kehittää matkailupalveluja, -kohteita ja -tuotteita palvelemaan kaikkia matkailijaryhmiä, jotta he voivat kokea ja saavuttaa mahdollisimman monipuolisia matkailuelämyksiä yhdenvertaisesti. Matkailijoiden erilaisten ja vaihtelevien tarpeiden parempi huomiointi ei ole vain lainsäädännön velvoitteiden noudattamista tai vastuullista toimintaa vaan myös keskeinen tekijä menestyvässä ja kilpailukykyisessä liiketoiminnassa. Inklusiivinen matkailu edistää myös Kestävän kehityksen Agenda2030 -toimintaohjelman eri periaatteita, kuten 5) Sukupuolten tasa-arvo, 8) Ihmisarvoista työtä ja talouskasvua ja 10) Eriarvoisuuden vähentäminen sekä 11) Taata turvalliset ja kestävät kaupungit sekä asuinyhdyskunnat.

Asiakaslähtöisyys ja palvelualltius voidaan viedä uudelle tasolle, kun yritys ja sen henkilöstö oppivat kohtaamaan erilaisia kohderyhmiä ja tunnistamaan heidän erityistarpeensa. Monimuotoinen henkilöstö yhdistettynä inklusiiviseen ja psykologisesti turvalliseen työympäristöön tuo

monipuolisia näkökulmia ja ideoita, jotka auttavat yrityksiä menestymään ja sopeutumaan nopeasti muuttuvassa maailmassa. Inklusio työyhteisöissä viittaa henkilöstön monimuotoisuuden parempaan huomioimiseen, mukaan ottamiseen sekä osallistamiseen.

Pitkäjänteinen kehitystyö auttaa matkailuyrityksiä houkuttelemaan uusia työntekijöitä sekä asiakkaita, saavuttamaan tyytyväisemmät työntekijät ja asiakkaat sekä kehittämään kannattavuutta ja kilpailukykyistä palvelutarjontaa. Matkailualan toimintaympäristössä yrityksen tärkeimpiin menestystekijöihin kuuluvat muun muassa kestävät toimintatavat, muutoksiin reagointi, digitalisaation tuomien mahdollisuuksien hyödyntäminen, tietoon pohjautuva asiakasymmärrys sekä ympärivuotisen tarjonnan kehittäminen.

Inklusiivisen matkailun opas tarjoaa konkreettisia työkaluja yhdenvertaisen matkailun edistämiseen. Se käsittelee matkailijaryhmiä ja työyhteisöjä monimuotoisuuden, inklusion ja yhdenvertaisuuden näkökulmista. Opas pureutuu asiakaspalveluun, markkinointiin ja viestintään sekä tuot-

teiden ja palveluiden suunnitteluun vammaisten, eri uskonto- ja kulttuuritaustoista tulevien sekä LGBTQ+ matkailijoiden tarpeet huomioiden.

Inklusiivinen matkailu ei kuitenkaan hyödytä vain edellä mainittuja ryhmiä: esteettömät ratkaisut, sosiaalisen vastuullisuuden edistäminen ja aidosti ihmislähtöinen suunnittelu parantavat matkailu- ja työntekijäkokemusta kaikille.

Sosiaalisesti vastuullisen matkailun puolesta,

Liisa Kokkarinen & Hanna Muoniovaara

Business Finland OY, Visit Finland

Inklusiivisen matkailun opas on tuotettu yhteistyössä toteuttajakumppanien Deidei Oy:n ja Ellare Oy:n kanssa.

Sisällys

Esipuhe

1. Johdatus inklusiiviseen matkailuun.....	2
2. Markkinoiden, asiakkaiden ja osaajien monimuotoistuminen	5
3. Esteettömyys ja saavutettavuus pähkinänkuoressa	11
4. Esteettömien palvelujen ja tuotteiden kehittäminen	17
5. Sateenkaariystävällisten palvelujen ja tuotteiden kehittäminen	19
6. Sateenkaariystävällisten palvelujen ja tuotteiden kehittäminen	28
6. Palvelujen kehittäminen eri uskonto- ja kulttuuritaustoista tuleville matkajille.....	31
7. Viestintä ja markkinointi.....	36
8. Digitaalinen saavutettavuus.....	44
9. Lopuksi	49



Kuva: Jussi Hellstén ja Helsinki Partners

Mikä Inklusiivisen matkailun opas on?

Inklusiivisen matkailun opas esittelee, miten monimuotoisuus ilmenee matkailualalla ja miten inklusiota edistämällä voidaan paremmin huomioida laajempia asiakas- ja osaajaryhmiä. Oppaassa annetaan vinkkejä siihen, miten monimuotoisuudesta kumpuavat erilaiset tarpeet voidaan paremmin huomioida palvelu- ja tuotekehityksessä sekä asiakaspalvelussa. Opas antaa vinkkejä myös siihen, miten inklusiivisuutta voi edistää työyhteisöissä, viestinnässä, markkinoinnissa ja brändityössä, jotta matkailijat ja potentiaaliset työntekijät saavat tietoa yritysten inklusion eteen jo tekemästä arvokkaasta työstä.

Tavoitteena on antaa käytännönläheisiä ja konkreettisia neuvoja ja parhaita käytäntöjä siitä, miten inklusiivisuutta voi rakentaa läpi liiketoiminnan. Lopussa on lisäksi luettelo erilaisista oppaista ja ohjeista sekä laaja lähdeluettelo lisätietoa haluaville.



Kuva: Sanna Kalmari ja Visit Finland

1. Johdatus inklusiiviseen matkailuun



Kuva: Sanna Kalmari ja Visit Finland

MITÄ OVAT INKLUUSIO JA INKLUSIIVINEN MATKAILU?

Inklusio viittaa aktiiviseen ja tietoiseen toimintaan, jonka tavoitteena on ihmisten parempi huomioiminen, osallistaminen ja mukaan ottaminen organisaatioissa. Inklusion avulla pyritään rakentamaan tiloja ja ympäristöjä, joihin jokainen kokee olevansa tervetullut taustastaan riippumatta. Inklusio on osa laajempaa teemakokonaisuutta, johon kuuluvat monimuotoisuus, yhdenvertaisuus ja inklusio (DEI). Näiden kolmen periaatteen yhteistavoitteena on luoda ympäristöjä, joissa erilaisuutta ymmärretään, jokainen voi tuntea olonsa turvalliseksi ja arvostetuksi ja kaikkia henkilöitä kohdellaan reilusti taustasta riippumatta.

DEI-lyhenne tulee englanninkielisistä sanoista Diversity, Equity ja Inclusion, jotka kääntyvät suomeksi käsitteiksi monimuotoisuus, yhdenvertaisuus ja inklusio.

Monimuotoisuus tarkoittaa yksinkertaisimmillaan eroavuuksia ja eroavuuksien yhdistelmiä ihmisten välillä ja ihmisissä – tässä tapauksessa matkailijoiden ja työyhteisöjen keskuudessa. Monimuotoisuus voidaan jakaa kolmeen pääkategoriaan:

1. Demografiseen monimuotoisuuteen, johon kuuluvat muun muassa ikä, etninen tausta, sukupuoli, uskonto, seksuaalinen suuntautuminen, vammaisuus, kansallisuus tai perhetilanne.
2. Ajattelun monimuotoisuus viittaa eroavuuksiin ajattelumalleissamme, ongelmanratkaisutyyliissämme, tavoissamme prosessoida tietoa sekä yksilöllisissä ideoissamme ja perspektiiveissämme. Se sisältää myös neuromoninaisuuden.
3. Kokemuksellinen monimuotoisuus sisältää esimerkiksi sosioekonomisen ja koulutuksellisen taustan, aikaisemman työhistorian, elämäkokemukset sekä harrastukset.

Yhdenvertaisuudella tarkoitetaan oikeudenmukaisen kohtelun ja yhtäläisten mahdollisuuksien varmistamista kaikille. Se edellyttää niiden esteiden tunnistamista ja purkamista, jotka saattavat asettaa ihmisiä eriarvoisiin tilanteisiin työelämässä ja yhteiskunnassa. Yhdenvertaisuus on prosessi, jolla mahdollistetaan tasavertaiset lopputulokset. Yhdenvertaisessa matkailussa pyritään siihen, että matkailijoita ja matkailuyritysten työntekijöitä ei syrjitä esimerkiksi iän, etnisyyden, kansalaisuuden, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, poliittisen toiminnan, ammattiyhdistystoiminnan, perhesuhteiden, terveydentilan, vammaisuuden, seksuaalisen suuntautumisen tai muun henkilöön liittyvän syyn perusteella.

Inklusio viittaa aktiiviseen ja tietoiseen toimintaan, jonka tavoitteena on ihmisten parempi huomioiminen, osallistaminen ja mukaan ottaminen organisaatioissa. Inklusion avulla pyritään rakentamaan tiloja ja ympäristöjä, joihin jokainen kokee olevansa tervetullut taustastaan riippumatta.

Mitä inklusio tarkoittaa matkailualan kontekstissa?

Inklusiivinen matkailu viittaa jatkuvaan pyrkimykseen kehittää matkailupalveluja, -kohteita ja -tuotteita niin, että kaikilla matkailijoilla taustasta riippumatta on yhtäläiset mahdollisuudet nauttia matkailusta ja sen tuomista elämyksistä. Inklusiivisen matkailun päämääränä on estää tietoista tai tiedostamatonta eriarvoistavaa kohtelua ja syrjintää ja sen sijaan tarjota huomioduksi tulemisen kokemusta yhä monimuotoisemmille matkailijakunnille.

Inklusiivinen matkailu tunnistaa, että matkailijoiden kirjo on jo lähtökohtaisesti monimuotoinen ja että se voi laajentua edelleen. Monimuotoisuuden huomioiva ja ketään syrjimätön matkailu takaa osaltaan avoimen, yhdenvertaisen, osallisuutta edistävän yhteiskunnan toteutumisen. Inklusiivinen matkailu edistää myös kestäväen kehityksen tavoitteita.

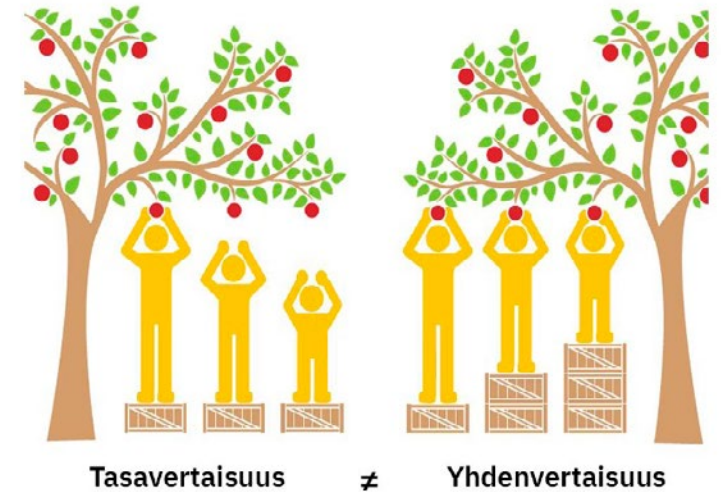
Mikä on matkailijoiden yhdenvertaisen ja tasavertaisen kohtelun ero?

Edistääksemme inklusiota matkailualalla meidän on tärkeää edetä palveluiden ja tuotteiden suunnittelussa ja kehityksessä tasavertaisesta kohtelusta yhdenvertaisuuteen ja yhdenvertaiseen kohteluun.

Tasavertainen kohtelu tarkoittaa, että kaikkia kohdellaan samalla tavalla ja kaikille annetaan samat työvälineet työn tekemiseen. Esimerkiksi matkailualalla saattaa törmätä ajatukseen, että **kaikkia asiakkaita pitäisi kohdella samalla tavalla yksilönä eikä jonkin oletetun ryhmän jäsenenä**. Ajatus kuitenkin sivuuttaa matkailijoiden monimuotoisuuden ja yksilölliset tarpeet esim. vammaan tai uskontoon liittyen.

Yhdenvertainen kohtelu taas viittaa siihen, että kaikille matkailijoille pyritään tarjoamaan sellaisia palveluja ja tuotteita, jotka edistävät mahdollisuuksia nauttia matkailun tuottamista elämyksistä matkailijan taustasta riippumatta. Katsotaanpa näitä eroja vielä tarkemmin.

Sukelletaanpa vielä vähän syvemmälle näiden eroihin.



Ensimmäinen kuva (vasemmalla) kuvaa tasavertaisuutta: jokaista on kohdeltu tasavertaisesti eli heille on annettu samankokoinen laatikko, jonka päältä voi poimia omenoita. Lopputulos on kuitenkin se, että ainoastaan yksi henkilö saa omenan.

Oikealla oleva kuva taas näyttää esimerkin yhdenvertaisuudesta. Se tunnistaa esteet ja yksilölliset tarpeet, minkä mukaan henkilöille on annettu heidän tarpeitaan vastaava laatikko omenoiden poimimiseen. Yhdenvertainen kohtelu siis varmistaa, että jokaista kohdellaan reilusti. Lopputuloksena jokainen kuvan henkilö saa omenan.

Yhdenvertaisen prosessin avulla saavutettiin siis tasa-arvoinen lopputulos.

Miten inklusiota edistetään matkailualalla?

Inklusiivisuus läpileikkaa toiminta- ja ajattelutapana koko yrityksen liiketoiminnan henkilöstön rekrytoinnista yritysten käytäntöihin, yrityskulttuuriin, tuote- ja palvelukehitykseen, relevanttien kohdeyleisöjen tunnistamiseen, ulkoiseen ja sisäiseen viestintään, markkinointiin sekä asiakaspalveluun. Tässä oppaassa keskitymme matkailualan molempiin ulottuvuuksiin: matkailijoille suunnattuihin palveluihin sekä matkailualan työyhteisöihin.

Matkailijoille suunnattujen palveluiden osalta inklusiivisuus tarkoittaa asiakaskunnan monimuotoisuuden, esteettömyyden ja saavutettavuuden huomioimista kaikissa palvelun vaiheissa aina matkan suunnittelusta matkan toteuttamiseen ja jälkimyyntiin saakka. Asiakaskunnan huomiointi voi sisältää esimerkiksi monikielisen ja erilaisia tarpeita huomioivan viestinnän, esteettömät majoitusvaihtoehdot sekä erilaiset ruokavaliotarpeet.

Yksi tärkeä näkökulma inklusiivisuuden edistämiseen on omien kohdeyleisöjen ja asiakassegmenttien kriittinen tarkastelu.

Yritysten on hyvä kysyä itseltään kysymyksiä kuten:

- Olemmeko tahattomasti jättäneet huomiotta jonkin olennaisen ja meille relevantin kohderyhmän? Miten tämä näkyy esimerkiksi yritysten palveluissa tai markkinointiviestinnän visuaalisissa materiaaleissa sekä käytetyssä kielessä?
- Millaisia liiketoimintamahdollisuuksia tämä on meiltä vinyt tai voi viedä tulevaisuudessa?
- Kysymyksessä on toisaalta myös vahva arvovalinta: kenelle kehitämme palveluja ja kenet suljemme pois potentiaalisten asiakkaiden joukosta?

Inklusion edistäminen työyhteisöissä keskittyy vahvasti yhteenkuuluvuuden tunteen ja psykologisen turvallisuuden vahvistamiseen. Tämän tulisi näkyä läpileikkaavasti organisaation käytännöissä, kulttuurissa ja prosesseissa aina rekrytoinnista ja sisäisestä viestinnästä johtamiseen, liiketoimintastrategiaan, HR-työhön sekä osaamisen kehittämiseen. Työyhteisöissä inklusiotyö on normaalia organisaation kehittämistä, jonka tavoitteena on esimerkiksi kasvaneen työhyvinvoinnin ja luovuuden kautta saavuttaa kilpailuetua.

Yhteenkuuluvuus on subjektiivinen tunne siitä, että sinut hyväksytään työyhteisöön ja olet osa sitä. Se on humaani, tunnetason perustarve. Inhimillinen tarpeemme kuulua joukkoon toimii sisäänrakennettuna motivaationa sille, miksi haemme sosiaalista hyväksyntää meille oleellisilta ryhmiltä – esimerkiksi tiimeistämme.

Psykologinen turvallisuus viittaa sellaiseen ympäristöön ja tilaan, jossa voimme kokea olevamme haavoittuvia ja uskallamme ottaa sosiaalisia riskejä. Sosiaaliset riskit viittaavat siihen, että voimme avoimesti ilmaista omia mielipiteitämme tai keskeneräisiä ideoitamme ja jakaa epäonnistumisiamme ilman pelkoa siitä, että joudumme naurunalaisiksi, rangaistuksi tai nöyryytetyiksi.

Psykologinen turvallisuus johtaa usein korkeampaan innovaatiotasoon ja luovuuteen, koska ihmiset eivät pelkää ilmaista ideoitaan tai muiden ajattelusta eriävääkin palautetta. Tämä parantaa organisaation päätöksenteon tasoa, kehitystyötä ja ongelmanratkaisukykyä.

MIKSI MATKAILUYRITYKSEN TAI -KOHTEN KANNATTAA HUOMIOIDA INKLUSIIVISUUS?

Inklusion edistäminen on sekä vastuullista että fiksua liiketoimintaa. Inklusiivisen toimintaympäristön kehittäminen hyödyttää meistä jokaista – ei vain vähemmistöjä. Matkailupalvelujen inklusion vahvistaminen ja matkailijoiden monimuotoisuuden parempi huomioiminen ovat liiketoiminnan näkökulmasta tapoja kasvattaa asiakaskuntaa sekä pysyä kilpailukykyisenä muuttuvassa ja monimuotoistuvassa toimintaympäristössä. Matkailijoiden erityistarpeiden ymmärtäminen ja huomioiminen esimerkiksi markkinoinnissa, palvelupoluilla sekä asiakaspalvelutilanteissa parantaa kilpailukykyä ja asiakastyytyväisyyttä sekä vahvistaa asiakasuskollisuutta.

Moninaisuuden huomiotta jättäminen voi pahimmillaan sulkea pois sekä asiakkaita että potentiaalisia työntekijöitä. Joissain tapauksissa matkailijoiden ja matkailijaryhmien tarpeet vaikuttavat jo kohteen valintaan. Kun inklusiivisuus ja moninaisuus huomioidaan kaikessa toiminnassa, yhä useammat asiakkaat tuntevat olonsa tervetulleeksi ja turvallisiksi ja valitsevat todennäköisimmin kyseisen paikan tai palvelun.

Jo pienilläkin parannuksilla voidaan palvella paremmin asiakkaita, ja investoimalla kokonaisvaltaisesti inklusiivi-

suuteen voi tavoittaa uusia kohderyhmiä ja markkinoita. Laaja asiakaspohja vahvistaa yrityksen kilpailukykyä, joustavuutta sekä resilienssiä muutostilanteissa. Eri kohderyhmille suunnatut palvelut, tapahtumat ja tuotteet tasaavat myös sesonkivaihteluita.

Inklusion hyödyt työyhteisöissä

Työyhteisöjen näkökulmasta monimuotoisuus ja inklusio edistävät tarvittavien osaajien houkuttelua sekä luovat paremmat lähtökohdat myös moninaisten matkailijaryhmien huomioimiselle. Inklusiivisissa yrityksissä ja tiimeissä työntekijät ovat tyytyväisempiä ja motivoituneempia, mikä vahvistaa henkilöstön pysyvyyttä. [Salesforcen tutkimuksen](#)¹ mukaan työntekijät, jotka kokevat äänensä tulevan kuulluksi työpaikallaan, pääsevät myös lähes viisinkertaisesti todennäköisemmin omalle parhaalle tasolle työssään.

Monimuotoinen henkilöstö on avainasemassa, kun organisaatio pyrkii ymmärtämään monimuotoisten sidosryhmien ja asiakaskuntien tarpeita sekä palvelemaan niitä entistä paremmin. Eri taustoista tulevilla tiimiläisillä on korostunut herkkyys havaita samankaltaisista taustoista tulevien asiakkaiden ja matkailijoiden kohtaamattomat tarpeet. Heidän ainutlaatuiset näkemyksensä ovat keskeisessä roolissa uusien markkinamahdollisuuksien tunnistamisessa ja niihin tarttumi-

nessa. Kun tähän lisätään inklusiivinen ympäristö ja yhdenvertaiset käytännöt, monimuotoisuus voi auttaa organisaatioita ennakoimaan ja vastaamaan alati muuttuvan maailman tarjoamiin haasteisiin.

Pystyäkseen aidosti innovoimaan ja hyödyntämään organisaation täyden luovan potentiaalin, organisaatiot tarvitsevat inklusiivisesti johdettuja monimuotoisia tiimejä.

INKLUSIIVINEN MATKAILU TUKEE KESTÄVÄÄ KASVUA

Syrjimättömän, kaikkien saavutettavissa olevan matkailun edistäminen on olennainen osa Visit Finlandin kestävän kehityksen tavoitteita. Lisäksi inklusiivisuus on vahvasti esillä Euroopan Unionin toimenpiteissä ja Suomen kansallisessa matkailustrategiassa.

Suomen matkailustrategian [Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun](#) tavoitteena on luoda Suomesta Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailustrategia määrittelee kestävän matkailun tarkoittavan matkailua, joka ottaa täysimittaisesti huomioon tämänhetkiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset, kulttuuriset

¹ Salesforce: [The Impact of Equality and Values-Driven Business](#)

ja ympäristölliset vaikutuksensa sekä huomioi matkailijoiden, matkailuyritysten, ympäristön ja paikallisyhteisöjen tarpeet. Suomen matkailustrategia ottaa huomioon globaalisti muuttuvat matkailijaryhmät ja sen, miten nämä muutokset edellyttävät sopeutumiskykyä sekä uusia lähestymistapoja erityisesti työyhteisöissä, tuote- ja palvelukehityksessä sekä markkinoinnissa. Keskittyminen inklusioon auttaa organisaatioita ymmärtämään matkailijoiden monimuotoisuutta ja kehittämään palveluita ja markkinointia, jotka huomioivat tämän moninaisuuden ja luovat samaistuttavuutta laajempien matkailijaryhmien keskuudessa.



Kuva: Visit Mikkeli

2. Markkinoiden, asiakkaiden ja osaajien monimuotoistuminen



Kuva: Mika Ruusunen ja Helsinki Partners.

On hyvä huomata, että suomalainen matkailuala on jo itsessään hyvin monimuotoinen – ja on aina ollut. Kun puhutaan monimuotoisuudesta, on hyvä muistuttaa mieleen aiempi määritelmä monimuotoisuudesta. Monimuotoisuus on laaja kokonaisuus, joka ei tarkoita esimerkiksi pelkästään sukupuolta tai etnisyyttä. Samalla jokainen ihminen on moninainen kokonaisuus, joka rakentuu erilaisista kerroksista, elämänpoluista ja yksilöllisestä taustastaan.

