

JANNE AHTOLA

## Matkanjärjestämistoiminnan ja matkailuhyödykkeiden kehittyminen 1800-luvulla

**Fil.lis. Janne Ahtola käsittelee matkanjärjestämistoiminnan syntyä ja matkailuyritysten viime vuosisadan loppupuoliskolla kehittelemiä uusia tuotteita ja menetelmiä, jotka muodostavat yhä edelleen seuramatkailun perustan.**

■ Modernin matkailun historialliset juuret juonnetaan monesti vaunumatkailun aikakaudella 1600–1700-luvulla yleistyneestä *grand tourista*, jossa pääpaino oli sivistämisessä ja oppimisessa. Arvostetun matkailututkija *John Townerin* mukaan näyttää ilmeiseltä, että Euroopassa oli epävirallinen turismiorganisaatio jo *grand tourin* päivinä,<sup>1</sup> mutta yleensä alan tutkijat puhuvat turismista eli matkailun teollistuneesta muodosta ja turismiorganisaatioista vasta 1800-luvun puolivälistä alkaen.

Grand tour -tyyppistä matkailu kehittyi edelleen rinnan teollisen vallankumouksen kanssa. Linkkinä grand tour -matkailun ja massamatkailun välillä toimi brittiläinen raittiusseuran sihteeri Thomas Cook (1808–92). Raittiusaatteen lisäksi Thomas Cookin johtavia ajatuksia oli matkailun demokratisoiminen koskemaan yläluokan ja porvariston ohella tavallisia palkansaajia. Hänellä oli ideoita ja visioita, jotka tulivat muokkaamaan matkailua vuosikymmeniksi eteenpäin. Matkailuyritykset ja moderni seuramatkailu saivatkin alkunsa Brittein saarilla, massayhteiskunnan syntysijoilla.

Matkatoimiston perustaja Thomas Cook toi organisoidut ulkomaanmatkat laajan yleisön eli uuden brittiläisen keskiluokan ulottuville, mutta vasta hänen poikansa John Mason Cook (1834–99) kasvatti pääjohtajakaudellaan vuosina 1872–99 Cookin

matkatoimistosta suuryrityksen ja aikansa suurimman matkailuimperiumin. Se oli edelläkävijä paitsi ryhmämatkojen organisoimisessa, myös erilaisten matkailua helpottavien palveluiden kehittäjänä sekä matkailulehden kustantajana. Tästä uraauurta- neesta matkailuyrityksestä on runsaasti alkuperäislähteitäkin saatavilla.<sup>2</sup>

*Richard Butlerin* ja *Geoffrey Wallin* mukaan teknologinen muutos on ollut turismin muutoksen päätekijä. Heidän mukaansa liikennevälinetyyppien ja liikenneyhteysverkkojen kehityksellä on ollut muutoksessa ensisijainen merkitys,<sup>3</sup> mutta mitkä muut kuin teknologiset tekijät ovat vaikuttaneet matkailun muuttumiseen turismiksi?

### Thomas Cookin pioneeriytyö

Viime vuosisadan jälkimmäisellä puoliskolla oli enää niin vähän alueita tutkimatta, että tutkimusmatkailija sai antaa tilaa huvimatkailejalle. Rautatiet ja höyrylaivat avasivat maailman matkailijoille. Teollistumisen ajan edistyksen merkittävä symboli oli juna, väline jolla kuljetettiin tavaroiden ohella ihmismassoja paikasta toiseen. Teollistumisen ajan merkittävimpinä rakennuksina voidaankin teollisuuslaitosten ohella pitää rautatieasemia, uusimman ajan katedraaleja, joiden laitureilta junat ampaisivat aikataulujuensa mukaisesti eri puolille valtakuntaa. Tosin aivan rautatiekauden alussa matkustajien oli vaikeata siirtyä junaosuudelta toiselle esimerkiksi yhteensopimattomien aikataulujen tai toisistaan kaukana sijaitsevien asemien vuoksi. Yhtenäistäminen tapahtui hitaasti ja kangerrellen.<sup>4</sup>

Junamatkat mullistivat aikalaiskäsitykset ajasta, paikasta ja nopeudesta. Rautatien nopeus erotti matkailijan tilasta, jonka osa hän oli aiemmin ollut. *Wolfgang Schivel-*

1. *John Towner*, *The Grand Tour: A Rejoinder* (Annals of Tourism Research – A Social Sciences Journal (ATR), vol. 9, 3/1982), s. 484.