Kotimaisten matkailijoiden ja matkailualan yritysten työntekijöiden joukkoon on mahtunut paljon monimuotoisuutta jo pitkään esimerkiksi seksuaalisuuden, kielten, perhetaustojen, neuromoninaisuuden, vammaisuuden, etnisyyden, uskontojen tai kulttuurien muodossa.

Vaikka inklusiotyö on tärkeässä roolissa jo pelkästään kotimaisten matkailijoiden kanssa toimiessa, DEI:n rooli välttämättömänä kilpailutekijänä kasvaa kuitenkin entisestään niissä matkailuyrityksissä, jotka palvelevat ulkomaisia matkailijoita yhdessä kansainvälisten kumppaniensa kanssa.

2 UNWTO 2012, CrescentRating 2017

3 Pietiläinen & Pohjanpää, 2019

4 PwC: [2024 Voice of the Consumer Survey](#)

Menestyäkseen markkinoilla matkailupalvelujen tulee kehittyä asiakastarpeiden mukana

Nykypäivän matkailijakunta on monimuotoisempi kuin koskaan aiemmin. Lisääntynyt monimuotoisuus asettaa organisaatioille tervettä painetta sekä kiinnostusta lisätä DEI-osaamista sekä -toimiaan, jotta he voivat paremmin ymmärtää ja palvella matkailijoiden tarpeita. Matkailijaryhmien tarpeet muuttuvat myös yhä yksilöllisempään suuntaan, ja menestyäkseen markkinoilla palvelujen pitää kehittyä asiakastarpeiden mukana.

Matkailijoiden joukossa on paljon muun muassa eri kulttuuri-taustoja, uskontoja sekä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjä edustavia henkilöitä tai henkilöitä, joilla on erilaisia toimintatarjoitteita. Esimerkiksi muslimimatkailijoiden määrä on kasvanut voimakkaasti viime vuosikymmeninä², ja sateenkaari-perheiden määrä on kolminkertaistunut Suomessa 2010-luvulla³. Tiedon tai palvelujen saavutettavuuden puute tai turvattomuuden tunne voivat hankaloittaa näiden ryhmien matkustamista – tai jopa estää sen kokonaan. Matkailuyritys tai -kohde voi korjata tällaisia ongelmia ymmärtämällä kohderyhmien tarpeita paremmin.

Inklusiivinen matkailu hyödyttää paitsi erilaisia monimuotoisia ryhmiä myös matkailijoiden valtavirtaa: esteettömät ratkaisut, sosiaalisen vastuullisuuden edistäminen ja aidosti

asiakaslähtöinen suunnittelu parantavat kokemusta jokaiselle, riippumatta heidän taustastaan tai tarpeistaan. Esimerkiksi esteettömät palvelut huomioivat toimintarajoitteisten ihmisten lisäksi sujuvamman matkailukokemuksen sekä pienlapsiperheille että vanhemmille matkailijoille. Toisaalta yhä useampi matkailija on myös kiinnostunut siitä, millaiseen yritykseen tai matkailukohteeseen he rahansa sijoittavat. [Tutkimusten mukaan](#) kuluttajat ovat valmiita maksamaan 9.7 %⁴ enemmän vastuullisista tuotteista ja palveluista, vaikka elinkustannukset ja inflaatio huolettavat. Monimuotoisuus ja inklusio vahvistavat matkailuyrityksen ja -kohteen kilpailukykyä sekä brändiä ja positiivista imagoa.

Työntekijät painottavat inklusion merkitystä työpaikkaa valitessa

Laajempi ja monimuotoisempi osaajaverkosto kasvattaa organisaatioiden mahdollisuuksia palkata juuri heidän tarvitsemansa osaajat. Nykymaailmassa työntekijät kiinnittävät DEI-kysymyksiin huomiota kasvavassa määrin uutta työpaikkaa valitessa, ja DEI on yritysten keskeinen työkalu osaajien houkuttelussa ja sitouttamisessa.

DEI on keskeinen työkalu vetovoiman ja positiivisen työnantajamielikuvan luomisessa, jossa yritysten sisäinen DEI-työ on yhtä tärkeää kuin ulkoinen toiminta. Etenkin nuoremman sukupolven osaajat pitävät DEI-teemoja enenevässä määrin

yhtenä työpaikan valintakriteerinä. Siksi organisaatiot, jotka eivät priorisoi DEI:tä, voivat menettää tärkeitä nuoria kandidaatteja hakijaputkestaan.

MONIMUOTOISUUDEN ULOTTUVUUKSIA

Seuraavaksi esitellään muutamia olennaisia monimuotoisuuden ulottuvuuksia, jotka matkailualan yritysten on hyvä huomioida sekä ulkoisessa että sisäisessä toiminnassaan. Pureudumme tarkemmin vammaisuuteen, seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin eli LGBTQ+-yhteisöön, uskontoihin ja vakaumuksiin sekä etnisyyteen.

Vammaisuus

Vammaisella henkilöllä on jonkinasteinen ruumiillinen, henkinen tai älyllinen vamma (engl. disability), joka aiheuttaa esimerkiksi liikkumisen, näkemisen, kuulemisen ja ymmärtämisen rajoitteita. Toimintarajoitteisuus johtuu ympäristön asettamista esteistä, kuten rakennetun ympäristön puutteista sekä eriarvoistavista asenteista. Yksi esimerkki eriarvoistavista asenteista on [ableismi](#), joka perustuu ajatukseen siitä, että vammattomuus ja terveys on ”normaalialia” ja vammaisuus ”epänormaalialia”. Tämän seurauksena vammaisiin ja sairaisiin ihmisiin voidaan suhtautua tietoisesti tai tiedostamatta alempiarvoisina.⁵

⁵ Neuromoninaiset: [Sanasto](#)

Arkipäiväiset asiat ovat vammaiselle henkilölle haastavampia, ja he voivat tarvita apua esimerkiksi liikkumisessa ja kommunikoinnissa. Hallitsevan vamman lisäksi ihmisellä voi olla muitakin liitännäisvammojen tai sairauksien aiheuttamia rajoitteita, joiden kirjo on todella laaja.

Henkilöt, joilla on liikkumisen rajoite (t. liikuntarajoitteiset henkilöt, engl. people with mobility impairments), ovat toimintarajoitteisten henkilöiden suurin ryhmä. Vamma voi olla synnynnäinen tai tapaturman, amputaation tai pitkäaikaisairausten aiheuttama. Myös lyhytkasvuisuus on merkittävä liikkumisen rajoite. Liikuntarajoitteinen henkilö käyttää joko koko- tai osa-aikaisesti liikkumisapuvälineitä, kuten pyörätuolia, rollaattoria ja kyynärsauvoja. Rakenteellinen esteettömyys on siis erittäin tärkeää (ks. luku ”4. Esteettömien palvelujen ja tuotteiden kehittäminen”).

Henkilöillä, joilla on näkemisen rajoite (t. näkövammaiset henkilöt, engl. people with visual impairments tai blind and partially sighted people), on näkökyvyn alenemisen seurauksena vaikeuksia selvittää päivittäisestä elämästä vaivatta. Näkövammaisia ovat sekä sokeat että heikkonäköiset. Yleisimmät näkövamman aiheuttamat rajoitteet ilmenevät muun muassa orientoitumisessa eli suunnistamisessa, etäisyyksien arvioinnissa ja tasoerojen havaitsemisessa sekä esimerkiksi hämäräsokeutena. Jos näkemisen rajoitetta ei ole huomi-

oitu tiloissa, kompastumis-, putoamis- ja törmäämisriski on korkeampi. Moni vaikeasti näkörajoitteinen selviytyy itsenäisesti arjesta, vapaa-ajan harrastuksista ja myös matkustamisesta opaskoiran avulla.

Kuulovammaisella henkilöllä (engl. people with hearing impairments) on jonkinasteinen tai -laatuinen kuulonala-nema lievästä huonokuuloisuudesta täydelliseen kuurouteen. Kuulovammainen henkilö voi käyttää esimerkiksi kuulokojetta tai muuta kuulon apuvälinettä, kuten induktiosilmukkaa. Hän voi myös hyödyntää huuliolukua eli huulilталukua. Apuvälineet parantavat kanssakäymistä ja elämänlaatua ja lisäävät turvallisuuden tunnetta. Kuurot – jotkut huonokuuloisetkin – käyttävät viittomakieltä, joka on yleensä heidän äidinkieltensä.

Ymmärtämisen rajoite liittyy yleensä kehitysvammaisuuteen (engl. people with learning disabilities). Kehitysvammaisella henkilöllä on vaikeuksia oppimisessa ja ymmärtämisessä, ja hän tarvitsee tavallista enemmän aikaa uusien asioiden parissa. Kehitysvammaisuuden aste vaihtelee yksilöiden välillä paljon: lievästi kehitysvammainen henkilö pärjää päivittäisessä elämässä melko itsenäisesti, kun taas vaikea kehitysvamma edellyttää jatkuvaa tukea ja toisten ihmisten läsnäoloa. Merkittävä osa kehitysvammaisista henkilöistä käyttää myös erilaisia apuvälineitä.

Vammaisten henkilöiden ajatellaan usein matkustavan pelkästään muiden vammaisten kanssa ryhmässä. Käsitys on virheellinen. Vammaiset henkilöt matkustavat ja haluavat matkustaa perheensä ja ystäviensä kanssa tai yksin tai avustajansa kanssa. Vammaiselle henkilölle on tärkeää kertoa, mihin hän voi osallistua ja millaisia järjestelyjä voidaan toteuttaa, eikä niinkään, mihin hän ei voi osallistua.

Ensisijaisesti tiedon kunkin toimintakyvystä saa henkilöltä itseltään. Vammaisen henkilö on aina yksilö eikä oletuksia hänen toimintakyvystään pidä tehdä.

LGBTQ+-yhteisö

LGBTQ+, tai suomeksi myös HLBTQ+, tarkoittaa sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvien ihmisten yhteisöä. Lyhenne HLBTQ tulee sanoista homot, lesbot, biseksuaalit, transihmiset ja queerit. Plus-merkki lyhenteen lopussa taas viittaa siihen, että seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin kuuluu näiden kirjainyhdistelmässä mainittujen ryhmien lisäksi myös muita alaryhmiä.

Lyhenteestä on myös muita versioita, kuten LGBTQIA+, jossa i-kirjain viittaa intersukupuolisiin ja a-kirjain aseksuaaleihin. Selkeyden vuoksi tässä oppaassa käytetään Visit Finlandin käytäntöjen mukaisesti lyhennettä LGBTQ+. Sukupuolen moninaisuudella viitataan siihen, että sukupuolen ilmenemis-

muodot ovat moninaisemmat kuin kaksi sukupuolta. Vaikka seksuaalisen suuntautumisen ja sukupuolen moninaisuus ovat yhä näkyvämmillä Suomessa, syrjintää esiintyy edelleen – niin työelämässä kuin laajemmin yhteiskunnassa. Samaan aikaan on kuitenkin totta, että monissa maissa seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin suhtaudutaan vielä huomattavasti rajoittavammin kuin Suomessa, eivätkä kaikki matkailijat tiedä, että Suomi on verrattain turvallinen matkakohde LGBTQ+-yhteisölle. Syrjinnän, väkivallan tai ahdistelun pelon vuoksi jotkut matkailijat saattavat vetäytyä tai jopa vältellä matkustamista, jos he eivät saa etukäteistietoa kohdemaan asenteista.

Siksi inklusiivisesta matkailusta viestiminen tekstein ja kuvin avaa ovia moninaisille LGBTQ+-asiakkaille. LGBTQ+-yhteisölle suunnattuja palveluja markkinoidaan kansainvälisesti sanoilla Gay-friendly ja LGBT-friendly, joiden suomenkielisenä vastineena käytetään myös termiä sateenkaariystävällisyys. Merkittävimpiä asiakasryhmiä ovat muun muassa lapsettomat pariskunnat sekä sateenkaariperheet eli lapsiperheet, joissa yksi tai useampi vanhemmista identifioi itsensä LGBTQ+-ihmiseksi. LGBTQ+-asiakkaita on kuitenkin kaikissa sosio-demografisissa ryhmissä, ja he matkustavat yleensä muiden matkustajien kanssa ilman oman identiteettinsä tuomista esille.

Keskeistä on kehittää yrityksen henkilöstön LGBTQ+-yhteisöä koskevia taitoja sekä asenteita, kouluttaa henkilökuntaa huomioimaan sukupuolen ja seksuaalisuuden moninaisuutta työssään sekä viestiä sateenkaariystävällisyydestä sanallisesti ja kuvallisesti.

Jos yritys haluaa erikoistua palvelemaan LGBTQ+-asiakasryhmää, on myös mahdollista tuottaa juuri tälle kohde-ryhmälle tarkoitettuja tuotteita. Niitä voivat olla esimerkiksi erilaiset risteilyt ja aktiviteetti-, hyvinvointi-, kulttuuri- ja seniorimatkat – samanlaiset matkat kuin muillekin, mutta kohdistettuna tälle ryhmälle. Suosittuja ovat myös ryhmämatkat erilaisiin LGBTQ+-tapahtumiin, kuten Pride-tapahtumiin tai EuroGames- ja Gay World Games -urheilutapahtumiin.

Uskonnot ja vakaumukset

Osa ihmisistä matkustaa uskonnollisten motivaatioiden perässä. Uskonnollista matkailua ovat esimerkiksi pyhiinvaellusmatkat, pyhillä paikoilla vierailut sekä kirkko-, moskeija- ja temppelivierailut. Pyhät paikat houkuttelevat myös muiden uskontojen edustajia ja ei-uskovia niiden kulttuurisen ja arkkitehtonisen merkityksen, esteettisen kauneuden tai historiallisen arvon ansiosta. Monilla Suomen paikkakunnilla paikallinen kirkko voi olla merkittävin arkkitehtoninen ja historiallinen rakennus, joka toimii kulttuurisena esimerkkinä ja käyntikohteena matkailijalle.

Uskonnoilla voidaan tarkoittaa monenlaisia uskomus- ja oppijärjestelmiä, jotka on otettava huomioon erilaisina asiakkaiden tarpeina ja jotka vaikuttavat merkittävästi erilaisten matkailijaryhmien matkustustapoihin, odotuksiin ja toiveisiin. Saman uskonnon edustajien käytännöissä voi olla suuriakin vaihteluita, mutta tiedostamalla ja ymmärtämällä uskontojen pääpiirteitä ja käytäntöjen taustaa erilaisiin erityistarpeisiin voi vastata helpommin. Maailman suurimpia uskontoja ovat kristinuskon lisäksi islam ja hindulaisuus.

Islam on maailmanuskonto, jonka piiriin kuuluu lähes kaksi miljardia ihmistä. Islaminuskoa tunnustava henkilö on muslimi. Maailman muslimien väestömäärän odotetaan nousevan vuoden 2020 1,8 miljardista 2,8 miljardiin vuoteen 2050 mennessä⁶. Muslimit ovat samalla maailman nopeimmin kasvava kuluttajaryhmä.

Muslimiystävälliset matkailuyritykset, jotka haluavat huomioida ja houkutella muslimimatkailijoita, voivat esimerkiksi tarjota halal-ruokaa ja järjestää tiloja rukoushetkiä varten. Päivittäisiä rukoushetkiä on viisi, ja niiden tarkat ajat vaihtelevat päivittäin – ajankohdat on helppo tarkistaa verkosta⁷. Esimerkiksi majoituskohteissa tai aktiviteettien aikana rukoushetkiä varten voi olla varattuna hiljainen tila.

Toinen muslimimatkailijoiden laajalti arvostama huomioon tapa on varmistaa halal-ruoan saatavuus. Halal tarkoittaa arabiaksi 'sallittua', ja halal-ravintolat tarjoavatkin yksinomaan sallittuja ruokia. Halal-ystävälliset (halal-friendly) ruokapaikat taas tarjoavat kaikenlaista ruokaa, mutta heiltä löytyy ruokalistaltaan myös muslimille suunnattuja halal-vaihtoehtoja.

Paastokuukauden eli ramadanin aikana muslimit noudattavat ramadanin sääntöjä. On myös hyvä huomata, että ramadanin ajankohta vaihtelee vuosittain, sillä islamilaisen kalenterin ajanlasku perustuu kuunkiertoon ja vuodessa on 354 tai 355 päivää.

Muslimiystävällisten ja halal-ystävällisten palvelujen kysyntään on vastattu halal-matkailulla ja sitä koskevilla kansainvälisesti tunnustetuilla standardeilla. Esimerkiksi kansainvälisesti tunnettu CrescentRating on julkaissut online-työkalun, jolla hotelleja ja ravintoloita luokitellaan niiden halal-ystävällisyyden perusteella. CrescentRating tuottaa myös markkinatietoa halal-matkailusta ja muslimimatkailijoista sekä toteuttaa matkailukohteiden markkinointikampanjoita.

Hindulaisuus nähdään monien toimesta sekä uskona että elämäntapana, mikä sisältää monenlaisia uskomuksia, käytäntöjä ja perinteitä. Hindulaisuuteen kuuluu useita ajatussuuntia, muttei perustajaa, hierarkkista organisaatiota tai keskitettyä hallintoa. Hindulaisuus ei ole järjestäytynyt uskonto, eikä siihen liity virallista kääntymistä tai siitä erottamista. Hindulaisuus on peräisin Intian niemimaalta, ja se on Intian valtauskonto.

Koska hindulaisuus käsittää laajan kirjon uskomuksia ja ajatussuuntia ja hindulaisuudessa on monia tapoja etsiä ja kokea uskonnollista ymmärrystä ja valaistumista, sen harjoittaminen voi näyttää erilaiselta jokaiselle yksilölle. Esimerkiksi jotkin hindulaisuuden polut sisältävät rituaaleja ja palvontaa, uskonnollisia palvelushetkiä, joogaa ja meditaatiota sekä itsetutkiskelua.

Juutalaisuus on yksi maailman vanhimmista monoteistisistä uskonnoista. Juutalaisuus on myös etninen uskonto, kulttuuri sekä tapa elää. Etninen uskonto on uskonto, joka yhdistyy johonkin kansaan tai kulttuuriin, erotuksena universaaleista uskonnoista, jotka eivät yhdisty erityisesti mihinkään etni-

⁶ Pew Research Center: [The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050](#)

⁷ [Rukousajat.fi](#)

seen ryhmään. Juutalaiset noudattavat rituaaleja ja perinteitä, kuten sapatin viettoa, ruokalakeja (kosher) ja juhlia, jotka muistuttavat historiallisista tapahtumista, kuten Pesach. Juutalaisuudessa on eri suuntauksia, jotka tulkitsevat ja harjoittavat uskontoa hieman eri tavoin.^{8,9}

Islam, hindulaisuus ja juutalaisuus ovat esimerkkejä laajasta kirjosta erilaisia uskontoja ja vakaumuksia, joita on tärkeää ymmärtää sekä huomioida matkailupalveluja suunnitellessaan ja tuottaessaan. Ottamalla huomioon eri uskontoja ja uskontoihin perustuvia erilaisia käytänteitä voi palvella ja huomioida entistä paremmin yhä laajempia asiakasjoukkoja.

Etninen tausta

Etnisten ryhmien kriteereinä pidetään muun muassa alkuperää, kulttuuria, tapoja, uskontoa, ”rotua”¹⁰ kieltä tai fyysisiä erityispiirteitä. Matkailupalveluja suunnitellessa sekä vuorovaikutteisissa asiakaspalvelutilanteissa on tärkeää muistaa, että etnistä monimuotoisuutta on niin kotimaan kuin ulkomaan matkailijoissa.

Lisäksi matkailualan yrityksissä työskentelevien joukossa voi ulkomaalaistaustaisten työntekijöiden lisäksi olla suomalaisia

työntekijöitä, joilla on monietnistä tai -kulttuurista taustaa. Usein etniseen taustaan liittyvät asiat, kuten syrjintä ja rasismi, osataan ottaa huomioon ulkomaalaisten matkailijoiden ja työntekijöiden kohdalla, mutta ilmiön unohdetaan koskettavan myös suomalaisia etniseen vähemmistöön kuuluvia matkailijoita ja työntekijöitä.

Rasismi tarkoittaa etnisyyteen, ”rotuun”, ihonväriin, uskonnolliseen taustaan tai kieleen liittyvää syrjintää, joka ilmenee ihmisten ja joukkojen välillä, instituutioissa tai yhteiskunnan rakenteissa. Rakenteellista rasismia esiintyy esimerkiksi koulutuksessa, työelämässä, viranomaistoiminnassa tai muissa palveluissa siten, että näennäiset neutraalit toimintatavat sulkevat osan väestöryhmistä ulkopuolelle.

Rasismia voivat kokea etniseen vähemmistöön kuuluvat niin kotimaan tai ulkomaan matkailijat kuin suomalaiset tai ulkomaalaiset työntekijät. Keskeistä on kouluttaa oma henkilöstö syrjinnästä ja rasismista, viestiä ettei tiloissanne hyväksytä syrjintää tai rasismia sekä luoda prosessi, jonka avulla ratkotaan syrjintätilanteet.

Etnisesti monimuotoinen Suomi

Etniseen vähemmistöön Suomessa ovat kuuluneet jo vuosisatoja esimerkiksi saamelaiset, romanit, tataarit ja juutalaiset. Nämä ryhmät ovat historian aikana kohdanneet ja kohtaavat edelleen ennakkoluuloja ja rasismia. Suomalainen yhteiskunta on siis ollut etnisesti monimuotoinen jo ennen maahanmuuton lisääntymistä.

Suomalainen väestö monimuotoistuu enenevässä määrin, mikä näkyy sekä matkailualan yritysten työntekijöiden että kotimaisten matkailijoiden keskuudessa. Tilastokeskuksen¹¹ mukaan enemmistö ulkomaalaistaustaisista lapsista Suomessa on nykyisin Suomessa syntyneitä ja lapset ovat väestöryhmänä aiempaa monimuotoisempi. Valtion nuorisoneuvoston tilaama ja Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) toteuttama selvitys osoittaa, että ulkomaalaistaustaisen väestön määrä ja suhteellinen osuus nuorissa ikäluokissa tulevat kasvamaan erityisesti suurissa kaupungeissa, joissa ulkomaalaistaustaista väestöä asuu eniten. Yhteiskunnan moninaistuminen tulee näkymään matkailualalla sekä palvelujen suunnittelussa kotimaisille matkailijoille että työllistämiseen liittyvissä asioissa.

8 Opetushallitus. [Aksios: Juutalaisuus](#)

9 Helsingin juutalainen seurakunta: [Juutalaisuus](#)

10 Rotu-sanalla viitataan sosiaalisesti rakentuneeseen käsitteeseen, jota on käytetty historian aikana luokittelemaan ihmisiä ominaisuuksien (esim. ihonvärin) perusteella erilaisiin kategorioihin. Näiden kuvitteellisten ”rotujen” perusteella tuotetaan valtasuhteita, jossa tietyt piirteet, kuten valkoisuuden, katsotaan tuovan etuoikeuksia ja yhteiskunnallisia valta-asemia suhteessa ei-valkoisiksi rodullistettuihin. Tosiasiassa ihmisryhmien välillä ei ole olemassa erilaisia biologisia rotuja.

11 Tilastokeskus: [Suomen lapset - vähenevä mutta moninaistuva joukko](#)

3. Esteettömyys ja saavutettavuus pähkinäkuoressa



Kuva: Maija Astikainen ja Helsinki Marketing

Esteettömyys ja saavutettavuus (engl. accessibility) ovat tärkeitä edellytyksiä sille, että kaikki henkilöt voivat elää itsenäisesti ja osallistua täysimääräisesti kaikilla elämänalueilla. Vaikka suomenkielisiä termejä käytetäänkin usein sanaparina, niillä on hieman erilaiset näkökulmat.

Esteettömydessä on kysymys kaikkien ihmisten yhdenvertaisesta huomioimisesta fyysisessä ympäristössä, kuten rakennetun ympäristön suunnittelussa ja toteuttamisessa. Esteettömyydestä esimerkkejä ovat rampit ja tarpeeksi leveät hissit ja ovet pyörätuolilla kulkemiseen tai selkeät suurikokoiset kontrastiväreillä varustetut opasteet ja kyltit näkövammaisten henkilöiden liikkumisen tueksi. Esteettömät rakennukset ja rakenteet avaavat palvelut entistä laajemmille asiakasryhmille, kuten vammaisille henkilöille, lapsiperheille ja vaikkapa rollaattoria käyttäville.

Saavutettavuudella viitataan usein digitaalisiin ympäristöihin, mutta se koskee myös tietoa, ja palveluja. Saavutettavuus tarkoittaa digitaalisten palvelujen esteettömyyttä, toisin sanoen esteetöntä pääsyä palveluihin. Digitaalisia palveluja ovat esimerkiksi verkkosivut ja mobiilisovellukset. Saavutettavuudessa huomioidaan, että kaikki voivat esimerkiksi käyttää verkkosivuja ja ymmärtää niiden sisällön yhdenvertai-

sesti. Verkkosivujen saavutettavuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat sisällön selkeys, visuaalinen ilme, tekninen toteutus sekä käytettävyys. Lisäksi erityisesti verkkosivustolla voi olla käytössä näytönlukuohjelmien tukeminen, mikä tarkoittaa sitä, että sivusto on suunniteltu niin, että sokeat tai heikönäköiset henkilöt voivat käyttää sitä lukulaitteiden tai näytönlukuohjelmien avulla.

Esteettömyyden ja saavutettavuuden on katettava koko palveluketju kohteeseen matkustamisesta ja luonto- ja käyntikohteista majoitus-, oheis- ja ohjelmapalveluihin sekä viestintään. Ketju on juuri niin toimiva kuin sen heikoin kohta: jos matkakohteessa on esteettömiä reittejä, mutta niistä ei löydy saavutettavaa tietoa, katkeaa ketju heti alkuunsa.

Esteettömyysdirektiivi. Vuonna 2019 hyväksytty direktiivi pyrkii yhtenäistämään EU-alueen esteettömyysääätelyä ja parantamaan vammaisten henkilöiden inklusiota yhteiskunnassa. Direktiivin veloitteet yli 10 työntekijän yrityksille alkavat suurilta osin 28.6.2025, jolloin niiden tulee täyttää esteettömyysvaatimukset. Lue lisää [esteettömyysdirektiivistä](#)¹². Katso myös [Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta](#).¹³

¹² TrafiCom: [Uudet esteettömyysvaatimukset](#)

¹³ Finlex: [Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta](#)



Kuva: Jussi Hellstén ja Helsinki Marketing

4. Esteettömien palvelujen ja tuotteiden kehittäminen



Kuva: Jussi Hellstén ja Helsinki Marketing

Tässä luvussa käydään läpi kohteeseen matkustaminen, esteettömät rakenteet, kuten käyntikohteet ja majoitus ja myös esteetön toimintaympäristö, kuten reitit ja polut.

LIIKENNE JA KULJETUSVÄLINEET

Yksi merkittävimmistä vammaisten henkilöiden matkailua koskevista ongelmista on omatoiminen pääsy ja matkustus matkakohteeseen tai palvelun toteuttamispaikalle. Tietoa liikenne- ja kuljetuspalveluista on ajoittain vaikea löytää. Siksi on tärkeää koota omille verkkosivuille tiedot, miten kohteeseen pääsee ja mitä esteettömiä liikenne- ja kuljetuspalveluja ja palveluntarjoajia kohteessa on tarjolla. Luvussa Digitaalinen saavutettavuus kerrotaan tarkemmin, miten verkkosivusto toteutetaan niin, että tieto on kaikkien ulottuvilla.

Pidemmällä aikajänteellä voi suunnitella, mitä ja millaisia esteettömiä liikenne- ja kuljetuspalveluja matkakohteessa tarvitaan ja miten ja kuka ne toteuttaa. Autovuokraamoissa pitäisi esimerkiksi olla vuokrattavissa käsihallintalaitteilla varustettuja autoja, tai vuokraamojen tulisi ainakin tiedottaa, että asiakas voi kiinnittää autoihin omat, siirrettävät käsihallintalaitteet. Ihanteellisinta olisi, että auton lisäksi asiakas voisi vuokrata irrotettavat käsihallintalaitteet.

¹⁴ Finlex, [Maankäyttö- ja rakennuslaki](#)

¹⁵ SAMK, Autismi- ja Aspergerliitto ry & Suomen Erityisherät ry 2014.

MAJOITUS- JA KÄYNTIKOhteet SEKÄ RAKENNETUN YMPÄRISTÖN ESTEETTÖMYYS

Esteettömässä rakennetussa ympäristössä ei tarvita yksittäisiä erityisratkaisuja, vaan tilat sopivat kaikille. Hyvin opastettu tila auttaa jokaista tilan käyttäjää. Kaikki voivat kulkea luiskaa pitkin, mutta rappusia pitkin eivät. Näin esimerkiksi seniorimatkailijat ja lapsiperheet, jotka käyttävät liikkumisen apuvälineitä tai lastenvaunuja, hyötyvät myös esteettömästä ympäristöstä. Kynnyksetön ja portaaton ympäristö on avuksi myös tavaroiden kuljettamisessa sekä tilojen siivouksessa ja huoltotöissä.

Esteettömyyskartoitus

Maankäyttö- ja rakennuslaissa (132/1999)¹⁴ määritellään kriteerit rakennetun ympäristön esteettömyydelle, ja niitä täydentävät Suomen rakentamismääräyskokoelma sekä Invalidiliiton Esteettömyyskeskus ESKE:n ohjeistus ja kartoitusmenetelmä ESKEH. Rakennetun ympäristön kehittämiseksi onkin parasta tehdä tiloista ja kohteen toimintaympäristöstä esteettömyyskartoitus.

ESKE:n kartoitusmenetelmä huomioi kaikki liikkumiseen, näkemiseen, kuulemiseen, ymmärtämiseen ja kommuni-

kaatioon liittyvät asiat. Sen avulla tuotetaan luotettavaa, objektiivista ja yhteismitallista tietoa rakennetun ympäristön, luontoreittien ja kohteen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta. Esteettömyyskartoitus kannattaa tehdä, olipa kyse sitten pienistä muutoksista tai isommasta rakennusprojektista. Pienetkin korjaukset ja muutokset voivat parantaa asiakaskokemusta ja tilojen käytettävyyttä merkittävästi.

Tilat voidaan myös kartoittaa neljän keskeisen aistialueen – kuulon, näön, tunnon ja hajun – kautta. Sitä varten voi käyttää tarkistuslistaa, joka auttaa erittelemään, mitkä asiat tilassa tuottavat aistiärsytystä ja mitkä tekijät puolestaan ovat aisteille erityisen miellyttäviä. Näin päästään suunnittelemaan, miten tiloista voidaan tehdä entistä aistiystävällisempiä.¹⁵

KUN KILPAILUTAT ESTEETTÖMYYS- JA SAAVUTETTAVUUSKARTOITUKSEN, HUOMIOI NÄMÄ

- Selvitä koulutetut esteettömyys- ja saavutettavuuskartoittajat Invalidiliiton ylläpitämästä kartoittajarekisteristä
- Kerro tarjouspyynnössäsi mahdollisimman tarkasti:
 - kartoitettavasta kohteesta ja sen laajuudesta (pinta-ala, huonemäärä, kohteen rakenteet ja rakennukset, käyttötarkoitus, verkkosivusto, digitaalinen liiketoiminta)
 - mihin tarkoitukseen tarvitsen esteettömyys- tai saavutettavuuskartoituksen
 - mitä odotat lopputuloksena (kirjallinen raportti kehittämissuunnitelmaksi, kustannusarvio)
- Halutessasi voit määritellä tarjouspyyntösi, että tarjoajalla on:
 - esteettömyys- tai saavutettavuuskartoittajan koulutus
 - kokemusta kartoitusmenetelmän käytöstä
 - kokemusta kartoitustarvettasi vastaavasta esteettömyys- tai saavutettavuuskartoituksesta
 - riittävästi referenssejä

Yksityiset palveluntarjoajat ja muut organisaatiot tekevät erilaisia käyttäjäkierroksia ja esteettömyyskatselmuksia. Saavutettavuusarvioinnissa tai -auditoinnissa palveluntarjoaja arvioi palvelujen teknistä saavutettavuutta WCAG 2.1 -kriteeristön perusteella (lisää kriteeristöä luvussa ”Digitaalinen saavutettavuus”). Tällaiset palvelut ovat avuksi palvelujen kehittämisessä, mutta ne eivät korvaa virallista esteettömyys- ja saavutettavuuskartoitusta.

Esteettömyyttä tukevat tiedot, kuten ovien leveydet ja kynnyksen korkeudet, kannattaa ilmoittaa yrityksen verkkosivuilla, vaikka ne eivät täyttäisikään virallisia kriteereitä. Tällöin asiakkaat voivat itse arvioida, soveltuuko kohde juuri heidän tarpeisiinsa eikä asia tule yllätyksenä.

VINKKI

Ota käyttösi Invalidiliiton Yhdenvertaista palvelua kaikille -merkki. Se on helppoa, ja sen avulla saat näkyvyyttä ja kehität toimintojen, palveluiden ja tuotteidesi esteettömyyttä ja saavutettavuutta.



Kuva: Jussi Hellstén ja Helsinki Marketing, Helsingin keskustakirjasto Oodi

ESTEETÖN LUONTO

Luonnolla on tutkitusti runsaasti hyvinvointivaikutuksia, ja luonnossa liikkumisen suosio on kasvanut useita vuosia. Suomen vetovoima kansainvälisillä markkinoilla perustuu pitkälti luontoon. Jotta matkailijat kiinnostuisivat kohteestasi, on heille annettava syitä tulla lomalle juuri sinun kohteeseesi. Silloin myös luonnossa liikkumisen mahdollisuuksia on tarjottava laajemmin erilaisille kohderyhmille, ja erilaisten ja eritasoisten reittien ja rakenteiden esteettömyyttä on edistettävä.

Luonto-ESKEH -menetelmällä kartoitetaan luontoreittien ja niiden rakenteiden, kuten nuotiopaikkojen, ulkokäymälöiden tai laavujen esteettömyyttä¹⁶. Sitä täydentää vaativien esteettömien luontoreittien kartoitusmenetelmä, jonka tarkoituksena on edistää entistä monipuolisempien esteettömien reittien kehittämistä¹⁷. Menetelmien avulla saadaan selville reittien kehittämistarpeet. Lisäksi viimeksi mainitussa menetelmässä kerrotaan, millainen on hyvä reittikuvaus, miten rakennetut esteettömät reitit toteutetaan ja millaista yhteistyötä kannattaa tehdä.

Viestinnässä on otettava huomioon esteettömiä palveluja tarvitsevan kohderyhmän tarpeet. Laadukas ja saavutettava reitti-informaatio onkin oleellinen osa esteetöntä luontoa.

¹⁶ Invalidiliiton Esteettömyyskeskus ESKE, 2014

¹⁷ Suomen Paralympiakomitea ry: [Esteetön eräpolku](#)



Suomen Standardoimisliitto SFS ry uusi ulkoilun ja liikunnan merkkin standardinsa vuonna 2020, jolloin merkivalikoimaan lisättiin esteettömän luontoreitin ja vaativan esteettömän luontoreitin merkit.

Esteettömän reitin kuvaus

Kesänkijärven vaativa esteetön reitti

Luontopolut ja teemareitit - Pallas-Yllästunturin kansallispuisto

Tästä sisällöstä vastaa
Metsähallitus



REITTI LISÄTIETOJA REITTIHÖJE SAAPUMINEN KIRJAT JA OPAAAT AJANKOHTAISTA

Patikoi jylhien tunturien syleilyssä, tervehdi tuttavallista kuukkeliä ja nauti tulistelun tunnelmasta järven rannalla. Tämä helppo reitti soveltuu myös lapsiperheille.

Pakkaa eväät reppuun ja lähde retkeilemään Kesänkijärven laavulle. Jylhien tunturien ympäröimällä helpolla retkeilyreitillä näet Lapin hienointa luontoa. Taukopaikalla kannattaa kuitenkin olla tarkkana, jos ei halua jakaa eväitään rohkeiden kuukkeliä kanssa.

Kesäyön aurinko kultaan maiseman ja jyrkkärinteiset Kesänkitunturi ja Kellostapuli kuvastuvat järven pinnasta. Reitin keskelle jäävää Kesänkijärveä reunustavat aarnimetsät, purot ja

Vaikeustaso ▾

Vaativa

Pituus

3,4 km ↔

Arvioitu kesto

1:00 t ⌚

Nousumetreit

11 m ▲

Laskumetreit

9 m ▼

Korkein kohta

229 m ⚖

[Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa](#) on tehty laadukkaita esteettömien reittien kuvauksia. Kesänkijärven vaativan esteettömän reitin kuvaus lähtee liikkeelle elämyksestä. Jo oitskotasolla käy ilmi, että kysymys on vaativasta esteettömästä reitistä. Reittikuvauksessa mainitaan reitin vaikeimmat kohdat (kaltevuus, kapeikot, maastopohja) ja niiden sijainti. Vaikeimmat kohdat on merkitty kartalle. Valokuvagallerian 15 kuvaa kuvaavat sekä elämystä että antavat tarpeellista informaatiota.

Esteettömät luontokohteet ja reitit verkkosivuilla

The screenshot shows the Outdooractive website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Kartta', 'Reittihaku', 'Reittisuunnittelu', 'Matkaopas', and 'Yhteisö'. A search bar contains the word 'esteetön'. Below the search bar, there are filter tabs: 'Suodatin', 'Reitit', 'Retkeily', 'Luontopolut ja teemareitit', 'Pyöräretket', 'Kajakiretkeily', 'Kaupunkikävely', 'Autokiertomatkat', and 'Pitkät pyöräilyreitit'. On the left, three route cards are visible:

- Langouran esteetön reitti Yterissä**: Distance 0.1 km, elevation 0 m, time t. Location: Visit Pori.
- Ukonniemen esteetön rantapolku, Imatra**: Distance 1.3 km, elevation 21 m, time 1:00 t. Location: Etelä-Karjalan virkistysalueääitiö.
- Pornaistenniemen esteetön Luonnon syli...**: Distance 1.0 km, elevation 7 m, time 1:00 t. Location: Elliare Oy.

The main map shows Finland with various hiking routes marked with red icons. The Gulf of Finland is labeled. The map includes a scale bar (50 km / 30 mi) and navigation controls.

Luonto on monelle matkailijalla syy matkustaa kohteeseen. Eri kohderyhmille soveltuvat reitit ja retkikohteet voi koota yhteen paikkaan omille verkkosivuilleen. Näissä esimerkeissä on Etelä-Karjalan virkistysalueääitiön kokoama karttanäkymä perheille soveltuvista retkikohteista ja [Outdooractive.fin](https://www.outdooractive.fi) suodatettu gallerianäkymä esteettömistä reiteistä Suomessa.



Kuva: Etelä-Karjalan virkistysalueääitiö

Lapsiperheet toivovat retkohteilta usein helppoa saavutettavuutta ja mielen painuvia luontoelämyksiä jo lyhyenkin matkan varrelta. Tähän listaan on koottu ehdotuksia lapsiperheille soveltuvista retkikohteista Etelä-Karjalassa.

Julkinen kokoelma

Kokoelman tekijä
Mari Matikainen
Päivitetty: 01.04.2020



Tästä sisällöstä vastaa
Etelä-Karjalan virkistysalueääitiö

Luonnossa liikkumisen apu- ja toimintavälineet

Kehittämällä esteettömiä ja saavutettavia reittejä, tekemällä laadukkaita reittikuvauksia ja tarjoamalla apuvälineiden vuokrauspalveluja luodaan edellytyksiä esteettömälle luonto- ja aktiviteettimatkailulle. Esteetön ja saavutettava luonto sekä apuvälineiden vuokrausmahdollisuus puolestaan kasvattavat oheis- ja ohjelmapalvelujen kysyntää. Arkikäytössä liikkumisen apuvälineitä ovat rollaattorit, erilaiset pyörätuolit, sähkömopot ja kävelytuet. Lisäksi on paljon erilaisia vuokrattavia ja ostettavia välineitä, joiden avulla liikkuminen ulkona mahdollistuu ja luontomatkailukohteen esteettömyys paranee merkittävästi.

Apuvälinevalikoima kattaa erilaiset vamma ryhmät, eri ikäiset asiakkaat lapsista senioreihin, eri vuodenaajat ja eri ulkoliikuntalajit. Sähköavusteisuus auttaa vammaista henkilöä liikkumaan entistä vaativammilla reiteillä ja kulkemaan pidempiä matkoja sekä mahdollistaa eritasoisten ja erikuntoisten liikkumisen yhdessä myös esteettömien reittien ulkopuolella.

Yrittäjien yhteinen välinevalikoima ja vuokraustoiminta voi olla järkevää, jos välineiden kysyntä ei ole jatkuva. Välinevuokrauksen voi aloittaa talvivälineistä, sillä ne ovat yksinkertaisia ja helppoja käyttää ja soveltuvat useamman henkilön käytettäväksi. Esimerkiksi pyörätuolin tukipyöriin kiinnitettä-

villä pienillä suksilla lumisessa tai sohjoisessa ympäristössä liikkuminen helpottuu. Hiihtokelkkaa voi vetää ahkiosta tutulla vetovälineistöllä. Talvivälineet ovat usein selvästi kesäkäytössä olevia, pyörällisiä apuvälineitä edullisempia.

APU- JA TOIMINTAVÄLINEITÄ VUOKRAAVIA TAHOJA

- [Respecta](#) vuokraa muun muassa sähkötoimisia kotihoitosänkyjä, henkilönostimia ja sekä sisällä että ulkona liikkumisen mahdollistavia pyörätuoleja.
- [Kehitysvammaisten Tukiliiton Malikkeen](#) kattavasta valikoimasta löytyy välineitä niin kesä- kuin talviliikuntaan.
- [Paralympiakomitean apuvälinetoiminta](#) (entinen SOLIA) vuokraa muun muassa pyöriä, pyörätuoleja, talvi- ja luonto liikunnan apuvälineitä.
- [Välineet.fi](#) on toimintavälineitä sekä vammaisurheilun ja -liikunnan apuvälineitä vuokraavien suomalaisten tahojen yhteinen verkkopalvelu. [Malikkeelta](#) saa myös neuvoja ja välineiden käyttökoulutusta.

KOLME VINKKIÄ APUVÄLINEIDEN HYÖDYNTÄMISEEN

1. Selvitä, millaisia apu- ja toimintavälineitä voit vuokrata.
2. Lisää tiedot verkkosivuillesi. Yhtä lailla tärkeä tieto on, jos apuvälineitä ei ole tarjolla.
3. Selvitä yhteistyön ja yhteishankintojen mahdollisuudet.

OHEIS- JA OHJELMAPALVELUT

Vammaisille henkilöille suunnattuja oheis- ja ohjelmapalveluja löytyy vähän, ja potentiaaliset asiakkaat kaipaavat mitä moninaisempia palveluja revontuli- ja valokuvaussafareista patikointi-, pyöräily-, kalastus- ja talviretkiin. Vain mielikuvitus on rajana. Tarvetta on sekä lyhyille retkille että useamman päivän kestäville paketeille kuin myös sekä omatoimisille että opastetuille retkille.

Palveluntuottaja voi lähteä liikkeelle yhdestä ryhmästä, jonka palvelemiseen erikoistuu. Erilaisia retkiä suunniteltaessa on otettava huomioon, kuinka pitkiä matkoja asiakkaat pystyvät liikkumaan, kuinka paljon he tarvitsevat taukoja, millaista avustusta tarvitaan ja kuinka toimintaympäristö soveltuu oheis- ja ohjelmapalveluihin. Kohderyhmästä tarvitaan siis kattavasti tietoa.

Yhdenvertaisuutta luontomatkailuun -oppaassa¹⁸ on myös annettu runsaasti vinkkejä siitä, kuinka palvella eri vamma-ryhmiä, seniorimatkailijoita sekä kaikkia esteettömiä ja saavutettavia palveluja tarvitsevia.

Jos vammaisen henkilö tarvitsee avustajan, hän yleensä järjestää sellaisen mukaan itse. Yrityksellä on oikeus hinnoitella

¹⁸ Aaltonen, A. & co: [Yhdenvertaisuutta luontomatkailuun](#), LAB-ammattikorkeakoulun julkaisusarja, 2020.

avustaja yhdeksi palvelun ostajaksi, mutta on myös tilanteita, joissa asiasta pitää neuvotella erikseen. Hinnoittelussa voi soveltaa esimerkiksi lapsiperheille luotua hinnoittelutapaa.