2. Nykyinen *The Thomas Cook Group Ltd.* ylläpitää Lontoossa arkistoa (*Thomas Cook Travel Archive*, TCA), jossa on mahdollista perehtyä yrityksen historiaan.

3. *Richard Butler* and *Geoffrey Wall*, Introduction: Themes in Research on the Evolution of Tourism (ATR, vol. 12, 3/1985), s. 288–289.

4. *Wolfgang Schivelbusch*, *Junamatkan historia*. Suom. Margit Heinämäki (Tampere 1996), s. 30.

*buschin* mukaan rautatiematkailun vaikutuksesta maisemallinen tila muuttui maantieteelliseksi tilaksi. Vaikka rautatie ei fyysisesti kaukaisia seutuja lähelle tuonutkaan, niin mentaalisesti ne tulivat todellisiksi ja etäisyydet tiedostettiin uudella tavalla.<sup>5</sup>

Rautatie demokratisoi ihmisten liikkumista Isossa-Britanniassa, vaikka alimmat yhteiskuntaluokat matkustivatkin 1840-luvulle asti katottomissa tavaravaunuissa, mutta Brittein saarilta mantereelle matkustettaessa matkojen hintataso kohosi tavallisen palkansaajan ulottumattomiin. Ja vaikka varoja ja vapaa-aikaa ulkomaanmatkaan olisi ollutkin, niin jarruttavana tekijänä olivat psykologiset seikat, sillä kielitaidottomat ja matkailuun tottumattomat henkilöt mielsivät ulkomaanmatkailun vaikeaksi ja jopa vaaralliseksi: manner-Euroopan-matkalla kun tarvittiin edestakaisen laivakuljetuksen lisäksi matkaliput esimerkiksi ranskalaisen rautatieyhtiön junia varten. Lisäksi matkailijan olisi pitänyt kyetä järjestämään itselleen majoitus, löytämään sopivat ruokailupaikat, hankkimaan pääsyliput nähtävyyksiin ja selviytymään monista muista käytännön asioista.

Thomas Cook järjesti vuodesta 1841 alkaen ekskursioitaan Brittein saarilla. Ensimmäiselle matkalle 5.7.1841 osallistuneet 570 matkustajaa saivat pian seuraajia. Raittiusseuralaiset ja pyhäkoululaiset osallistuivat innokkaasti päiväretkille, joilla matkalipun hinta oli poljettu mahdollisimman alas – saihan matkanjärjestäjä ostettua liput ”tukussa” rautatieyhtiöiltä huokeammalla kuin yksittäinen asiakas. Cookin kotimaanmatkojen asiakaskuntana olivat lähinnä työläiset ja alempi keskiluokka.

Cookin matkanjärjestäjäuran käännekohdaksi kotimaanmatkailussa muodostui vuonna 1851 Lontoon Crystal Palacessa pidetty ensimmäinen maailmannäyttely. Midlandin rautatieyhtiön edustajat pyysivät Cookia organisoimaan tavalliselle työväestölle kuljetuksen maailmannäyttelyyn. Cook paneutui tehtävään huolella ja alkoi julkaisemaan mahdollisesti maailman ensimmäistä matkailualan lehteä, *The Excursionist and Exhibition Advertiseria*. Tehtaiden porteilla ja kadunkulmissa jaetun lehensä sivuilla hän

suostutteli tavallisia työläisiä matkustamaan sivistävään maailmannäyttelyyn.<sup>6</sup>

Cook kiersi ahkerasti raittiusseuroja, klubeja ja tehtaita saadakseen tavalliset palkansaajat matkustamaan näyttelyyn. Hän markkinoi myös 16 shillingin hintaista matkapakettia, johon sisältyi junamatkojen ja näyttelyn pääsylipun lisäksi majoitus lontoollaisella Ranelagh-klubilla. Klubi kykeni majoittamaan suuren vuokratalonsa tiloihin tuhatkin asiakasta. Klubilla vietetty yö maksoi shillingin, ja hintaan sisältyivät pedin lisäksi vuodevaatteet, yömyssy, saippua, pyyhe ja aamiainen.<sup>7</sup>

Lontoon maailmannäyttelyn yhteydessä Cook popularisoi – ja *proletarisoi* – matkailun, sillä hän etsi asiakkaansa teollisuuspaikkakunnilta, kuten Glasgowsta ja Manchesterista. Hän järjesti tehtaiden porteille kokonaisia erikoisjunia, jotka täytyttyään lähtivät puuskuttamaan kohti Lontoota. Cookin perustamissa matkailukerhoissa ohjattiin jäseniä säästämään viikottain pieni summa Lontoon-matkaa varten. Niille, joilla ei ollut riittävästi käteistä, hän luovutti matkalipun panttia vastaan, joten korottoman maksuajan myöntäjänäkin hän kuului edelläkävijöihin.