Lähtökohtaisesti palveluntarjoaja ei voi toimia henkilökohtaisena avustajana, sillä avustamista varten on oltava koke-

musta vammaryhmästä ja toimintarajoitteesta. Palvelutilanteessa tärkeintä on, että kohderyhmälle puhutaan ryhmän tarpeiden mukaisesti, esimerkiksi selkokielellä, kuvien avulla tai ympäristöä kuvailemalla. Retkillä voi olla hyötyä langattomista äänilähteistä, joiden avulla voidaan merkitä ulkokäymälän, puuliiterin tai teltan sijainti.

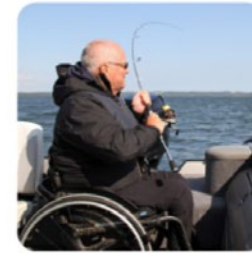
TUOTEKORTTIPOHJIA ERI KOHDERYHMILLE



Näkövammaisten nuorten retkeilykurssi



Pyörätuolin käyttäjien luontotoiminta



Kalastusta pienryhmässä



Vaikeavammaisten lasten perheiden kalastusretki



Erityislasten perheet lähiluonnossa



Pitkäaikaissairaiden ja ikääntyvien luonnossa virkistyminen



Kävelevien aktiiviliikkujien retkeily

[Paralympian verkkosivuilla](#) on eri kohderyhmälle suunnattuja tuotekorttipohjia. Niissä on tietoa, mitä toteuttaminen vaatii, millaisia ennakkotietoja asiakkaalta voi ja pitää kysyä ja millaisia asioita esimerkiksi liikkumisessa tulee ottaa huomioon. Tuotekorteissa on kiinnitetty huomiota myös turvallisuuteen ja hinnoitteluun.

ERITYISRYHMILLE TUOTTEISTAMINEN

Tuotteet pitää kuvittaa ja tekstittää niin, että ne kertovat enemmän ja tarkemmin siitä, kenelle tuotteet soveltuvat. Jos tuotekortissa esimerkiksi käsitellään soveltuvuutta tai kohderyhmää, voi siihen kuvata, miten tuote soveltuu kullekin vamma ryhmälle tai suppeammin esimerkiksi liikuntarajoitteisille henkilöille. Varsinkin alussa kaikkien erityisryhmien kattaminen voi tuntua haastavalta, eikä yrityksellä välttämättä ole tarpeeksi osaamista kuvata tuotteen soveltuvuutta kaikkien toimintarajoitteiden näkökulmasta. Kaiken ei kuitenkaan tarvitse olla kerralla valmista, vaan tuotteistamista voi tehdä vaiheittain. Yritys voi myös erikoistua tietyn kohderyhmän palvelemiseen.

Esimerkki soveltuvuuden ja esteettömyyden ilmaisemisesta:

SOVELTUVUUS: Kaikki

ESTEETTÖMYYS: Ei

Älä määrittele tuotetta niin, että se soveltuu kaikille, jos se ei ole esteetön. Esteettömiä palveluja tarvitsevalle se kertoo sen, ettei hän kuulu kaikkiin asiakkaisiin.

ESTEETÖN MATKAPAKETTI ISLANTIIN

[Accessible Cruises](#)

[Holidays](#) ▾

[Destinations](#) ▾

[Why Limitless](#) ▾

[Care](#)

[Enquire Now](#)

Northern Lights in Iceland

Awe-inspiring volcanic landscapes, an up-and-coming capital with plenty of quirky character and the once-in-a-lifetime magnificence of the aurora borealis - our wheelchair accessible Northern Lights in Iceland tour features nothing but highlights.



[Itinerary](#)

[Accommodation](#)

[Transport](#)

[Dates and Prices](#)

Matkatoimisto Limitless Travel tarjoaa matkapakettia "The Northern Lights of Iceland" esteettömänä. Kuvauksessa kerrotaan ensisijaisesti elämyksistä, ja sitten määritellään tarkemmin, miten esteettömyys toteutuu.

Esteettömän ja saavutettavan matkailun kehittäminen menestystarinaksi edellyttää yhteistyötä. Kukin yritys voi kehittää omia palvelujaan ja toimintaympäristöään, mutta yksin on vaikeaa saada mahdollisen asiakaskunnan laajempaa huomiota. Mikäli kohteessa on esimerkiksi runsaasti esteettöntä palvelutarjontaa, asiakkaan on helpompi tehdä päätös kohteeseen matkustamisesta. Yhteistyötä tarvitaan myös kuntien ja esimerkiksi Metsähallituksen kanssa, sillä esteettömät ja saavutettavat luonto- ja maisemakohteet kiinnostavat monia matkailijoita.

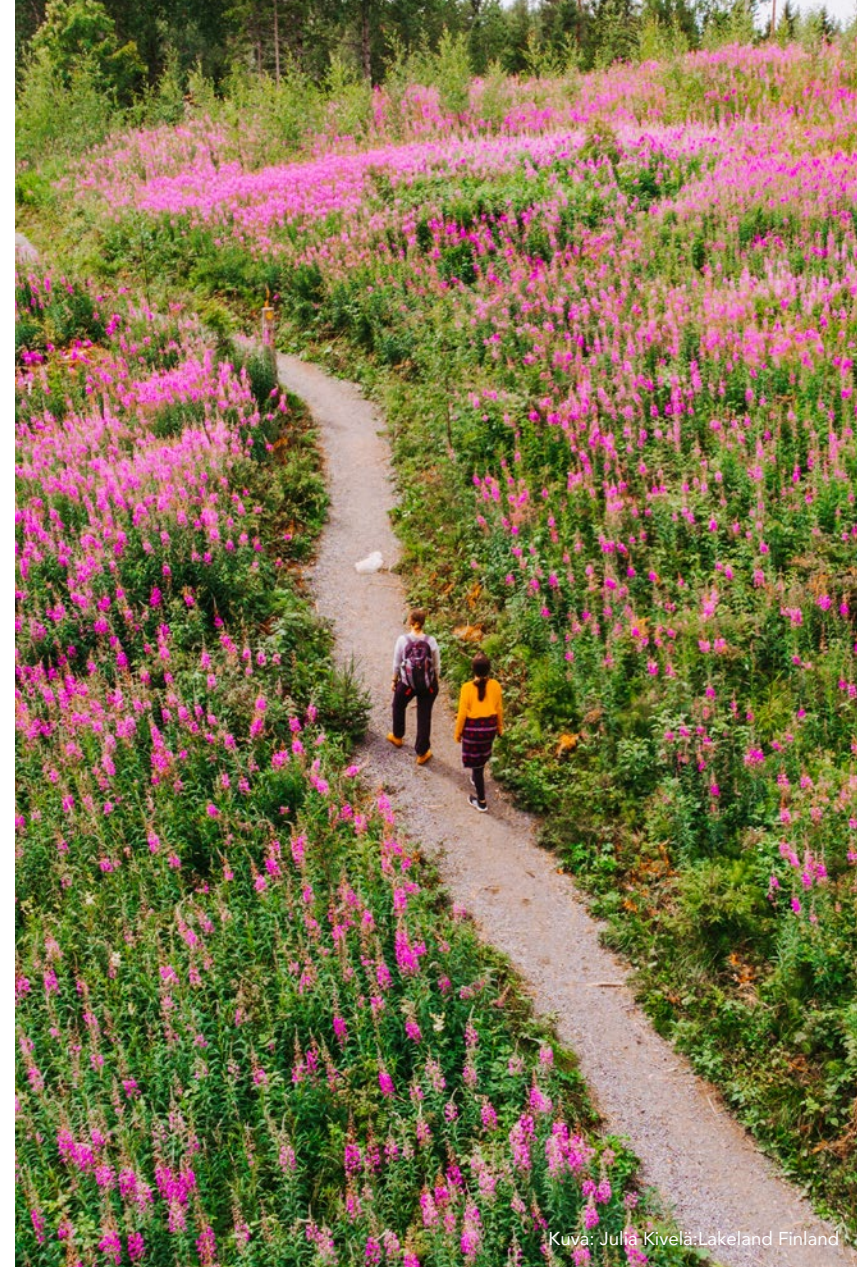
Tuotteistamisen tueksi on hyvä selvittää joukko matkakohdetta koskevia asioita.

- Onko alueella:
 - Esteettömiä reittejä ja rakenteita ja niistä kertovaa tietoa?
 - Esteettömiä oheis- ja ohjelmapalveluja?
 - Esteettömiä käyntikohteita?
 - Esteettömiä liikenne- ja kuljetuspalveluja?
- Mitä apuvälineitä alueella voi vuokrata?
- Mitä yritykset voivat tehdä yhdessä?
- Mitä alueellinen matkailuorganisaatio on tehnyt tai tekemässä inklusiivisuuden hyväksi?

Lisäksi yrityksen tulee selvittää omien palvelujensa esteettömyyden ja saavutettavuuden taso. Hyviä kysymyksiä ovat:

- Miten esteettömiä omat toimitilani ja siellä olevat välineet ja varusteet ovat?
- Millaiset yrityksen arvot ja asenteet ovat? Entä henkilökunnan?
- Onko henkilökunnalla valmiuksia kohdata eri kohderyhmien edustajia ja tunnistaa näiden perustarpeet?
- Olenko osannut viestiä esteettömistä palveluistani?
- Mitä kohderyhmiä voisin jo nyt palvella paremmin?

Nämä kysymykset auttavat määrittelemään, millaisia esteettömiä palvelupaketteja yritys voi toteuttaa heti, millaisia investointeja ja resursseja tarvitaan laajemman esteettömyyden toteuttamiseksi ja millaisia yhteistyömahdollisuuksia yrityksellä on. Jos alueella ei ole esteettömiä luontoreittejä, mutta esteettömiä kulttuurikohteita sen sijaan on, kannattaa aloittaa kulttuuritarjonnan tuotteistamisesta. Esteettömiä tuotteita voi suunnitella ja testauttaa eri vammaryhmien kanssa. Näin yritys saa tietoa, keille palvelut sopivat nyt ja miten niitä voi kehittää kaikille sopiviksi.



Kuva: Julia Kivela:Lakeland Finland

5. Sateenkaari- ystävällisten palvelujen ja tuotteiden kehittäminen



Kuva: Jussi Hellstén ja Helsinki Partners

Monet LGBTQ+-yhteisössä toivovat, että palvelut olisivat ennen kaikkea asenteellisesti turvallisia, eikä kenenkään tarvitse pelätä syrjintää tai epäasiallista kohtelua. Asenteellisesti turvallisessa palveluympäristössä henkilökunta osaa kohdata kaikki asiakkaat kunnioittavasti ja tasa-arvoisesti, eikä oletuksia esimerkiksi asiakkaan sukupuolesta tai perhe- muodosta tehdä automaattisesti.

Palvelujen kehittämisessä on tärkeää olla kriittinen erilaisia vallitsevia normeja, stereotyyppioita ja oletuksia kohtaan ja tarjota oheis- ja ohjelmapalveluja kaikille. Esimerkiksi hetero- normatiivinen perhekäsitys ei vastaa monimuotoisia sateen- kaariperheitä, joissa vanhemmat voivat olla samaa suku- puolta tai vanhempia voi olla useampia kuin kaksi. Tämän voi huomioida muun muassa perhehinnoittelussa.

Lisäksi sateenkaariystävällisissä palveluissa on käytettävä inklusiivista kieltä, joka ei syrji seksuaali- ja sukupuolivähem- mistöjä (ks. Luku ”7. **Inklusiivinen kieli yrityksen viestin- nässä**”). Inklusiivisessa kielessä voidaan käyttää sukupuoli- neutraaleja termejä, kuten ’asiakas’, ’henkilö’ tai ’kumppani’, eikä sukupuoli-identiteettiä, perhetilannetta tai kumppanin sukupuolta oleteta etukäteen. Tiettyjen oikeiden termien sijaan, tietoinen kielenkäyttö asiakaspalvelussa liittyykin usein siihen, että asiakaspalvelija haastaa omia ennako- oletuksiaan.

Palveluntarjoajan on varmistettava asenteellisen turvalli- suuden lisäksi myös tilojen turvallisuus. Tärkeää on esimer- kiksi suunnitella etukäteen, miten epäasialliseen käyttäytymi- seen tai erilaisiin uhkaaviin tilanteisiin puututaan, ja kouluttaa henkilöstöä toimimaan sen mukaisesti. Binäärisesti eli kaksi- napaisesti sukupuolitetut, naisille ja miehille osoitetut WC- ja pukeutumistilat voivat herättää sukupuolivähemmistöihin kuuluvalla turvattomuuden tunnetta; kumpaa tilaa kuuluisi käyttää, jos on muunsukupuolinen tai jos henkilön suku- puoli on eri kuin syntymässä osoitettu ja oletettu sukupuoli? WC-tiloista voi tehdä sukupuolineutraaleja yksinkertaisesti vaihtamalla kyltiksi ”WC” tai ”Unisex WC”. Mikäli tämä ei ole fyysisesti mahdollista, palveluntarjoaja voi miettiä muita ratkaisuja, jotta tilat sopivat kaikille sukupuolille.

Palvelu- ja tuotetarjonnan sukupuoli- jaottelu saattaa niin ikään poissulkea tahattomasti joitakin asiakasryhmiä, mutta toisinaan sukupuolierityiset ratkaisut voivat olla hyvinkin tarpeellisia. Esimerkiksi joillekin muslimimatkoille voi olla tärkeää, että naisille ja miehille suunnatut palvelut ja tilat ovat erillään (ks. luku ”6. Palvelujen ja tuotteiden kehittä- minen eri uskontoryhmille”). Perusteltua on myös kohdentaa tuote esimerkiksi pelkästään LGBTQ+-yhteisölle, jolloin kynnys käyttää palveluja tai kokeilla uusia elämyksiä laskee. Näin voidaan tavoittaa uusia kohderyhmiä.

Tällaisissa tilanteissa on kuitenkin hyvä huomioida, että LGBTQ+-yhteisö koostuu moninaisten ihmisten joukosta, jonka edustajien tarpeet, toiveet ja kiinnostuksen kohteet vaihtelevat. Yritykset voivat harkita tarkempaa kohdenta- mista vaikkapa trans- ja intersukupuolisille, sateenkaariper- heiden lapsille, eri ikäryhmille tai esimerkiksi vammaisille seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen edustajille.

Palveluja suunniteltaessa onkin tärkeää kiinnittää huomiota identiteettien risteämiin eli huomioida LGBTQ+-yhteisöön kuuluvien muut olennaiset ihmisyyden kerrokset, kuten vaikkapa homoseksuaalimurto tai edellä mainitut vammaiset seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin kuuluvat henkilöt. Miten nämä monimuotoisuuden ulottuvuudet vaikuttavat yhdessä yksilön kokemuksiin sekä tarpeisiin matkailijana ja työntekijänä?

Oikeusministeriön koordinoiman Rainbow Rights -hankkeen oppaassa **Tilaa moninaisuudelle! Opas seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen yhdenvertaisuuden edistämiseen**¹⁹ on tarkistuslista, jonka avulla palveluista ja tuotteista voidaan kehittää entistä käyttäjäystävällisempiä LGBTQ+-yhteisölle:

1. Perustiedot ja -termit ovat hallussa
2. Omaa alaa koskeva syventävä tieto on hallussa ja sitä päivitetään systemaattisesti
3. Toimitiloissa on sukupuolineutraalit WC:t ja muut tarvittavat tilat
4. Käytössä olevat lomakkeet ja tiedonkeruujärjestelmät huomioivat esimerkiksi sukupuolen moninaisuuden
5. Yhdenvertaisuus- ja tasa-arvosuunnitelmat on tehty, niitä seurataan ja arvioidaan
6. Toimintaohjeet syrjinnän ehkäisyyn ja syrjintään puuttamiseen ovat kaikkien tiedossa
7. Sateenkaari-ihmisiä kuullaan palvelujen kehittämisessä
8. Sekä sisäinen että ulkoinen viestintä toiminnan sateenkaarisensitiivisyydestä on kattavaa
9. Toiminta on asiakaslähtöistä, itsemäärittelyoikeutta ja yksityisyyttä kunnioittavaa

Yhdenvertaisuuden tiellä olevista epäkohdista ilmoitetaan eteenpäin.

¹⁹ [Karvinen & Venesmäki 2019](#), s. 34



Kuva: Laura Vanzo Visit Tampere

6. Palvelujen kehittäminen eri uskonto- ja kulttuuri- taustoista tuleville matkaajille



Kuva: Harri Tarvainen

Samoin kuin esimerkiksi kristinuskon sisällä, myös jokaisen muun uskontokunnan sisälle mahtuu paljon moninaisuutta ja erilaisia tapoja harjoittaa uskontoa. Siksi on mahdotonta luoda yleisiä sääntöjä, jotka sopisivat aukottomasti jokaiselle uskonnon harjoittajalle. Tämä pätee uskontojen lisäksi muihinkin monimuotoisuuden ulottuvuuksiin.

Palvelujen ja tuotteiden kehittäminen uskontojen kohdalla koskeekin erityisesti ruokailua ja siihen liittyviä rajoitteita, rukouksiin käytettäviä tiloja sekä markkinoinnin ja viestinnän kohdentamista. Yrityksen on tehtävä tietoinen päätös siitä, kuinka laajasti eri uskontojen tarpeita huomioidaan, ja tiedot palvelujen laajuudesta kannattaa ilmoittaa verkkosivuilla etukäteen. Jos jotain palvelua ei voida tarjota, siitäkin on hyvä kertoa.

Osa esimerkiksi muslimimatkailijoista suhtautuu joustavasti ja ymmärtäväisesti siihen, että kohdemaassa uskonnon harjoittamisen mahdollisuudet ovat erilaiset kuin kotimaassa. Matkaajat ovat tottuneet, että esimerkiksi sukupuoli eri tiloihin rajaavia tilaratkaisuja ei kaikkialla ole tarjolla. Oletuksia ei kuitenkaan kannata tehdä vaan asioita on hyvä selvittää ryhmiltä ja matkanjärjestäjiltä ennakkoon. Saatavilla oleva tieto siitä, mitä on tarjolla, auttaa matkailijoita suunnittelemaan matkaansa sekä aktiviteettejään.

²⁰ [Rukousajat.fi](https://www.rukousajat.fi)

Inklusiivisia matkailupalveluja ja -tuotteita suunniteltaessa eri uskontojen ja kulttuurien edustajille on hyödyllistä osallistaa kohderyhmään kuuluvia henkilöitä. Yhteistyö tiettyyn uskontokuntaan kuuluvan tai heille palveluita suuntaavan matkanjärjestäjän kanssa on yksi hyvä tapa huomioida eri uskonto-ryhmiin kuuluvat henkilöt ja heidän moninaiset tarpeensa palveluissa ja elämyksissä. Heillä usein on jo hyvä ja syvämpi ymmärrys kohderyhmän toiveista ja tarpeista.

MUSLIMIYSTÄVÄLLISET MAJOITUSPALVELUT

Eri uskontoihin kuuluvia matkailijoita voi huomioida majoituspalveluissa: esimerkiksi rukoilua ja uskonnon harjoittamista varten voi osoittaa erillisen hiljaisen tilan tai joogaa ja mietiskelyä varten esimerkiksi luonnonkauniin ja tasaisen paikan. Esimerkiksi islaminuskossa päivittäisiä rukoushetkiä on viisi, ja niiden tarkat ajat vaihtelevat päivittäin – ajankohdat on helppo tarkistaa verkosta²⁰.

Koska muslimit rukoilevat kohti Mekkaa, muslimimatkailijoita varten huoneeseen voidaan merkitä rukoussuunta, qibla, joka osoittaa Mekan suunnan. Monilla muslimieilla on kuitenkin mukanaan Qibla-suuntaa osoittava sovellus, kuten Google Maps. Qiblan osoittaminen voi kuitenkin olla mukava lisä esimerkiksi vanhemmille matkailijoille. Harjoittavat muslimit kantavat usein mukanaan myös rukousmattoa,

mutta sen tarjoaminen paikan päällä voi olla arvostettu lisä. Monet muslimit rukoilevat matkoilla omassa huoneessaan, joten he arvostavat erityisesti huoneiden ja lattioiden puhtautta. On kuitenkin tärkeää huomata, että puhtaus on yleinen odotus kaikilta matkailijoilta, eikä se ole vain muslimien toive. Usein inklusiiviset teot ovat asioita, jotka hyödyttävät laajalti muitakin matkailijoita kuin heitä, joita varten palvelut olivat alunperin kohdistettu.

Suomalainen saunakulttuuri on monille ulkomaisille matkailijoille mielenkiintoinen kokemus. Jotta yhä useampi pääsisi kokemaan saunaelämyksiä, eri kulttuurien ja uskontojen edustajien huomioimiseksi on hyvä tarjota erilliset saunavuorot tai saunat ja pukuhuonetilat eri sukupuolille niin, että esimerkiksi uinti- tai avantofasilitetit ja virvoittelutilatkin ovat erilliset. Erillisten saunojen lisäksi sama voi hoitua esimerkiksi eri saunavuoroilla. Joillekin matkailijoille yhteiset saunavuorot voivat silti rikkoa yksityisyyden ja henkilökohtaisen tilan rajoja, joten on suositeltavaa tarjota myös mahdollisuus varata sauna yksityiskäyttöön.

Hotellihuoneiden minibaarien tulisi olla alkoholittomia, sillä alkoholin nauttiminen on islamin uskossa kiellettyä. Tämä on yksi hyvä esimerkki siitä, miten esimerkiksi eri uskontojen edustajien matkustustarpeisiin ja toiveisiin voidaan vastata helposti ennakkoinnin avulla ilman, että se aiheuttaa esimer-

kiksi suuria kuluja tai suurta vaivaa. Kyse on siis enemmänkin erilaisten tarpeiden tunnistamisesta, joihin ratkaisut löytyvät kyllä.

RUOKA- JA RAVINTOLAPALVELUT

Eri uskonnoissa ja kulttuureissa on erilaisia ruokavaliota, -tottumuksia ja -rajoitteita. Käymme tässä osiossa läpi hindujen, juutalaisten ja muslimien ruokailuun liittyviä tapoja ja tarpeita.

Huomattava osa intialaisesta väestöstä, hinduista sekä buddhalaisista suosii kasvisruokaa. Vegaani- ja kasvisruokavaliot on yhä enenevässä määrin muidenkin asiakasryhmien suosiossa, ja vegaani- ja kasvisruokavaihtoehtojen tarjonta vaikuttaa paljon ravintolan valintaan. Oletuksia ei kannata tässäkään asiassa tehdä, sillä joskus käyttäytyminen matkakohteessa poikkeaa arkielämän tavoista ja tämä pätee myös ruokavaliioon. Niinpä ruokavaliosta kannattaa varsinkin ryhmien kohdalla kysyä etukäteen ja varmistaa tiedot vielä, kun ryhmä on kohteessa.

Hinduille lehmä on pyhä eläin, joten nautaa ei ole sopivaa tarjota. On myös hyvä huomata, että esimerkiksi hindut saattavat joskus toivoa mahdollisuutta valmistaa omat ruokansa.

Tällaisessa tilanteessa hyvä vaihtoehto on tarjota heille mahdollisuus vuokrata asunto, jossa on keittiö ja keittiö on varusteltu niin, että isommillekin ryhmille riittää esimerkiksi tarpeeksi aterimia ja astioita. Tämä ei kuitenkaan ole lähtöoletus esimerkiksi kaikille Intiasta tuleville matkaajille.

Juutalaisten ruokaperinne rakentuu hyvin samankaltaisesti sellaisten ruokien ja tuotteiden ympärille, jotka ovat kosher (t. košer; 'kelvollinen' tai 'puhdas'). Tämä tarkoittaa sitä, että ruoan alkuperä ja valmistustapa noudattavat juutalaisten perinteisiä lakeja. Esimerkiksi tietyt elintarvikkeet, erityisesti sianliha ja äyriäiset, ovat kiellettyjä. Teurastamiseen liittyy rituaaleja, ja kaikki veri on poistettava huolellisesti. Lihaa ja maitotuotteita ei saa yhdistää tai tarjoilla samalla aterialla. Muista juutalaisten moninaisuus – kaikki juutalaiset yhteisöt eivät noudata näitä sääntöjä tarkkaan, mutta esimerkiksi ortodoksisjuutalaiset syövät ainoastaan kosher-sertifioituja tuotteita. Voit lukea lisää kosher-ruuista ja -sertifikaateista Helsingin Juutalaisen seurakunnan sivuilta²¹.

Muslimit noudattavat ruokavaliossaan islamin uskonnollisia lakeja, joiden mukaan jotkut elintarvikkeet kuten alkoholi ja sianliha ovat kiellettyjä eli **haram**. Uskonnon sallima ruoka on halal. Keskeistä ruokavaliossa on ruoan puhtaus ja saastumattomuus, joten halal-ruoka ei saa myöskään olla kosketuksissa kiellettyjen raaka-aineiden kanssa. Vaikka kaikki

muslimit suosivat halal-lihaa, saattavat jotkut silti syödä myös epäislamilaistain teurastettua lihaa.

Ramadan vaikuttaa muslimien ruokailu-aikoihin. Sen aikana ruokaa, juomaa, tupakkaa tai muita nautintoaineita ei tule nauttia auringonnousun ja -laskun välisenä aikana. Jos ramadan osuu keskikesälle, voidaan sopia ajankohta, joka vastaa auringonlaskua ja -nousua esimerkiksi Mekan tai lähtömaan mukaisesti. Halal-ruokavaliosta, ramadanista ja muslimimatkaajien huomioinnista voit lukea lisää esimerkiksi Umma-hankkeen tietopakettista²².

OHJELMIEN JA AKTIVITEETTIEEN JÄRJESTÄMISESTÄ

Yleensä kaikki matkailijat haluavat tutustua paikalliseen kulttuuriin, mutta palveluntarjoaja voi myös suunnitella oheis- ja ohjelmapalvelujen toteuttamista eri uskontoryhmien näkökulmasta. Esimerkiksi muslimimatkailijat usein saattavat toivoa, että miehille ja naisille järjestettäisiin erillisiä oheis- ja ohjelmapalveluja. Joskus uskonnon harjoittaminen voi vaikuttaa aikatauluihin ja esimerkiksi rukoushetket on tarpeen huomioida ohjelmassa.

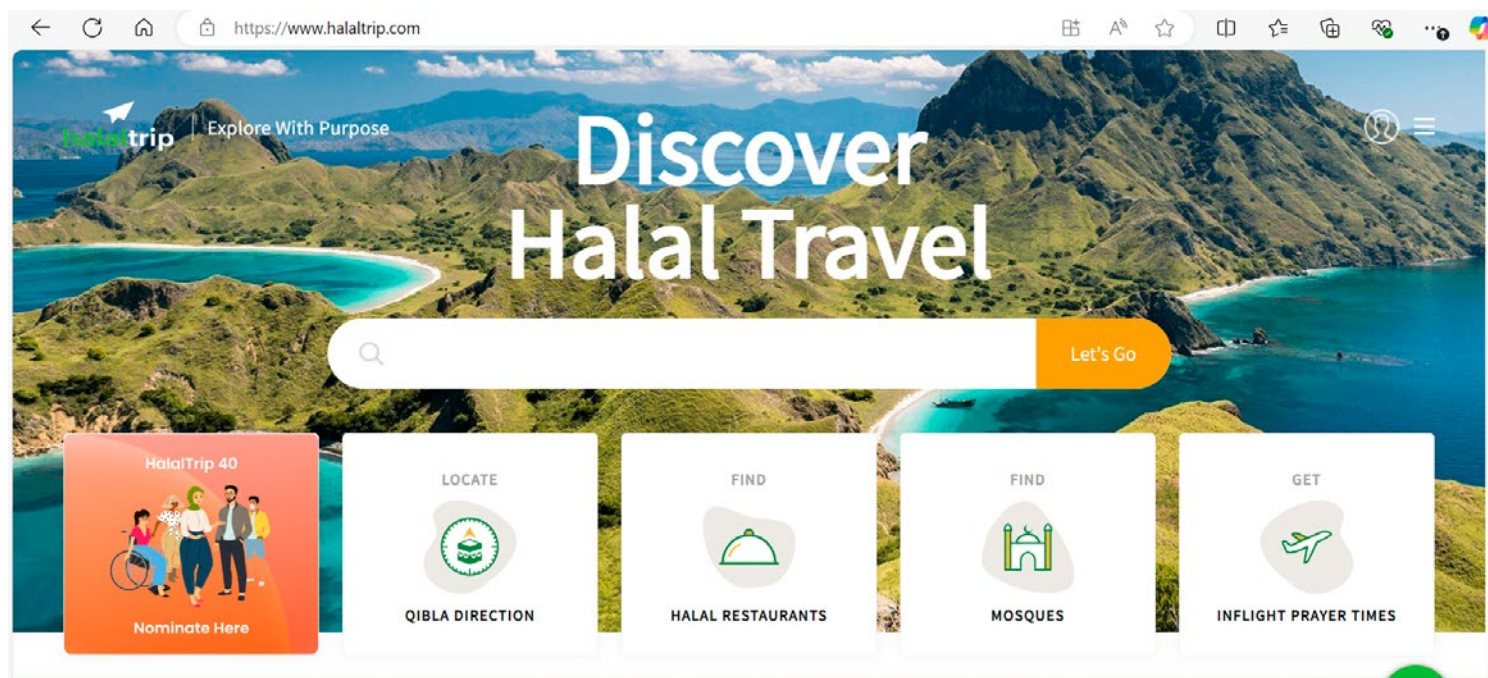
Jooga ja meditointi ovat olleet keskeisiä elementtejä hindulaisuudessa ja intialaisessa kulttuurissa jo tuhansien vuosien

²¹ Helsingin juutalainen seurakunta: [Kosher-ruoka](#).

²² Umma-hanke: [Hyvä huomioida](#).

ajan. Suomeen ja Eurooppaan jooga ja meditaatio ovat levinneet vasta viimeisen vuosisadan aikana, ja ne ovat viime vuosikymmeninä saaneet suuren yleisön suosion. Kuitenkin Suomessa harjoitettu jooga voi paikoin erota siitä, mitä Intiassa harjoitetaan. Suomalaisessa matkailualan kontekstissa on tärkeää muistaa, että monet intialaiset matkailijat arvostavat joogan ja meditaation henkistä ja pyhää merkitystä osana heidän kulttuuriaan, uskontoaan ja elämäntyyliään. Ohjelmia ja aktiviteetteja suunniteltaessa onkin tärkeää välttää joogan länsimaistettuja versioita ja stereotyyppisiin nojaavia versioita. Esimerkiksi intialaisille matkailijoille ei kannata ilman keskustelua tarjota äijä-, SUP-lautaa- tai saunajoogaa, sillä ne saattavat olla kaukana siitä, mitä he todella etsivät. Joillekin kokemus voi toki olla mielenkiintoinen, mutta tässäkin on hyvä haastaa omat ennako-oletuksensa.

SINGAPORE ON TUOTTANUT OHJELMAEHDOTUKSIA ERILAISILLE MUSLIMIMATKAILIJOILLE



CrescentRatingin ylläpitämältä Halaltrip.com-verkkosivustolta löytyy muslimiystävällisiä matkakohteita, ohjelmaehdotuksia ja muuta tietoa.

TUOTTEISTAMISESSA ON HYVÄ POHTIA SEURAAVIA KYSYMYKSIÄ

- Mitä tässä oppaassa esiteltyjä asiakasryhmiä pystyt palvelemaan jo nyt? Oletko viestinyt ulkoisissa viestintäkanavissa näistä mahdollisuuksista ja palveluista?
- Millaisia matalan kynnyksen muutoksia voisit tehdä, jotta voisit tavoittaa toivomiasi uusia kohderyhmiä? Mihin muihin muutoksiin voisit ryhtyä?
- Mitä lisätietoa tarvitset eri asiakasryhmistä, joita haluaisit palvella paremmin? Hyödynnä oppaan linkejä ja lähdeluetteloa lisätiedon ja kontaktien löytämiseksi
- Löytyykö ympäriltäsi kokemusasiantuntijoita? Voitko tehdä yhteistyötä heidän kanssaan esimerkiksi tuote kehityksessä ja -testauksessa?

Lisäksi on hyvä pohtia, mihin suuntaan haluat pidemmällä aikajänteellä kehittää palvelutarjontaasi ja millaisia uusia asiakasryhmiä haluat tulevaisuudessa tavoittaa.

TIETOINEN INKLUUSIO ASIAKASPALVELUTILANTEISSA AUTTAA PITKÄLLE

Yllä listattujen tarpeiden ja toiveiden lisäksi erilaisista uskonto- ja kulttuuritaustoista tulevat matkailijat odottavat yhdenvertaista ja inklusiivista kohtelua sekä asiakaspalvelua. Asiakaspalvelutilanteissa työntekijöiden on tärkeää reflektoida omia tiedostamattomia ennako-oletuksia ja sisäistämäänsä stereotyyppioita, sillä ne voivat vaikuttaa siihen, miten kohtaamme erilaisista taustoista tulevia ihmisiä.

Haastamalla omia ennako-oletuksia ja ajatusvinoumia sekä stereotyyppioitamme voimme luoda ympäristön, jossa jokainen asiakas kokee olevansa tervetullut ja arvostettu omana itsenään. Tietoisuus ja aktiivinen osallistaminen ovat avaimia, joiden avulla voimme todella ymmärtää ja kunnioittaa erilaisia kulttuurisia ja uskonnollisia näkökulmia asiakaspalvelussa.

Stereotyyppiat ovat yleistettyjä ja yksinkertaistettuja käsityksiä tai uskomuksia ihmisryhmistä, jotka niputtavat ihmiset yhteen, olettaen heidän jakavan samat piirteet ja sivuuttaen yksilölliset erot. Stereotyyppiat voivat olla joko negatiivisia tai positiivisia. Olipa stereotyyppia myönteinen tai kielteinen, henkilö nähdään yksipuolisesti, minkä takia hän jää vaille yhdenvertaista kohtelua. Inklusiivisen matkailun, asiakaspalvelun ja markkinoinnin tavoitteena on välttää stereotyyppioiden vahvistamista.

Tiedostamattomat ennako-oletukset ja ajatusvinoumat viittaavat syvällä oleviin sisäistettyihin ennakkoluuloihin, oletuksiin ja stereotyyppioihin, jotka ohjaavat toimintaa tietoisesta ajattelun ulkopuolella. Tiedostamattomia ennako-oletuksia ja ajatusvinoumia on hankala tunnistaa ilman tietoista pyrkimystä ja ne voivat vaikuttaa toimintaamme ja käyttäytymiseemme ilman, että itse huomaamme sitä.

Tiedostamattomiin ennako-oletuksiin ja ajattelun vinoumiin ei yleensä liity pahantahtoisuuden aikeita, koska henkilö voi itse olla tietämätön vinoumistaan sekä niiden vaikutuksista toimintaansa ja asenteisiinsa. Ne voivat myös olla täysin omien tietoisien uskomuksiemme ja arvojemme vastaisia, mikä tekee niiden olemassaolon myöntämisestä ja niiden työstämisestä vieläkin kivuliaampaa.

7. Viestintä ja markkinointi



Kuva: Harri Tarvainen

Inklusiivinen viestintä ja markkinointi viittaa sisältöihin ja kampanjoihin, jotka huomioivat asiakkaiden, työntekijöiden sekä muiden sidosryhmien monimuotoisuuden tuomalla esiin ihmisiä eri taustoista sekä kertomalla tarinoita, joihin monimuotoinen yleisö voi samaistua.

Kuten inklusiivisessa matkailussa, myös inklusiivisen viestinnän päämäärä on pyrkiä estämään tahallista tai tahatonta poissulkemista ja tarjoamaan sen sijaan samaistuttavuuden tunnetta yhä useammalle. Yritys voi nimittäin huomauttaa viestiä tavalla, joka esimerkiksi vahvistaa stereotyyppioita tai jopa etäännyttää ihmisiä. Tämä voi vaikuttaa sekä asiakkaiden että työntekijöiden mielikuvaan yrityksestä ja pahimmillaan vahingoittaa yrityksen brändiä.

Tässä osiossa käymme läpi hyviä käytäntöjä, jotka koskevat niin sisäistä kuin ulkoista viestintää. Ennen kuin sukellamme niihin, tarkastellaan vielä yhtä inklusiivisen viestinnän avaintekijöistä: inklusiivista kieltä.

INKLUSIIVINEN KIELI YRITYKSEN VIESTINNÄSSÄ

Kielellä on merkittävä rooli siinä, tunnemme arvostusta esimerkiksi työyhteisön jäsenenä tai voimmeko samastua tiettyyn brändiin – vaiko emme. Käyttämämme sanat ja

ilmaisut voivat siis joko vahvistaa ympärillä olevien ihmisten yhteenkuuluvuuden ja hyväksynnän tunnetta tai vastavaroisesti synnyttää ulkopuolisuuden kokemuksia. Kieli on voimakas työkalu yksilöiden välisen ymmärryksen rakentamiseen, kun sitä käytetään inklusiivisesti.

Inklusiivinen viestintä ja markkinointi viittaa viestintätapaan, joka tietoisesti pyrkii välttämään oletuksien tekemistä, ennakkoluuloja ja stereotyyppioita liittyen henkilön ominaisuuksiin, kuten ikään, sukupuoleen, etnisyyteen, uskontoon, kulttuuritaustaan, vammaisuuteen, seksuaaliseen suuntautumiseen tai muihin piirteisiin.

Tietoinen kielenkäyttö

Maailma ympärillämme muuttuu jatkuvasti, ja niin muuttuu myös käyttämämme kieli eikä kielen ja käsitteistön kehityksen mukana aina tahdo pysyä. Jokainen voi kuitenkin lisätä kielenkäyttönsä inklusiivisuutta omaksumalla tietoisien ja reflektoivan suhtautumisen omaan viestintäänsä. Sen sijaan, että luettelisimme suositeltuja sanoja, tarjoamme työkaluja, joiden avulla voit kehittää inklusiivista kieltä sekä yrityksesi että omassa viestinnässäsi. Oppaan lopussa "Termit tutuksi" osiossa on myös koottu olennaisempia termejä sekä jaettu hyödyllisiä linkkejä muihin sanastoihin.

Kielemme on kuin historiallinen arkisto ajattelun vinoumille ja stereotyyppioille ja toimii sekä suorien että epäsuorien vinoumien säilytyspaikkana, usein sanoissa, sanonnoissa ja ilmaisuissa, joita käytämme päivittäin – sen enempää miettimättä. Nämä vinoumat voivat vahvistaa stereotyyppioita, marginalisoida tiettyjä ryhmiä tai aiheuttaa tahatonta ulossulkemista. Haasteena ei usein olekaan uusimpien "oikeiden termien" tunteminen, vaan niiden oletusten tunnistaminen, jotka piilevät käyttämässämme kielessä.

KÄSITTEISTÄ KÄYTÄNTÖÖN: THL – SUKUPUOLITIE TOINEN VIESTINTÄ²³

Pyri sukupuolineutraaliuden sijaan sukupuolitietoisuuteen. *Sukupuolineutraalius* on vanhentunut lähestymistapa ja viittaa tapaan, jossa sukupuoli ja sen merkitys ”häivytetään” näkyvistä. **Sukupuolittietoinen viestintä** taas huomioi sukupuolinnormit, sukupuolen merkityksen sekä erilaiset sukupuolittamisen tavat ja pyrkii kielenkäytön avulla muuttamaan niitä inklusiivisemmiksi. Alla muutamia esimerkkejä sukupuolitietoisesta viestinnästä.

- **Käytä sukupuolitermejä tasapuolisesti.** Sukupuolietuliitteiden (vaikkapa naisurheilija tai naisryhtijä) käyttöä ei suositella, jos mies-etuliitettä ei käytetä vastaavissa termeissä.
- **Huomioi sukupuolen moninaisuus – sukupuoli ei ole binäärinen eli kaksinapainen.** Älä käytä sanontoja kuten ”molemmat sukupuolet” tai ”vastakkaiset sukupuolet”. Älä myöskään tervehdi ihmisiä sanomalla ”hyvät naiset ja herrat”.
- **Ilmaise sukupuoli, jos sillä on merkitystä käsillä olevan asian kannalta.** Kun kyse on esimerkiksi vain naisille tai miehille suunnatuista palveluista, sukupuolen mainitseminen on tarpeellista. Palveluissa kannattaa kuitenkin ottaa huomioon, että asiakaskunnassa on myös muunsukupuolisia, intersukupuolisia sekä transihmisiä.
- **Vältä sukupuolittuneita ammattinimikkeitä.** Yleensä neutraali vaihtoehto on olemassa. Uusiin sanoihin tottuminen vie aikansa, mutta se on sen arvoista. Esimerkiksi sen sijaan, että sanoisit esimies, käytä termiä esihenkilö.
- **Kunnioita ihmisten pronomineja.** Kuuntele, mitä käsitteitä tai ilmaisuja asiakas ja hänen läheisensä käyttävät sukupuolestaan puheessaan, ja käytä tarvittaessa henkilön itse käyttämiä sanoja. Epävarmoissa tilanteissa niistä kannattaa kysyä. Puhuessasi englantia kysy henkilöltä hänen itse itsestään käyttämiä pronomineja (she/her tai he/him tai they/them) ja käytä niitä aina, kun viittaat kyseiseen henkilöön.
- **Haasta omia oletuksiasi.** Kysyessäsi naiskollegalta tai -asiakkaalta hänen kumppanistaan, älä oletta kumppanin sukupuolta käyttämällä suoraan esimerkiksi sanaa poika- tai miesystävä. Käytämällä esimerkiksi sanaa ’kumppani’ luot tilaa myös LGBTQ+-parisuhteille.

KÄSITTEISTÄ KÄYTÄNTÖÖN: TIETOINEN KIELENKÄYTTÖ VAMMAISUUTEEN LIITTYEN

Sanan vammainen käyttöä arastellaan usein, koska sen ajatellaan olevan loukkaava. Kuitenkin suomen kielessä se kuvaa henkilön toimintarajoitteisuutta ja voi olla neutraali termi, kunhan käyttöön liittyy tiettyjä periaatteita:

- **Käytä sanaa vammainen inhimillisen sanan määritteenä.** Esimerkiksi: ”vammainen henkilö,” ”näkövammaiset asiakkaat,” tai ”kehitysvammainen retkeilijä.”
- **Tunnista kielenkäyttösi ableistisuus.** Ableistisuus viittaa asenteisiin, käytäntöihin tai rakenteisiin, jotka syrjivät tai vähättelevät vammaisia ihmisiä ja asettavat vammattomuuden normiksi. Vältä esimerkiksi ableistisia ilmaisuja kuten ”tulla sokeaksi jollekin” tai ”kaikua kuuroille korville”, jotka usein tiedostamattamme assosioivat vamman negatiivisella tavalla. Pyri sen sijaan ilmaisemaan itseäsi avaamalla tarkoitusta sanonnan takana.
- **Kuvaile erityisryhmille sopivia tiloja esteettömiksi tai saavutettaviksi.** Esimerkiksi inva-WC sijaan on suositeltavaa sanoa ”esteetön WC” (accessible toilet).
- **Pyri tiedostamaan käyttämiesi sanojen merkitykset.** Esimerkiksi sanan invalidi lähtökohdat ovat englanninkielisessä negaatiassa (invalid ’epäkelpo’), joten vammaisista henkilöistä puhuttaessa sitä tulee välttää.
- **Vammasta ei kuulu puhua negaation kautta.**
- **Vammaisuus ei ole sairaus, eikä vammaisuuden vastakohta ole terve.** Vältä lääketieteellisiä termejä, kuten rullatuoliopotilas, sillä ne vahvistavat kuvaa siitä, että vammainen henkilö on ’potilas’.
- **Kohdista viestintäsi suoraan vammaiselle henkilölle.** Älä esimerkiksi puhu vammaisen henkilön ohi hänen avustajalleen tai läheisilleen hänelle kuuluvista asioista.

²³ THL: [Sukupuolittietoinen viestintä](#)

ULKOINEN MARKKINOINTIVIESTITÄ

Inklusiivinen markkinointiviestintä ponnistaa siitä ymmärryksestä, että matkailuyritysten yleisöt ovat jo tällä hetkellä monimuotoisia ja tietoisien inklusion avulla kohdeyleisöt voivat kasvaa ja laajentua. Ulkoisen markkinointiviestinnän inklusiivisuus on yrityksille olennaista sekä asiakkaiden että työntekijöiden houkuttelemiseksi.

Miten kerron inklusiivisista palveluistamme?

Tässä oppaassa esitettyjen kohderyhmien on usein vaikea löytää tarvitsemaansa tietoa siitä, miten heidän tarpeensa ja toiveensa on huomioitu yritysten toiminnassa. Tämän johdosta vaihtoehtoja vertaillaan matkailijat saattavat suunnata kohteeseen, joka kertoo palveluistaan kattavasti ja proaktiivisesti ulkoisissa viestintäkanavissaan. Suomessa tilanne on se, että esimerkiksi esteettömiä palveluja tarvitseva joutuu tarkistamaan jokaisen majoituskohteen, käyntikohteen, retkeilyreitit tai palvelun esteettömyyden ja soveltuvuuden useasta eri lähteestä.