Cook järjesti kaikkiaan 165 000 hengelle ekskursion tuohon aikansa suurimpaan kulttuuritapahtumaan. Näyttelykuljetustensa ansiosta Thomas Cookin nimi oli tullut mainosten ja lehtikirjoittelun myötä kaikkialla Brittein saarilla tunnetuksi. Maailmannäyttely oli käytännössä todistanut rautateiden matkustajakuljetuskapasiteetin ylivoimaisuuden muihin liikennevälineisiin verrattuna. Miljoonia kävijöitä keränneen suur-tapahtuman ansiosta massamatkustaminen sai lopullisen hyväksyntänsä.

## **Pakettimatkat Brittein saarilta mantereelle**

Britanniasta mantereelle matkustettaessa matkojen hinta kohosi ja kesto luonnollisesti piteni, mutta Thomas Cookin laiva- ja rautatieyhtiöiden kanssa neuvottelemien edullisten sopimusten ansiosta matkojen hinnat eivät kohonneet ainakaan kaikkien työläisasiakkaiden ulottumattomiin. Jo ensimmäisestä ulkomaanmatkastaan 1855 al-

kaen Cook pyrki järjestämään asiakkaidensa puolesta kaiken matkalipuista, majoituksesta ja aterioista valuutanvaihtoon ja matkoppaisiin. Cookin ensimmäiset ulkomaanmatkat suuntautuivat Calais'hin, mutta jo vuonna 1856 hän alkoi saada tukevamman jalansijan mannermatkailussa, kun hän järjesti kaksi kiertomatkaa Belgiaan, Preussiin, Elsassiin, Baijeriin ja Pariisiin.<sup>8</sup> Molemmat matkat muodostuivat menestyksiksi, mutta varsinaisesti ulkomaanmatkoista tuli tuottavaa liiketoimintaa vasta seuraavalla vuosikymmenellä.

Cookin alettua järjestää matkoja manner-Eurooppaan hänen asiakaskuntansa sosiaalinen tausta muuttui pioneeriajoista. Työläisten sijasta osallistujat olivat näiden esimiehiä, työnantajia ja muuta porvaristoa.<sup>9</sup> Tärkeä trendi oli naismatkailijoiden määrän kasvu. Kesällä 1863 Cook ulotti matkansa aina Sveitsiin asti. Seuraavana vuonna valloitusvuorossa oli Italia. Tätä ennen Cookin piti kuitenkin käydä paikan päällä vakuuttamassa paikalliset rautatieyhtiöt ja hotellinpitäjät yhdistelmäjunalippujensa ja majoituskuponkiensa tehokkuudesta.

1860-luvun alussa Cook alkoi ottaa mainoksia toimittamaansa Excursionistiin. Mainoksilla luotiin kuluttajien keskuuteen tietoisuutta uusista matkailutuotteista. Vuosikymmenen puolivälissä Cook siirtyi Leicesteristä Lontooseen avatakseen siellä matkatoimiston, jossa myytiin matkalippujen ohella kaikkea matkailuun liittyvää opaskirjoista ja matkalaukuista kaukoputkiin ja vedenpuhdistimiin. Matkatoimiston monipuoliseen tarjontaan kuului myös alkeellinen matkavakuutus, jota markkinoitiin junaonnettomuuden varalle.<sup>10</sup> Junaonnettomuuksia pelättiin, ja ne merkitsivät aikakauden suurta katastrofia.

Vuosikymmenen puolivälissä jo laajat alueet kuuluivat Cookin matkojen piiriin. Hän organisoi matkoja Ranskaan, Sveitsiin, Italiaan, Belgiaan, Alankomaihin, useisiin Saksan valtioihin ja Itävaltaan. Pariisi, Pohjois-Italian renessanssikaupungit ja Bernin Ylämaa olivat Cookin asiakkaiden eli *coo-kiittien* erityisessä suosiossa.

1860-luvun loppupuoliskolla Cookin matkatoimiston järjestämisestä matkoista yhä suurempi määrä tehtiin ulkomaisiin kohteisiin.