Viestiessä inklusiivisuudesta sitoutuneisuus ja avoin keskustelu ovat tärkeämpiä kuin täydellisuuden tavoittelu. Täydellisuuden tavoittelu usein vain estää meitä ryhtymästä toimeen. Sen sijaan uskottavuutta voi luoda keskeneräisyyden myöntämisellä, kun se yhdistetään sitoutuneisuuteen ja jo

tehtyihin käytännön toimiin. Olennaista on myös viestiä erilaisten tarpeiden kunnioittamisesta, niiden aktiivisesta kuuntelusta ja siitä, että yritys on valmis liiketoiminnan näkökulmasta kohtuullisissa rajoissa sopeuttamaan toimintaa niin,

että se vastaa mahdollisimman monen matkailijan tarpeisiin. Lisäksi palvelujen sateenkaariystävällisyydestä voi viestiä esimerkiksi lisäämällä sateenkaarisymbolin tai sateenkaarilipun verkkosivuille tai kohteen tiloihin.

MUSLIMIYSTÄVÄLLINEN MATKAILUKOHDE

Interlaken for Arabs

“ Information guide for tourists in Interlaken ”
انترلاكن, سويسرا - بالعربي
أفضل دليل سياحي عربي للأنترلاكن

HOME: الصفحة الرئيسية | Transport: نقل | Halal Food: مطاعم حلال | Family Fun: استمتع مع العائلة | Evening Trips: جولات مسائية | Adventures: المغامرات | Excursions: رحلات | Tours: جولات | More...: معلومات

Information on hotels, activities, family trips, halal restaurants and more!
معلومات عن الفنادق, مأكولات حلال, أنشطة, رحلات عائلية, جولات مسائية, رحلات مقاهي للشيشة

Whatsapp: +41797428345
برامج رحلاتنا يمكن مساعدتها طيفا ترجماتكم حتى ابق التفاصيل

Adventures / Activities | أنشطة/المغامرات

Experience everything from paragliding, to rafting to bungee jumping and more!
جرب كل شيء من التحايق بالمظلات والتجديف في النهر الى القفز بالجبل المطاط والمزيد

Interlaken Sveitsissä on kehittänyt palveluja majoituksesta aktiviteetteihin ja ravintoloihin vastaamaan islaminuskon asettamia vaatimuksia. Interlakenilla on arabimatkustajille suunnattu verkkosivusto Interlaken for Arabs. Tehdyt toimenpiteet tuottavat nyt hyvää tulosta. Arabimatkailijat toivat Interlakiin vuonna 2017 noin 95 miljoonaa euroa (Atmani 2017).

ESIMERKKI: ESTEETTÖMÄT PALVELUT

Usein toistuva virhe on, että esteettömän matkailun markkinoinnissa nostetaan kärkeen esteetön tila tai rakennus, kuten esteetön WC tai opastaulut. Se ei kuitenkaan ole houkuttelevaa, inspiroivaa sisältöä, vaan tarpeellista informaatiota. Kärkikuvaksi kannattaa valita vaikuttava maisema- tai aktiviteettikuva, jossa tekijänä on selkeästi toimintarajoitteinen henkilö. Kuvamateriaalissa voi tuoda esille eri vammairyhmiä lisäämällä eri apuvälineitä käyttäviä ihmisiä eri matkailutilanteisiin. Liikuntarajoitteisten henkilöiden lisäksi kuvissa voi olla esimerkiksi liikkumisen apuvälineitä käyttäviä senioreja tai näkövammaisia kuvailutulkkaus-tilanteessa²⁴.

Representaatiolla on väliä

Monimuotoinen representaatio eli edustus on todennäköisesti yksi ensimmäisistä asioista, jotka tulevat mieleen, kun puhutaan inklusiivisesta markkinointiviestinnästä. Ja se onkin tärkeä asia. Representaatio on voimakas työkalu monimuotoisen asiakaskunnan houkuttelemiseksi, positiivisen muutoksen aikaansaamiseksi ja stereotyyppien

haastamiseksi. Kun ihminen näkee markkinointiviestinnän kuvituksessa ihmisiä, joihin voi samaistua, hän tuntee itsensä enemmän hyväksytyksi ja arvostetuksi, mikä voi lisätä sitoutumista brändiin ja parantaa asiakaskokemusta. Näin yritykset pystyvät viestimään siitä, että kaikki ovat tervetulleita ja että palvelut soveltuvat erilaisille kohderyhmille. Arkipäivän markkinointiviestinnän visuaalinen materiaali edustaa edelleen usein yhteiskunnallisia normeja eli sitä, mitä yhteiskunnassa pidetään 'tavallisena' ja 'normaalina', kuvaten valkoisia, terveitä, hoikkia, vammattomia, nuoria ihmisiä, jotka kuuluvat binääriseen (nainen, mies) sukupuoleen. Monimuotoisella representaatiolla viitataan siihen, että yrityksen viestinnässä näkyy erilaisia ihmisiä, jotka heijastelevat ympäröivän maailman sekä yrityksen sidosryhmien monimuotoisuutta.

On kuitenkin hyvä muistaa, että representaatioissa on kaksi yhtä tärkeää puolta:

1. **Representaation monimuotoisuus** eli se **ketä** sisällöissä esiintyy. Organisaatioille merkityksellinen edustus heijastelee niiden yleisöjen ja sidosryhmien monimuotoisuutta, joiden kanssa yritys on ja toivoisi olevan vuorovaikutuksessa. Tarkastele näkykö yrityksen markkinointiviestissä

esimerkiksi LGBTQ+ perheitä, intialaisia matkajia tai vaikkapa vammaisia henkilöitä nauttimassa matkailuelämyksistä? Muista, että monimuotoisuus kattaa laajan kirjon asioita eikä rajoitu vain edellä mainittuihin ulottuvuuksiin.

2. **Representaation inklusiivisuus** eli se **miten** nämä ihmiset esitetään. Kun aliedustetuista taustoista tulevia ihmisiä näkyy markkinoinnissa, heidät esitetään herkemmin heidän yksipuolisesti vähemmistöstatuksensa tai -ryhmänsä edustajana. Tätä voi navigoida normalisoidulla monimuotoisuutta ja esittämällä hahmot mahdollisimman normaalilla tavalla – aktiivisina toimijana sekä ihmisinä, joissa on nyansseja ja syvyyttä. Tämä ei tarkoita vähemmistötaustan häivyttämistä vaan sitä, että sitä ei ylikorosteta tai karnevalisoida.

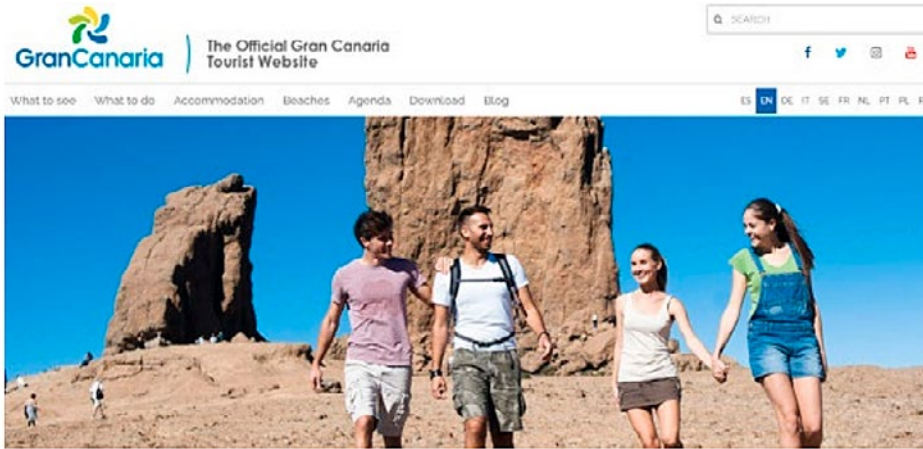
Esimerkiksi LGBTQ+-yhteisöä tuodaan usein esille pride-tapahtumien kuvilla, mutta parempi ratkaisu on kuvata aitoja tilanteita, joissa henkilöt edustavat ihmisten moninaisuutta. Visuaalisissa materiaaleissa voi näkyä sukupuolen ilmaisultaan moninaisia henkilöitä tai vaikkapa samaa sukupuolta oleva pariskunta tai sateenkaariperhe. LGBTQ+-yhteisöstä on hyvä tuoda esille myös eri ikäryhmiä, sukupuolia ja etnisyyksiä.

²⁴ Kuvailutulkkauksen peruserätyksenä on, että avustaja välittää näkövammaiselle ihmiselle sanallisesti sen informaation, jonka hän visuaalisesti näkee. Kuvailutulkkaus tekee luontoelämyksistä saavutettavia ja turvaa näkövammaisen retkeilijän kulkua luontopoluilla. Lue lisää luonnon kuvaustulkkauksesta [Kurjenrahkan kansallispuistossa](#).

ESIMERKKI: MONIMUOTOINEN REPRESENTAATIO VISUAALISISSA MATERIAALEISSA

Valokuvilla on suuri merkitys viestittäessä inklusiivisista palveluista. Kuvagalleriassa on esimerkkejä eri matkailijaryhmille kohdennetusta viestinnästä. Kuvissa on esillä erilaisia ihmisiä elämysten keskellä. On tärkeä huomata, että kaikissa kuvissa huomio on elämyksissä, ja kuvilla korostetaan viestiä siitä, että elämykset on tarkoitettu kaikille.

ESIMERKKEJÄ MONIMUOTOISUUDEN REPRESENTAATIOISTA



<https://www.grancanaria.com/turismo/en/gay-friendly/gay-friendly/>



<https://www.aarp.org/travel/vacation-ideas/family/info-2019/lgbtq-friendly-trips.html>



<https://www.exploreasheville.com/article/lgbtq-asheville-your-best-bets-gay-friendly-travel>



Saksan Saksenin osavaltion matkailusivuilla esteettömyys on oma kokonaisuutensa. Esteettömyyssivuilla kerrotaan esteettömistä kohteista, reiteistä ja palveluista. Sivulla on runsaasti kuvia, joissa vammaiset henkilöt ovat aktiviteeteissa mukana. Kuvien avulla kerrotaan siitä, mitä kaikkea erityishuomiota tarvitsevat voivat kohteessa tehdä.

MILLÄ KEINOILLA INKLUSIOTA VOIDAAN EDISTÄÄ MARKKINOINTIVIESTINNÄSSÄ?

Vaikka monimuotoinen representaatio on todella tärkeä osa inklusiivista markkinointiviestintää, on se kuitenkin vain yksi tapa edistää inklusiota markkinointiviestinnässä. Muita tapoja ovat muun muassa:

- Kohderyhmän ja yleisön määrittely – mitkä yrityksellemme relevantit sidoryhmät olemme tahattomasti sulkeneet ulkopuolelle?
- Tiedostava kielenkäyttö ja sanavalinnat – olemmeko tietoisia siitä, millaisia oletuksia ja poissulkevia
- Sisältöjen aiheiden valinta – mistä aiheista teemme sisältöjä ja lähes yhtä tärkeänä, mistä emme ole puhuneet?
- Narratiivien ja tarinankerronnan luominen – millaisia tarinoita kerromme maailmasta ja ihmisistä? Vahvistammeko joitain stereotyyppioita tai eriarvoistavia asenteita?
- Digitaalisen saavutettavuuden varmistaminen – aiheesta lisää seuraavassa luvussa
- Yhteisön osallistaminen – hyödynnämmekö yleisöämme, jotta aidosti ymmärtäisimme heidän tarpeensa ja toiveensa?
- Palaute ja jatkuva kehitys – keräämmekö palautetta ja kehitämmekö toimintaamme palautteiden pohjalta?
- Monimuotoisten tiimien rakentaminen – hyödynnämmekö esimerkiksi kumppaneina tai tiimin ulkopuolisina asiantuntijoina aliedustetuista taustoista tulevia osaajia?

SISÄINEN TYÖYHTEISÖViestintä INKLUSION MERKITYKSESTÄ

Viestintä on olennainen työkalu DEI-muutosjohtamisessa, sillä mikään muutos ei onnistu ilman toimivaa sisäistä viestintää. Inklusiivinen ja selkeä viestintä edistää työntekijöiden inklusion kokemusta sekä luo yhteisymmärrystä DEI-työn merkityksestä ja tavoitteista kaikkien kesken.

Työntekijöiden motivoiminen osaksi inklusiotyötä

Tehokas sisäinen viestintä motivoi työntekijöitä osallistumaan DEI-kehitykseen ja pyrkii lisäämään sitoutuneisuutta. Jotta tärkein resurssi, eli ihmiset, saadaan mukaan DEI-muutokseen, on tärkeää viestiä DEI-työstä organisaation laajuisesti eri työntekijäryhmät huomioiden. Muista kattaa viestinnässäsi ainakin seuraavat teemat:

- Miksi haluat edistää DEI:tä organisaatiossasi? Mitä arvoa DEI tuo työyhteisölle ja yrityksen liiketoiminnalle?
- Sido DEI-työ aina oman yrityksen kontekstiin vaikuttavuuden maksimoimiseksi

- Muista sisällyttää viestintään konkreettisia seuraavia askeleita, jotta voit välttyä "vain puhetta, ei toimintaa" tyyliseltä DEI-väsäykseltä
- Osoita että olet aidosti työyhteisön puolella, ja rohkaise omasi sekä johdon toiminnan rakentavaan kyseenalaistamiseen. Näin voit vahvistaa ihmisten kokemusta psykologisesta turvallisuudesta, jotta he uskaltavat jakaa kanssasi heidän huolenaiheita, ehdotuksia ja ideoita.

VINKKEJÄ INKLUSIIVISEEN SISÄISEEN VIESTINTÄÄN

1. **Harjoita aktiivista kuuntelua.** Kuuntele kollegoitasi aktiivisesti kokouksissa ja keskusteluissa ilman, että keskeytät heitä tai teet päätelmiä liian aikaisin. Luo turvallinen tila, jossa yksilöt tuntevat olonsa miellyttäväksi jakaa ideoitaan, myös sellaisia, jotka eivät vielä ole loppuun asti jäsenneiltyjä. Pyri ymmärtämään ja oppimaan heidän näkemyksistään.
2. **Keskustele kielimieltymyksistä.** Kieli on hankala aihe monissa organisaatioissa. Mitä kieltä puhumme kahvitauoilla? Milloin vaihdamme kieltä? Kuka tuntee olonsa ulkopuoliseksi, kun kieltä vaihdetaan? Sen sijaan, että teet oletuksia ihmisten kielimieltymyksistä käy kevyt kielineuvottelu, kun esimerkiksi aloitat projektin uuden kollegan kanssa.
3. **Toimi läpinäkyvästi yrityskohtaisen informaation suhteen.** Pyri tarjoamaan selkeää informaatiota yhteisösi ja organisaatiosi juurrutetuista tavoista, rituaaleista tai säännöistä varmistaaksesi, että kaikki taustasta tai tuttuudesta riippumatta voivat ymmärtää ja osallistua. Tämä painottaa sitoumusta läpinäkyyyteen ja inklusiivisuuteen poistamalla potentiaalisia esteitä, jotka liittyvät kulttuurisiin tai kokemuksellisiin eroihin.
4. **Pohdi, millaiset teot ja onnistumiset organisaatiossasi tai tiimissäsi saavat tunnustusta.** Onko havaittavissa selkeä ja toistuva kaava? Onko mahdollista, että jonkun ahkeruus ja saavutukset jäävät mahdollisesti huomaamatta – ehkä jopa toistuvasti?
5. **Rohkaise tietoisesti monimuotoisia näkökulmia tiimin keskusteluissa, kokouksissa ja päätöksentekoprosesseissa.** Hyödynnä inklusiivisia fasilitointitekniikoita* kokouksissa ja voimista heitä, jotka eivät saa ääntä ja ideoita ei kuulla niin helposti.

*Kokeile esimerkiksi Me-We-Us tai Minä-Me-Kaikki -viitekehystä kokouksissa tai työpajoissa. Tätä viitekehystä käyttämällä annat ensin jokaisella aikaa ajatella itsenäisesti ("Minä"), rohkaiset pienryhmäkeskusteluja ("Me"), jotta myös ne kollegat, jotka eivät uskalla tai pysty ilmaisemaan itseään isoissa ryhmissä tulevat kuulluksi ja lopuksi fasilitoit keskustelun kaikkien kesken ("Kaikki").



Kuva: Julia Kivelä Visit Finland

8. Digitaalinen saavutettavuus



Kuva: Messukeskus Helsinki

Digitaalinen saavutettavuus on esteettömän viestinnän tärkein elementti. Suomessa arvioidaan olevan yli miljoona ihmistä, jotka tarvitsevat saavutettavia digipalveluja. On arvioitu, että jopa 15 % koko maailman väestöstä ei pysty käyttämään verkkopalveluja yhdenvertaisesti.²⁵ Verkkopalvelujen käyttämisen pitäisi olla mahdollista, vaikka ei näkisi, kuulisi tai pystyisi käyttämään kahta kättä ja kymmentä sormea sujuvasti. Saavutettavuusdirektiivin tavoitteena on taata verkkopalvelut ennen kaikkea niille, jotka jäävät nykyisten verkkopalvelujen ulkopuolelle. Tällä hetkellä se koskee vain julkisia tai julkista rahoitusta saavia tahoja. Digitaalisesta saavutettavuudesta on hyötyä kaikille verkossa toimiville – niin verkkopalveluja ylläpitäville, sisällöntuottajille kuin tietoa verkosta tarvitseville: saavutettavasti rakennettua verkkosivustoa on helppo käyttää, hallita, päivittää ja ymmärtää.

Viestinnän, tiedonsaannin ja palvelujen saavutettavuus

Saavutettavuus viestinnässä, tiedonsaannissa ja palveluissa merkitsee sitä, että käyttäjä voi valita eri tapoja kommunikoida sekä saada tietoa ja palveluja. Tiedon pitäisi olla saatavilla eri kanavien kautta, kuten sähköisessä ja painetussa muodossa. Kielen on oltava selkeää ja ymmärrettävää, ja sisältöä tulee voida lukea erilaisilla apuvälineillä. Myös verkossa navigoinnin tulee olla helppoa ja sujuvaa. Verko-

²⁵ Aluehallintovirasto: [Saavutettavuusvaatimukset](#)

sivujen saavutettavuuteen liittyä niin verkkosivujen tekninen standardinmukaisuus, sisällön ymmärrettävyys kuin ulkoasun esteettömyyskin.

The screenshot displays a grid of accessibility icons and their corresponding descriptions on the Merikeskus Vellamo website. The icons include a person, a speech bubble, a parking 'P' sign, a wheelchair, a book, a hand holding a magnifying glass, a hand holding a pair of glasses, a hand holding a cane, a hand holding a pair of glasses, a person, and a briefcase. Each icon is accompanied by a title and a short description in Finnish.

- Museoinfo**: Vellamon asiakaspalvelijat auttavat! Löydät meidät museokaspailla sisääntuloalasta. Puhelimitse tavoitat meidät numerosta 040 350 0497 ja sähköpostitse osoitteesta info@merikeskusvellamo.fi.
- Selkokieli- ja kommunikointitaulu**: Voit tulostaa vierailun tueksi Suomen merimuseon päänäytteen.
- Esteetön pysäköinti**: Esteetön pysäköintipaikat sijaitsevat Merikeskuksen pääsisäänkäynnin lähellä ja ne on merkitty invalunnuksella.
- Esteetön wc**: Esteetön WC/lastenhoituhuone sijaitsee sisääntuloalassa naulakkotilojen yhteydessä.
- Hissit ja automaattiovi**: Sisäänkäynnissä ja näyttelytiloissa on automaattiovet. Hissillä pääsee toisen kerroksen lipunmyyntialueen ja näyttelykerroksesta toiseen.
- Induktiosilmukka**: Lipunmyynnissä, auditoriossa ja opetustiloissa on Induktiosilmukka.
- Lukemisen apuvälineet**: Suurennsasi on lainattavissa lipunmyynnistä.
- Liikkumisen apuvälineet**: Lainattavissa pyörätuoli, rollaattori ja säädettävät kävelykepit.
- Turvallisempi tila kaikille**: Vellamo on meile kaikille. Yhdessä huolehdimme, että jokainen tuntee olonsa turvallisiksi. Olemme huomaavaisia, ystävällisiä ja auttavaisia. Kunnioitamme ja kuuntelemme muita. Annamme jokaiselle tilaa ja rauhan nauttia näyttelyistä omalla tavallaan. Ketään ei kiusata, häiritä tai syrjitä. Mistään syystä. Jokainen saa olla oma itsensä. Jokainen ihminen on arvokas. Me Vellamossa olemme sinua varten. Teemme parhaamme, jotta koet tuleviasi nähdyksi ja kuulluksi. Kerro meille, jos tarvitset itse tai huomaat jonkun toisen tarvitsevan apua.
- Avustajat ja opaskoirat**: Avustajat pääsevät sisään maksutta. Opas- ja avustajakoirat ovat meile tervetulleita! Muut koirat pyydämme jättämään kotiin.
- Museokaveri avuksi**: Tuntuuko yksin lähteminen vaikealta tai kalpeatko toista aikuista lasten kanssa museoon? **Museokaveri** tulee seuraksi, avustaa tai opastaa sinut Vellamoon. Palvelu on maksuton.
- Lainaa Vellamo luoksesi**: Jos et pääse Vellamoon, Vellamo voi tulla sinun luoksesi. **Lainattavien laukkujen valokuvat**, äänet, esineet ja tuoksut innostavat erityisesti ikäihmisiä muistelemaan. Palvelu on maksuton.

[Merikeskus Vellamo](#) sivuilla on annettu tietoja tilojen esteettömyydestä selkeästi ja kattavasti. Avustaja pääsee Merikeskukseen ilmaiseksi ja erilaisia apuvälineitä on saatavilla.

Verkkosivujen selaamiseen on tarjolla erilaista avustavaa teknologiaa. Vaikeasti näkörajoitteiset henkilöt käyttävät ruudunlukuohjelmaa, joka lukee verkkosivujen sisällön käyttäjälle ääniviestinä. Moni vaikeasti näkörajoitteinen käyttää ruudunsuurennusohjelmaa, joka suurentaa näytöllä olevan sisällön ja tekee siitä helpommin havaittavan. Tekstin kokoa sekä tekstin ja taustan välistä tummuuskontrastia voi myös säätää. Joidenkin on helpompi lukea tekstiä, kun he muuttavat näytön värit käänteisiksi.

Ymmärtämistä ja tiedon saavutettavuutta helpottaa selkokieli, jossa kielen rakenteita, lauseita ja puhetta muutetaan yksinkertaisemmiksi ja helpommin ymmärrettäviksi. Selkokieltä voi mitata Selkokeskuksen ja Kehitysvammaliiton kehittämällä Selkomittarilla²⁶. Selkokeskus on tehnyt kattavan ohjeistuksen myös selkovideoiden tekemiseen.

Kuvallisen viestinnän saavutettavuutta voi parantaa kuvailutulkauksella, alt-teksteillä ja tekstityksillä. Kuvailutulkauksessa (engl. audio description) visuaalista tietoa tulkitaan puheen muotoon. Tällöin näkövammaisille asiakkaille kuvailaan ääneen, mitä kuvassa tai videossa tapahtuu tai mitä se esittää. Sen avulla esimerkiksi videolla olevan luontokohteen kauneutta avataan sanallisesti, jolloin kohteen elämyksellisyydestä saa paremman käsityksen. Kuvailutulkaamista

ei käytetä pelkästään digitaalisissa ympäristöissä, vaan sitä voidaan tarjota esimerkiksi taidenäyttelyssä vieraileville.

Alt-teksti (vaihtoehtoinen teksti, vaihtoehtoinen kuvaus tai tekstivastine, engl. alt tex tai alternative text) tarkoittaa digitaalisessa ympäristössä olevaan kuvaan liitettyä tekstiä, joka kertoo kuvan sisällöstä ruudunlukulaitetta käyttävälle ihmiselle. Se ei ole sama asia kuin kuvateksti (engl. caption), joka näkyy kaikille käyttäjille yleensä kuvan alla tai vieressä.

Ruudunlukuohjelma lukee sekä kuvatekstin että alt-tekstin, ja siksi alt-tekstissä ei kannata toistaa kuvatekstin sanoja, vaan kertoa itse kuvasta. Kuvan olennaisen sisällön voi kertoa perusteellisesti yhdelläkin virkkeellä. Alt-tekstin voi lisätä verkkosivuilla olevien kuvien lisäksi esimerkiksi Facebookissa, Instagramissa ja Twitterissä oleviin kuviin (Näkövammaisten liitto ry 2019b; 2019c; 2019d). Alt-tekstit tehostavat myös hakukonenäkyvyyttä ja näin ollen niiden käyttäminen edistää myös yrityksen muita markkinoinnillisia tavoitteita.

ESIMERKKI ALT-TEKSTISTÄ INSTAGRAM-PALVELUSSA

Peruuta	Vaihtoehtoinen teksti	Valmis
	Kuvassa vaaleansinisen puhekuplan sisällä teksti #SanoitaSome ja auennut munalukko	

Näkövammaisten liiton alt-tekstejä käsittelevissä videoissa²⁷ näytetään, miten alt-tekstejä voi lisätä sisältöön eri somekanavilla. Samalla videoista saa paremman käsityksen siitä, miten alt-tekstit käytännössä toimivat. Tämä kuva on esimerkki siitä, miten kuvia kannattaa kuvailla: sanoittamalla kuvan konkreettisia, visuaalisia elementtejä sekä kirjoittamalla kuvassa mahdollisesti esiintyvät tekstit auki.

²⁶ Selkokeskus, [Selkomittari](#).

²⁷ Näkövammaisten liitto, Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=NiPIQeW3qII> (0:55)

Tekstitys (engl. closed captioning, CC) on oleellista ennen kaikkea henkilöille, joilla on kuulemisen rajoite, mutta siitä on hyötyä muillekin ihmisille. Puheen lisäksi tekstitykseen tulee sisällyttää myös sellaiset äänet, jotka ovat tilanteen kannalta tärkeitä tai jotka eivät näy tapahtumahetkellä kuvassa. Jos videolla esimerkiksi kuvataan luontokohdetta, jonka taustäännet ovat oleellisia elämyksellisyyden kannalta, tulisi ne lisätä kirjallisena tekstitykseen (esim. [kosken kohinaa ja kivien kuminaa veden virtauksen vaikutuksesta]). Tekstityksen on oltava informatiivista, tunnelmaa luovaa ja selkeää. Myös äänitteen, esimerkiksi podcastin, sisältö on hyvä tarjota tekstimuodossa, jonka voi julkaista omalla sivullaan. Se on parempi ratkaisu kuin tekstiversion julkaiseminen pdf-tiedostonä. Äänitteen tekstiversion tulisi löytyä helposti äänitiedoston yhteydestä.

3 VINKKIÄ ESTEETTÖMÄN MATKAILUN MARKKINOINTIViestintään

1. Markkinoi elämyksiä, älä esteettömyyttä
2. Kokoa esteettömyystiedot etusivulle yhden otsikon alle
3. Tee digitaalisista palveluista saavutettavat

Kehitysvammaliitto on koonnut kattavan listan vinkkejä verkkopalvelujen saavutettavuuden kehittämiseksi.²⁸ Vinkkilistan avulla on helppo päästä askel eteenpäin:

- Käytä selkeää ja riittävän suurta fonttia. Tyypillisesti päätteettömät (sans-serif-tyyliset) fontit ovat helpoimmin luettavia.
- Varmista, että tekstin ja taustan välinen tummuuskontrasti on riittävä. Älä esimerkiksi käytä harmaata tekstiä harmaalla pohjalla.
- Käytä selkeää ja ymmärrettävää kieltä. Pidä tekstirakenne yksinkertaisena. Älä kirjoita pitkiä virkkeitä ja kappa-leita.
- Julkaise kaikki sisältö verkkosivuilla HTML-muodossa. Älä julkaise sisältöjä ainoastaan ladattavina tiedostoina.
- Käytä tekstin muotoilujen ja värien yhdistelmiä välittämään merkitystä (esimerkiksi linkkiteksti). Älä käytä esimerkiksi pelkkää väriä välittämään merkitystä.
- Lisää kuviin ja videoihin tekstivastine tai jokin muu vaihtoehtoinen esitystapa. Älä käytä pelkkiä kuvia ja videoita välittämään tietoa, ellei kuvissa ole tekstivastineita tai videoissa kuvailutulkkauksia.
- Käytä oikeaoppista HTML-kieltä, josta ilmenee elementtien semanttinen merkitys (esimerkiksi muotoiluja <H1>, <button>, <nav>, <main> jne.). Älä siis muotoile esimerkiksi otsikkoja vain muuttamalla tekstin kokoa.
- Varmista, että sivun rakenne on selkeä ja looginen. Sisällön järjestys HTML-lähdekoodissa tulee olla sama kuin visuaalinen esitystapa.
- Varmista, että sivustoa on mahdollista käyttää pelkällä näppäimistöllä ilman hiirtä. Kaikkia sivuston toimintoja pitää voida käyttää vain näppäimistöllä.
- Nimeä linkit ja otsikot selkeästi ja ymmärrettävästi. Varmista, että linkin nimestä käy ilmi, minne se johtaa. Vältä "Paina tästä" tai "Lue lisää" -tyylisiä linkkejä.

²⁸ Papunet: [Saavutettavuus, Ohjeita ja oppaita](#)

Miten toteutan saavutettavan verkkopalvelun?

1. OTA SAAVUTETTAVUUS HUOMIOON JO SUUNNITTELUVAIHEESSA

Suunnitteluvaiheessa pitää varata sekä rahaa että aikaa saavutettavuuden suunnitteluun ja saavutettavuuden arviointiin. Verkossa on runsaasti ohjeita, ohjevideoita ja koulutusta digitaalisesta saavutettavuudesta, ja niitä luetellaan myös tässä oppaassa. Lisäksi Facebookissa on Verkkopalvelujen saavutettavuus -ryhmä, josta voi kysyä neuvoa.

2. LISÄÄ SAAVUTETTAVUUSVAATIMUKSET TARJOUSPYYNTÖÖN

Kun kilpailutat verkkosivujen teknistä toteutusta ja graafista suunnittelua, lisää vaatimuksiin maininta, että sivuston teknisen saavutettavuuden on noudatettava vähintään WCAG 2.1 -ohjeen tasoja A ja AA. Voit lisätä tarjouspyyntöön valmiiksi helppokäyttöisyyden vaatimuksia (katso esimerkiksi [Papunetin ohje](#) verkkosivujen helppokäyttöisyydestä). Kirjaa vaatimukset palveluntarjoajan kanssa tehtävään sopimukseen, jotta voit tarvittaessa vedota niihin.

3. TESTAUTA JA KERÄÄ PALAUTETTA

Arviointia ja testausta voi tehdä jo luonnosversioihin, eikä sitä pidä jättää vasta viimeiseksi vaiheeksi juuri

ennen julkaisua. Saavutettavuuden arvioinnin tekee asiantuntija, joka käy läpi, miten WCAG 2.1 -kriteerit toteutuvat sivustolla. Voit tehdä myös käyttäjätestauksia yhdessä kokemusasiantuntijoiden kanssa, mutta ne eivät korvaa asiantuntijan arviointia. Ohjeita testauksen järjestämiseen on esimerkiksi Yleisten kirjastojen saavutettavuussuosituksessa (Suomen Kuntaliitto 2017, luku 9.3.2 Käytettävyytestaus). Mieti, miten keräät jatkossa palautetta sivuston käyttäjiltä, ja kehitä sivustoasi saadun palautteen mukaan.

4. HUOLEHDI SAAVUTETTAVUUDESTA VALMIIN SIVUSTON YLLÄPIDOSSA

Aina kun sivulle lisätään sisältöä tai niitä päivitetään, pitää muistaa saavutettavuus. Sivustoa päivittävien henkilöiden pitää osata tehdä päivitykset niin, että saavutettavuutta ylläpidetään koko ajan. Jos ulkopuolinen tekninen toteuttaja tai mainostoimisto tekee esimerkiksi hakukoneoptimointia tai päivityksiä, pitää huolehtia, että hekin tekevät ne saavutettavuuden periaatteiden mukaisesti.²⁹

²⁹ Aluehallintovirasto: [Saavutettavuusvaatimukset](#)



Kuva: AdobeStock

9. Lopuksi



Kuva: Jussi Hellstén ja Helsinki Partners

Tässä oppaassa käsiteltiin moninaisuutta ja inklusiivisuutta eri vammaryhmien, eri uskontojen, kulttuurien ja sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen näkökulmasta. Oppaassa pyrittiin kattamaan asiakkaan polku, joka käsittää tiedon saavutettavuuden, kohteeseen matkustamisen ja siellä liikkumisen, palvelujen käyttämisen, elämysten kokemisen ja myöhemmän jakamisen. Oppaassa on runsaasti vinkkejä, linkejä lisätietoon ja kattava lähdeluettelo. Käytännönläheisessä oppaassa pyritään käsittelemään keskeisimmät asiat, ja lisätiedolle on varmasti tarvetta.

Inklusio on kestävän liiketoiminnan kilpailuetu

Inklusio on liiketoimintakriittinen tekijä matkailualalla, sillä se parantaa yritysten kilpailukykyä ja houkuttelevuutta. Erilaisten asiakasryhmien huomioiminen ja heidän tarpeidensa täyttäminen voivat johtaa merkittäviin liiketoiminnallisiin hyötyihin, kuten asiakasmäärien kasvuun ja asiakastyytyväisyyden parantumiseen. Inklusiivisuus ei ole vain trendi vaan olennainen osa kestävää ja menestyvää liiketoimintastrategiaa, joka hyödyttää kaikkia osapuolia. Kun matkailijat eri taustoista kokevat itsensä tervetulleiksi, he ovat todennäköisemmin valmiita palaamaan ja suosittelemaan kohdetta muille. Inklusion vahvistaminen voi parhaimmassa tapauksessa parantaa Suomen maakuva ja kohteiden houkuttelevuutta – jos siitä osataan viestiä oikein.

Tästä syystä inklusion, turvallisuuden ja esteettömyyden teemoista ja niiden merkityksestä tulisi viestiä avoimesti ja johdonmukaisesti. Toteuttamalla inklusiivisuutta omassa toiminnassaan yritykset ja destinaatiot näkyvät entistä paremmin myös yhteismarkkinoinnissa.

Inklusiivisuuden toteuttaminen on matka

Vain yhdessä voimme rakentaa matkailualan, jossa kaikki voivat työskennellä ja kokea matkailuelämyksiä taustastaan riippumatta. Tämä on missio, jonka taakse toivomme kaikkien matkailuyritysten asettuvan, jotta voimme vahvistaa yksittäisten yritysten, matkailukohteiden sekä Suomen kansainvälistä kilpailukykyä.

Toivomme, että tämä Inklusiivisen matkailun opas antoi sinulle ajattelemisen aihetta. Otamme mielellämme vastaan kysymyksiä ja ajatuksia näistä aiheista. Olemme itsekin oppimispolulla, joten jakamistasi havainnoista voi olla paljonkin hyötyä yhteisessä työssämme. Nyt on aika laittaa nämä konseptit käytäntöön ja vahvistaa inklusiota omassa työympäristössä.

Hyvää matkaa!



Kuva: Finavia

HYÖDYLLISIÄ OPPAITA JA LISÄTIETOA

Oppaita ja ohjeita vamma-ryhmistä ja saavutettavuudesta

Opas esteettömien ja saavutettavien luontomatkailupalvelujen suunnitteluun (pdf) (LAB-ammattikorkeakoulu 2020)

Saavutettavien verkkosivustojen tekemiseen ja arviointiin yleisimmin käytetty ohjeistus, Verkkosisällön saavutettavuusohjeet (W3C 2019)

Englanninkielinen, kuvallinen esitys siitä, miten eri vamma-ryhmiä voi ottaa huomioon suunnittelussa (Pun 2016)

Yleisradion ohjeita tekstitysten tekemiseen (videojulkaisu) (Celia Kirjasto 2020)

Saavutettavuuden tarkistuslistoja ja pikaoppaita

Autismiliiton tarkistuslista, jonka avulla voit tarkistaa tilojen esteettömyyden aistien näkökulmasta (pdf) (SAMK, Autismi- ja Aspergerliitto ry & Suomen Erityisherätykät ry 2014)

Lyhyt tarkistuslista viestinnän saavutettavuudesta (pdf) (Kulttuuria kaikille 2012) https://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/tietopaketti_oppaat/Viestintaa_kaikille_Saavutettavan_viestinnan_opas_kulttuuritoimijoille.pdf

Näkövammaisten liiton tarkistuslista verkkosivujen tekijöille (Näkövammaisten liitto ry n. d.) <https://www.nakovammaisten-liitto.fi/fi/verkkosivujen-saavutettavuus>

Papunetin pikaopas sisällöntuottajille (Papunet 1 n. d.) <https://papunet.net/saavutettavuus/ohjeita-ja-oppaita/pikaoppaita-saavutettavuuteen/pikaopas-sisallontuottajille/>

Selkomittari, jonka avulla voi tarkastella, toteutuuko selkokieli-syys teksteissä (pdf) (Selkokeskus & Kehitysvamma liitto 2018) <https://www.kehitysvammaliitto.fi/uudistettu-selkokielen-mittari-on-julkaistu/>

Näkövammaisten liiton YouTube-kanavalla on lyhyitä video-ohjeita sekä somekuvien kuvailemiseen että alt-tekstien tekemiseen Facebookissa, Instagramissa ja Twitterissä (Näkövammaisten liitto ry 2019a; 2019b; 2019c; 2019d).

Oppaita ja ohjeita seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen huomioimiseen

Tilaa moninaisuudelle! Opas seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen yhdenvertaisuuden edistämiseen (pdf) (Karvinen & Venesmäki 2019) <https://valtioneuvosto.fi/-/1410853/tilaa-moninaisuudelle-oppaasta-apura-seksuaali-ja-sukupuolivahemistojen-yhdenvertaisuuden-edistamiseen>

THL:n ohjeita sukupuolittietoiseen kieleen ja kuvaviestintään (THL 1 n. d.) <https://thl.fi/aiheet/sukupuolten-tasa-arvo/tasa-arvon-edistaminen/sukupuolittietoinen-viestinta>

Käytännön vinkkejä palveluntarjoajille LGBTQ+-asiakkaiden huomioimisesta (pdf) (Leppänen et al. 2019)

Seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen palvelujen kehittämissuosituksia kulttuuritarjonnan näkökulmasta (pdf) (Lahtinen & Paqvalén 2014, 9–11)

Oppaita ja ohjeita eri uskonnoista

Umma-hanke (islam) <https://umma.fi/ammattilaiset/tietoa-ja-materiaaleja/>

Katse islamiin – opas matkailuyrityksille Suomessa (Ahlström 2018)

Helsingin juutalainen seurakunta <https://jchelsinki.fi/juutalaisuus/>

Muita oppaita ja ohjeistuksia:

THL: Sukupuolittietoinen viestintä

Neuromoninaiset: <https://www.neuromoninaiset.fi/sanasto>

Liitot ja yhdistykset

Kuurojen liitto <https://kuurojenliitto.fi/>

Kehitysvammaliitto <https://www.kehitysvammaliitto.fi/>

Invalidiliitto <https://www.invalidiliitto.fi/>

Autismiliitto <https://www.autismiliitto.fi/>

Näkövammaisten liitto <https://www.nkl.fi/fi/>

SETA <https://seta.fi/>

Esimerkkejä matkatoimistoista ja matkanjärjestäjistä

Maailmalla toimii runsaasti eri kohderyhmiin erikoistuneita matkatoimistoja, OTA-kanavia ja verkkosivustoja. Tässä on lueteltu muutama esimerkki.

Vammaiset kohderyhmänä

Hammer Travel <https://hammertravel.org/>

Accessible Holiday Escapes
<https://accessibleholidayescapes.co.uk/>

Disabled Accessible Travel
<https://disabledaccessibletravel.com/>

Sage Traveling <https://www.sagetraveling.com/>

LGBTQ+-yhteisö kohderyhmänä

IGLTA <https://www.iglta.org/>

Olivia <https://www.olivia.com/>

Out Adventures <https://www.outadventures.com/>

RainBowTravel <https://www.rainbowtravel.at/>

Erilaiset uskonnolliset teemat

Collette Tours <https://www.gocollette.com/en>

Pilgrim Tours <https://www.pilgrimtours.com/>

Toivomatkat <http://www.toivomatkat.fi/>

Halaltrip www.halaltrip.com

Tripfez <https://www.tripfez.com/>

Halalbooking www.halalbooking.com

Sociable Earth <https://sociableearth.com/about/>

Have Halal, Will Travel www.havehalalwilltravel.com

SOSIAALISEN VASTUULLISUUDEN JA INKLUSIIVISEN MATKAILUN SERTIFIKAATIT

SOSIAALISEN VASTUULLISUUDEN SERTIFIKAATIT

Green Globe

Green globe Green Globe tarjoaa matkailuyrityksille toimialalle räätälöidyn viitekehyksen kestävyden arviointiin perustuen neljään alueeseen: vastuullisuuden johtaminen, sosiaalinen/ taloudellinen vastuu, kulttuuriperintö ja ympäristö. Standardi koostuu 44 kriteeristä ja yli 380 indikaattorista. Sovellettavat kestävyyskriteerit ja indikaattorit vaihtelevat alueen, liiketoimintasegmentin ja sijainnin mukaan. Green Globe on Yhdistyneiden Kansakuntien Maailman matkailujärjestön (UNWTO) jäsen, ja vuosittain päivitettävä Green Globe Standard on Global Sustainable Tourism Councilin (GSTC) tunnustama. Lisätietoja [täällä](#).

Travelife for Accommodation

Travelife for Accommodation on kansainvälisesti tunnettu, majoitusyrityksille suunnattu kestävä kehityksen ohjelma. Sertifioituja kohteita on noin 900 ympäri maailmaa. Osallistujat käyttävät verkkopakettia, joka sisältää käytännön työkaluja ja

neuvoja. Niiden avulla yrityksissä voidaan parantaa toiminnan ympäristö-, taloudellisia ja sosiaalisten vaikutuksia. Travelife-sertifikaatin vaatimukset ovat kokonaisvaltaiset, kattaen ympäristöasioiden hallinnan, reilun työvoiman, ihmisoikeudet, yhteisön tukemisen, lasten turvaamisen ja eläinten hyvinvoinnin. Travelife Standard on GSTC:n tunnustama. Lisätietoja [täällä](#).

Lisää laajempia ja muita kuin erityisesti sosiaalista vastuullisuutta painottavia sertifikaatteja löytyy Visit Finlandin Sertifioinnit ja ohjelmat -sivustolta [täältä](#).

Monimuotoisuuslupaus -merkki rekrytinnissa

Monimuotoisuuslupaus on tapa ilmaista työnhakijoille Duunitorin alustalla, että organisaatio arvostaa henkilöstön monimuotoisuutta ja kannustaa ihmisiä erilaisista taustoista hakemaan avoimeen työtehtävään. Työnantaja voi lisätä monimuotoisuuslupauksen työpaikkailmoituksiinsa Duunitorilla. Lisätietoja [täältä](#).

LGBTQ+ MERKIT JA SERTIFIKAATIT

Gay Travel Finland

Sivusto kokoaa yhteen kohteet, yritykset, palvelut ja kohteet, jotka pyrkivät olemaan turvallisempia sateenkaarimatkailejoille. Sivustolla on myös Gay Travel Finland -kartta, jolle palvelut on koottu. Lisätietoja [täällä](#).

Gay Travel Finland ylläpitää myös We Speak Gay yhteisöä, jonka tavoitteena on lisätä sateenkaariviestintää ja luoda Suomesta entistä turvallisempi ja inklusiivisempi yhteiskunta sateenkaari-ihmisille, sekä täällä asuville että täällä vieraileville. Lisätietoja [täällä](#).

Setan sateenkaarisertifiointi (seniorikohderyhmille)

Setan seniorityö on kehittänyt Suomeen soveltuvan sateenkaarisertifiointin, joka edistää sukupuoli- ja/tai seksuaalivähemmistöihin kuuluvien ikäihmisten eli sateenkaarisenioreiden yhdenvertaisuutta ja tasa-arvoa esimerkiksi sosiaali- ja terveysalan palveluissa. Malli on saanut inspiraationsa Hollannin The Pink Passkey- ja Ruotsin Hbtq-sertifikaateista. Lisätietoja [täällä](#).

HALAL-YSTÄVÄLLISET SERTIFIKAATIT

CrescentRating on maailman johtava halal-ystävällisten matkojen asiantuntija. Lisätietoja [täällä](#).

Nordic Halal -sertifiointi

Nordic Halal Certification Services'in pääkonttori sijaitsee Norjassa, ja se on osa Norjan islamilaisen neuvoston (IRN) kattojärjestöä. IRN perustettiin vuonna 1993, ja jo tuolloin se aloitti työnsä antaakseen muslimiväestölle turvaa kodeissaan tarjoiltavista elintarvikkeista. Lisätietoja [täällä](#).

Scandinavian Halal Certification AB

Skandinavian ensimmäinen halal-sertifiointielin, joka on perustettu vuonna 2012. Ovat erikoistuneet myöntämään päteviä halal-sertifikaatteja erilaisille tuotteille, kuten lihalle, elintarvikkeille, lääkkeille, makeisille, maitotuotteille, juomille ja muille tuotteille. Lisäksi tarjoavat halal-sertifiointia erilaisille toimijoille, kuten ravintoloille, hotelleille ja teurastamoille. Lisätietoja [täällä](#).

KOSHER-SERTIFIINTI

Kosher-sertifiointi, jonka myöntää Suomen päärabbiinaatti.

Kosher-sertifikaatti on rabiiniviraston antama kosher-hyväksyntä, joka vahvistaa, että he ovat tarkastaneet tuotteiden ainesosat, tuotantolaitoksen ja todellisen tuotannon varmistaakseen, että kaikissa ainesosissa, johdannaisissa, työkaluissa ja koneissa ei ole jälkeäkään ei-kosher-aineista. Kosher Certified -symboli vakuuttaa kuluttajille, että sekä varsinainen tuote että sen tuotanto noudattavat kaikkia Kosher-lain vaatimuksia. Lisätietoja [täältä](#).

TERMIT TUTUIKSI

DEI-SANASTOA

DEI-lyhenne tulee englanninkielisistä sanoista Diversity, Equity ja Inclusion, jotka kääntyvät suomeksi käsitteiksi monimuotoisuus, yhdenvertaisuus ja inklusio.

Monimuotoisuus tarkoittaa yksinkertaisimmillaan eroavaisuuksia ja eroavaisuuksien yhdistelmiä ihmisten välillä ja ihmisissä – tässä tapauksessa matkailijoiden ja työyhteisöjen keskuudessa. Monimuotoisuus voidaan jakaa kolmeen pääkategoriaan: demografiseen, ajattelun sekä kokemusten monimuotoisuuteen.

Demografiseen monimuotoisuuteen, johon kuuluvat muun muassa ikä, etninen tausta, sukupuoli, uskonto, seksuaalinen suuntautuminen, vammaisuus, kansallisuus tai perhetilanne. Ajattelun monimuotoisuus viittaa eroavaisuuksiin ajattelumalleissamme, ongelmanratkaisutyylyissämme, tavoissamme prosessoida tietoa sekä yksilöllisissä ideoissamme ja perspektiiv-

veissämme. Se sisältää myös neuromoninaisuuden. Kokemuksellinen monimuotoisuus sisältää esimerkiksi sosioekonomisen ja koulutuksellisen taustan, aikaisemman työhistorian, elämäkokemukset sekä harrastukset.

Yhdenvertaisuudella tarkoitetaan oikeudenmukaisen kohtelun ja yhtäläisten mahdollisuuksien varmistamista kaikille. Se edellyttää niiden esteiden tunnistamista ja purkamista, jotka saattavat asettaa ihmisiä eriarvoisiin tilanteisiin työelämässä ja yhteiskunnassa. Yhdenvertaisuus on prosessi, jolla mahdollistetaan tasavertaiset lopputulokset.

Yhdenvertaisessa matkailussa pyritään siihen, että matkailijoita ja matkailijayritysten työntekijöitä ei syrjitä esimerkiksi iän, etnisyyden, kansalaisuuden, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, poliittisen toiminnan, ammattiyhdistystoiminnan, perhesuhteiden, terveydentilan, vammaisuuden, seksuaalisen suuntautumisen tai muun henkilöön liittyvän syyn perusteella.

Inklusio viittaa aktiiviseen ja tietoiseen toimintaan, jonka tavoitteena on ihmisten parempi huomioiminen, osallistaminen ja mukaan ottaminen organisaatioissa. Inklusion avulla pyritään rakentamaan tiloja ja ympäristöjä, joihin jokainen kokee olevansa tervetullut taustastaan riippumatta.

Inklusiivinen matkailu viittaa jatkuvaan pyrkimykseen kehittää matkailupalveluja, -kohteita ja -tuotteita niin, että kaikilla matkailijoilla taustasta riippumatta on yhtäläiset mahdollisuudet nauttia matkailusta ja sen tuomista elämyksistä. Inklusiivisen matkailun päämääränä on estää tietoista tai tiedostamatonta eriarvoistavaa kohtelua ja syrjintää ja sen sijaan tarjota huomioiduksi tuleminen kokemusta yhä monimuotoisemmille matkailijakunnille.

Stereotypiat ovat yleistettyjä ja yksinkertaistettuja käsityksiä tai uskomuksia ihmisryhmistä, jotka niputtavat ihmiset yhteen, olettaen heidän jakavan samat piirteet ja sivuuttaen yksilölliset erot. Stereotypiat voivat olla joko negatiivisia tai positiivisia. Olipa stereotypia myönteinen tai kielteinen, henkilö nähdään yksipuolisesti, minkä takia hän jää vaille yhdenvertaista kohtelua.

Inklusiivisen matkailun, asiakaspalvelun ja markkinoinnin tavoitteena on välttää stereotyyppien vahvistamista.

Tiedostamattomat ennako-oletukset ja ajatusvinoumat viittaavat syvällä oleviin sisäistettyihin ennakkoluuloihin, oletuksiin ja stereotyyppioihin, jotka ohjaavat toimintaa tietoisesti ajattelun ulkopuolella. Tiedostamattomat ennako-oletuksia ja ajatusvinoumia on hankalia tunnistaa ilman tietoista pyrkimystä ja ne voivat vaikuttaa toimintaamme ja käyttäytymiseemme ilman, että itse huomaamme sitä.

Tiedostamattomiin ennako-oletuksiin ja ajattelun vinoumiin ei yleensä liity pahantahtoisuuden aikeita, koska henkilö voi itse olla tietämätön vinoumistaan sekä niiden vaikutuksista toimintaansa ja asenteisiinsa. Ne voivat myös olla täysin omien tietoisien uskomusiemme ja arvojemme vastaisia, mikä tekee niiden olemassaolon myöntämisestä ja niiden työstämisestä vieläkin kivuliaampaa.

Inklusiivinen viestintä ja markkinointi viittaa viestintätapaan, joka tietoisesti pyrkii välttämään oletuksien tekemistä, ennakkoluuloja ja stereotyyppioita liittyen henkilön ominaisuuksiin, kuten ikään, sukupuoleen, etnisyyteen, uskoon, kulttuuri-taustaan, vammaisuuteen, seksuaaliseen suuntautumiseen tai muihin piirteisiin.

Esteettömydessä on kysymys kaikkien ihmisten yhdenvertaisesta huomioimisesta fyysisessä ympäristössä, kuten rakennetun ympäristön suunnittelussa ja toteuttamisessa. Esteettömät rakennukset ja rakenteet avaavat palvelut entistä laajemmille asiakasryhmille, kuten vammaisille henkilöille, lapsiperheille ja vaikkapa rollaattoria käyttäville.

Saavutettavuudella viitataan usein digitaalisiin ympäristöihin, mutta se koskee myös tietoa, ja palveluja. Saavutettavuus tarkoittaa digitaalisten palvelujen esteettömyyttä, toisin sanoen esteetöntä pääsyä palveluihin. Siinä huomioidaan, että kaikki voivat esimerkiksi käyttää verkkosivuja ja ymmärtää niiden sisällön yhdenvertaisesti. Verkkosivujen saavutettavuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat sisällön selkeys, visuaalinen ilme, tekninen toteutus sekä käytettävyys.

Kattavampi DEI-teemoihin liittyvä sanasto löytyy muun muassa Yhdenvertaisuusvaltuutetulta ([Antirasismisanasto](#)).

VAMMAISUUDEN JA NEUROMONINAISSUUDEN SANASTOA

Toimintakyky tarkoittaa henkilön omia fyysisiä, psyykkisiä ja sosiaalisia edellytyksiä, joiden avulla hän selviytyy jokapäiväisistä ja itselleen merkityksellisistä toiminnoista osallistumisympäristössään.

Liikuntarajoitteisella henkilöllä on jonkinasteinen vamma, joka estää häntä liikkumasta ilman apua tai apuvälineitä.

Näkövammaisella henkilöllä on näkökyvyn alenemisen seurauksena vaikeuksia selvitä päivittäisestä elämästä vaivatta. Näkövammaisia henkilöitä ovat sekä sokeat että heikkonäköiset.

Näkövammaiseksi ei luokitella ihmistä, jonka näkökyky pystytään korjaamaan laseilla normaaliksi tai jonka toisessa silmässä on normaali näkö.

Sokeana pidetään henkilöä, joka ei pysty liikkumaan näkönsä turvin tuntemattomassa paikassa. Täydellinen sokeus on kuitenkin harvinaista; sokeat voivat nähdä valoa ja jopa hahmoja.

Heikkonäköiset ihmiset voivat nähdä eri tavoin. He eivät esimerkiksi välttämättä näe lukea, mutta pystyvät liikkumaan ilman apuvälineitä tai valkoista keppiä, tai he kykenevät jäljellä olevan tarkkan näön avulla lukemaan, mutta eivät näe ympäristöään.

Kuulovammaisella henkilöllä on jonkinasteinen tai -laatuinen kuulonalenema lievästä huonokuuloisuudesta täydelliseen kuurouteen.

Huonokuuloisella henkilöllä kuulovamma on osittainen: hän kuulee puhetta ja pystyy kommunikoimaan, mutta tarvitsee tuekseen kuulokojeen ja huulilukua eli huulilialukua.

Kuuroutunut on henkilö, joka on myöhemmällä iällä, puheen oppimisen jälkeen, menettänyt kokonaan kuulonsa. Kuuroutunut kommunikoi useimmiten puheella ja käyttää apunaan tukimenetelmiä, kuten kirjoitustulkausta tai viitottua puhetta, jossa viitotut sanat voi lukea myös viittojan huulilta. Kuuroutunut ei saa selvää puheesta edes kuulokojeen avulla.

Kuuro on joko syntymästään tai varhaislapsuudessaan menettänyt kuulonsa. Kuuro ei saa puheesta selvää edes kuulokojeen avulla, ja kommunikoi pääasiassa viittomakielellä. Viittomakieli on kuuroille ensikieli, mutta myös muut kuulorajoitteiset henkilöt käyttävät sitä apunaan.

Kehitysvammaisella henkilöllä on vaikeuksia oppimisessa ja ymmärtämisessä, ja hän tarvitsee tavallista enemmän aikaa uusien asioiden parissa. Kehitysvammaisuudelle on monia syitä, kuten synnytyshetken hapenpuutetila, lapsuusajan vakavat sairaudet, ja äidin raskaudenajan runsas päihteiden käyttö.

Neuromoninaisuus tai neurodiversiteetti kuvaa ihmisaivojen monia tapoja käsitellä tietoa (vrt. biodiversiteetti). Neuromoninaisuus on kattoterminä, jonka alle kuuluvat kaikki neuromoninaisuuden muodot kuten ADHD, autismin kirjo, oppimisvaikeudet tai persoonallisuushäiriöt.

Ableismi on epäsuoraa eli välillistä toimintakykyyn perustuvaa syrjintää, joka ylläpitää ns. "pystyvyyssnormia". Ableismia on terveyttä ja vammattomuutta olettavat ja vaativat rakenteet, ympäristöt, normit ja kieli, jotka syrjivät sairaita, vammaisia tai muuten toimintakyvyltään rajoittuneita ihmisiä.

LGBTQ+-SANASTOA

Kattavampia LGBTQ+-sanastoja on esimerkiksi [Setan](#), [Helsinki Priden sivuilla](#) sekä [THL:n tasa-arvosanastossa](#).

Sukupuolen moninaisuudella tarkoitetaan, että sukupuolella on useampia ilmenemismuotoja kuin kaksijakoisessa mies–nainen-sukupuolijaottelussa.

Seksuaalivähemmistöön kuuluvat ihmiset, joiden seksuaalinen suuntautuminen on muuta kuin hetero, kuten homot, lesbot ja biseksuaalit.

Sukupuolivähemmistöä ovat transihmiset, sukupuolettomat ja intersukupuoliset ihmiset.

Homo eli homoseksuaalinen ihminen tuntee vetoa samaa sukupuolta olevia kohtaan. Sanaa käytetään myös mieheksi identifioidusta henkilöstä, joka tuntee vetoa miehiä kohtaan. **Lesbo** on nainen, joka tuntee vetoa naisia kohtaan.

Biseksuaali eli biseksuaalinen ihminen tuntee vetoa sekä omaa että eri sukupuolta olevia kohtaan.

Transihminen kattaa yleiskäsitteenä kaikki, joiden sukupuoli-identiteetti tai sukupuolen ilmaisu eroaa siitä sukupuolesta, johon heidät syntymähetkellään määritettiin. Transihmisiä ovat muun muassa muunsukupuoliset ja transsukupuoliset. **Transmies** on mies, joka on syntymähetkellään määritetty tytöksi, mutta on sukupuoli-identiteetiltään mies. **Transnainen** on taasen nainen, joka on syntymähetkellään määritetty pojaksi, mutta on sukupuoli-identiteetiltään nainen. Sana transseksuaali on vanha käsite, joka on tänä päivänä loukkaava.

Intersukupuolisuudella tarkoitetaan sitä, etteivät henkilön erilaiset kehon piirteet, kuten kromosomit, sukuelimet tai hormonitoiminta ole yksiselitteisesti naisille tai miehille tyypillisiä.

Muunsukupuolinen ihminen kokee sukupuoli-identiteettinsä monella tapaa. Hän voi olla sekä mies että nainen, jotakin näiden kahden väliltä tai täysin tämän kahtiajaon ulkopuolella.

Sateenkaariperhe on perhe, jossa yksi tai useampi vanhemmista kuuluu seksuaali- ja/tai sukupuolivähemmistöön ja perheessä on lapsia tai perheeseen odotetaan lapsia. Sateenkaariperheillä on monia muotoja, kuten apilaperhe, jossa kaksi eri perheyksikköä ovat synnyttäneet yhteisiä lapsia.

Sukupuolineutraalius on ajattelutapa, jossa sukupuolta ei oteta huomioon esimerkiksi esineiden, tilojen tai kielen yhteydessä.

USKONTOIHIN LIITTYVÄÄ SANASTOA

Islam on yksijumalainen kirjauskonto, joka on peräisin Lähi-idän alueelta. Se on maailman toiseksi suurin uskonto.

Muslimi on henkilö, joka on islaminuskoinen.

Halal-sanalla kuvataan kaikkea, joka on islamin lakien (eli **šarian**) mukaisesti sallittua ja luvallista. Halal on yleensä yhteydessä ruokaan, ruoan lähteisiin sekä sen valmistustapoihin, mutta halal koskee myös tekoja ja toimia. Halalin vastakohta on haram, 'kielletty'.

Muslimit rukoilevat aina Mekan kaupunkia kohti, eli heillä on rukoussuunta. Tätä rukoussuuntaa kutsutaan **qiblaksi**.

Hijab on hiukset ja kaulan peittävä huivi, jota musliminaiset pitävät uskonnollisista syistä. Joillakin alueilla musliminaiset pitävät myös **burkaa** tai **niqabia**. Burka peittää koko vartalon ja kasvot. Niqab on kasvot lähes kokonaan peittävä hunttu, jossa on silmille aukko.

Ramadan on islamilaisen kalenterin kuukausi, jonka aikana muslimit paastoavat niin, että ruoka, juoma ja muut nautintoaineet ovat vuorokauden valoisana aikana kiellettyjä.

Hindulaisuus nähdään monien toimesta sekä uskona että elämäntapana. Se sisältää monenlaisia uskomuksia, käytäntöjä ja perinteitä. Uskonnossa on useita ajatussuuntia, mutta ei perustajaa, hierarkkista organisaatiota tai keskitettyä hallintoa. Hindulaisuus ei ole järjestäytynyt uskonto, eikä siihen liity virallista kääntymistä tai siitä erottamista. Hindulaisuus on peräisin Intian niemimaalta, ja se on Intian valtauskonto.

Koska hindulaisuus käsittää laajan kirjon uskomuksia ja ajatussuuntia ja hindulaisuudessa on monia tapoja etsiä ja kokea uskonnollista ymmärrystä ja valaistumista, sen harjoittaminen voi näyttää erilaiselta jokaiselle yksilölle. Esimerkiksi jotkin polut sisältävät rituaaleja ja palvontaa, joogaa ja meditaatiota sekä itsetutkiskelua.

Juutalaisuus on yksi maailman vanhimmista monoteistisistä uskonnoista. Juutalaisuus on myös etninen uskonto, kulttuuri sekä tapa elää. Etninen uskonto on uskonto, joka yhdistyy johonkin kansaan tai kulttuuriin, erotuksena universaaleista uskonnoista, jotka eivät yhdisty erityisesti mihinkään etniseen ryhmään. Juutalaiset noudattavat rituaaleja ja perinteitä, kuten sapatin viettoa, ruokalakeja (kosher) ja juhlia, jotka muistuttavat historiallisista tapahtumista, kuten Pesach. Juutalaisuudessa on eri suuntauksia, jotka tulkitsevat ja harjoittavat uskontoa hieman eri tavoin.



Kuva: Harri Tarvainen

LÄHDEVIITTEET JA UPOTETUT LINKIT

1. Salesforce n. d.: The Impact of Equality and Values-Driven Business <https://www.salesforce.com/contents/impact-of-equality/> (20.11.2024)
2. CrescentRating n. d.: <https://www.crescentrating.com/>. (22.11.2024)
3. Pietiläinen, Marjut & Kirsti Pohjanpää 2019: Lakimuutokset näkyvät sateenkaariväen tilastoinnissa – samaa sukupuolta olevan kanssa avioliitossa 4 000 suomalaista. <http://tilastokeskus.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/lakimuutokset-nakyvat-sateenkaarivaen-tilastoinnissa-samaa-sukupuolta-olevan-kanssa-avioliitossa-4000-suomalaista/> (22.11.2024)
4. PwC, 2024: 2024 Voice of the Consumer Survey. <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2024-voice-of-consumer-survey.html> (20.11.2024)
5. Neuromoninaiset, 2024. Sanasto. <https://www.neuromoninaiset.fi/sanasto>. (21.11.2024)
6. Pew Research Center n. d.: The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050. <https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/> (20.11.2024)
7. Rukousajat.fi n. d. <https://www.rukousajat.fi/> (13.12.2024)
8. Opetushallitus n. d. Aksios: Juutalaisuus <https://www.oph.fi/fi/oppimateriaali/aksios/aksios-5-6/7-tutustun-muihin-uskontoihin-ja-kirkkokuntiin/juutalaisuus> (20.11.2024)
9. Helsingin juutalainen seurakunta n. d.: Juutalaisuus <https://jchelsinki.fi/juutalaisuus/>. (20.11.2024)
10. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos n. d. : käsitteet <https://thl.fi/aiheet/maahanmuutto-ja-kulttuurinen-moninaisuus/tyon-tueksi/kasitteet>. (20.11.2024)
11. Tilastokeskus, 2022: Suomen lapset - vähenevä mutta moninaistuva joukko <https://stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2022/suomen-lapset-vaheneva-mutta-moninaistuva-joukko?listing=simple> (20.11.2024)
12. Traficom n. d.: Uudet esteettömyysvaatimukset <https://www.traficom.fi/fi/traficom/esteettomyys/uudet-esteettomyysvaatimukset>. (20.11.2024)
13. Finlex, 15.3.2019/306 Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190306>. (20.11.2024)
14. Finlex, 5.2.1999/132 Maankäyttö- ja rakennuslaki. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990132>. (20.11.2024)
15. SAMK, Autismi- ja Aspergerliitto ry & Suomen Erityisherät ry 2014.
16. Invalidiliiton Esteettömyyskeskus ESKE, 2014. Luonto-ESKEH – opas kartoittajille. Pdf-tiedosto. <https://www.invalidiliitto.fi/luontoreittien-esteettomyyskartoitus> (13.12.2024)
17. Suomen Paralympiakomitea ry, 2020. Tuotekortit. <https://www.gcfinland.fi/aineistot/julkaisut/materiaalit/luonto-kaikille--tuotekortit/> (13.12.2024)
18. Aaltonen, A. & co: Yhdenvertaisuutta luontomatkailuun, LAB-ammattikorkeakoulun julkaisusarja, 2020. <https://www.visitfinland.fi/4a80bb/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/yhdenvertaisuutta-luontomatkailuun.pdf>. (20.11.2024)
19. Karvinen & Venesmäki 2019, s. 34. <https://yhdenvertaisuus.fi/documents/5232670/14323821/HLBTI-opas+viranomaisille/9175485d-682f-5b16-674e-4fe407024ade/HLBTI-opas+viranomaisille.pdf>. (20.11.2024)
20. Rukousajat.fi n. d.: <https://www.rukousajat.fi/> (13.12.2024)
21. Helsingin juutalainen seurakunta n. d.: Kosher-ruoka. <https://jchelsinki.fi/juutalaisuus/kosher-ruoka/> (20.11.2024)
22. Umma-hanke n. d.: Hyvä huomioida. <https://umma.fi/ammattilaiset/sensitiivisyys/hyva-huomioida/>. (20.11.2024)
23. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos n. d.: Sukupuolittietoinen viestintä <https://thl.fi/aiheet/sukupuolten-tasa-arvo/tasa-arvon-edistaminen/sukupuolittietoinen-viestinta#moninaisuus>. (20.11.2024)
24. Kuvailutulkkausten peruseriaatteen n. d.: Kurjenrahkan kansallispuistossa. <https://www.kuvailutulkkaus.com/luonto>. (20.11.2024)
25. Aluehallintovirasto, 2020. Saavutettavuusvaatimukset. <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/saavutettavat-digipalvelut-rakentavat-yhdenvertaista-suomea/>. (21.11.2024)
26. Selkokeskus n. d.: Selkomittari. <https://selkokeskus.fi/selkokieli/selkokielen-mittari/>. (20.11.2024)
27. Näkövammaisten liitto ry (Youtube-kanava) 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=NiPIQeW3qll> (0:55) (20.11.2024)
28. Papunet n. d.: Saavutettavuus, Ohjeita ja oppaita <https://papunet.net/saavutettavuus/ohjeita-ja-oppaita/>. (20.11.2024)
29. Aluehallintovirasto n. d.: Saavutettavuusvaatimukset.fi. Digi kuuluu kaikille. <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/>. (20.11.2024)



Kuva: Harri Tarvainen Visit Finland