Cookin huokeaksi neuvottelemaa reittiä Newhavenin ja Dieppen kautta Pariisiin hyödynsi vuosittain yli 10 000 asiakasta. Lontoosta pääsi Pariisiin, *La Ville Lumièreen*, suhteellisen huokealla. Matkustusluokka (I–III) ja hotellimajoituksen taso (A, B, C) ratkaisivat pääosin matkan kokonaishinnan. Cookin hotellikuponki kattoi vuodepaikan ja huoneen valaistuksen lisäksi kaksi tai kolme päivittäistä ateriaa.

Matkustajaliikennettä suuresti helpottava yhtenäinen rautatieyhteys Ranskasta Italiaan valmistui vuonna 1869, kun Länsi-Alpit halpikova Mont-Cenis'n rautatietunneli avattiin liikenteelle. Matkustaminen Kaukoitään helpottui ja nopeutui vielä samana vuonna, kun Suezin kanava avattiin liikenteelle. On kuitenkin syytä muistaa, että matkustusmahdollisuuksien avartumisesta huolimatta tyyppillinen brittiläinen perheloma oli päivän matka rannikolle.<sup>11</sup>

## Atlantin yhteys

Manner-Euroopan jälkeen Cookit valloittivat uusia matkailualueita Atlantin takaa ja Lähi-idästä. Pohjois-Amerikan mantereella rautatieyhtiöt kilpailivat keskenään alennetuilla hinnoilla ja uusilla reiteillä. Yhdysvallat olikin matkanjärjestäjän kannalta varsin mahdollisuuksia antava kehityskohde, sillä maan sisäinen matkailu kasvoi rauteiden leviämisen myötä räjähdysmäistä vauhtia.

5. *Schivelbusch* 1996, s. 38, 50–51, 59.

6. *Edmund Swinglehurst*, *Cook's Tours – The Story of Popular Travel* (Poole, Dorset 1982), s. 20–21; vrt. *John Pudney*, *The Thomas Cook Story* (London 1953), s. 103–105.

7. *Swinglehurst* 1982, s. 23.

8. *W. Fraser Rae*, *The Business of Travel* (London 1891), s. 48–50; myös *Piers Brendon*, *Thomas Cook – 150 Years of Popular Tourism* (London 1991), s. 65–66.

9. Tähän aikaan keskimääräinen brittiläisen työläisperheen budjetti oli 75 £ vuodessa. Ammattitaitoisen perheen todelliset vuositulot olivat 85–90 £, puolittain ammattitaitoisen 70 £ ja ammattitaidottoman perheen 45–50 £. Keskimäärin työväenluokka kulutti tuloistaan 60 % ruokaan, 20 % asumiseen (vuokra, lämmitys, valaistus) ja 10 % vaatteisiin, joten kaikkea muuta varten jäi vain 10 %. *Francois Bédarida*, *A Social History of England 1851–1990* (London & New York 1991), s. 62.

10. *Cook's Excursionist (Exc.)*, London, 22 May 1865, supplement s. 11; *Exc.*, 12 May 1866, s. 6; myös *Pudney* 1953, s. 134–136.

11. Esim. *Rob Davidson*, *Tourism* (London 1989), s. 6.

Yhteistyössä amerikkalaisen liikekumppaninsa Edward Jenkinsin kanssa Cookin matkatoimisto vahvisti Philadelphiassa järjestetyn Yhdysvaltain itsenäisyyden satavuotisjuhlanäyttelyn (1876) yhteydessä asemaansa Amerikan johtavana matkanjärjestäjänä. Toiminnan dynamiikkaa osoittaa se, että yhtiön Amerikan-toimintojen liikevaihto kasvoi vuosina 1872–78 14 000 dollarista puoleen miljoonaan dollariin.<sup>12</sup>

Atlantin liikenteen merkittävänä taitekohdana voidaan pitää 1870–80-lukua, jolloin höyryalukset syrjäyttivät reitiltä klipperit ja kilpailu kärjistyi useiden varustamojen, erityisesti Cunardin ja White Starin väliseksi raivoisaksi kamppailuksi matkustajista. Juuri White Star Line varusti ensimmäisenä höyrylaivayhtiönä massiivisia ”karjalaivoja” hoitamaan paisuvaa siirtolaisliikennettä Ison veden taakse.<sup>13</sup> Cook otti osuutensa paisuneesta siirtolaisliikenteestä markkinoimalla siirtolaisille erikoishintaisia matkalippuja.

1880–90-luvulla Cookin matkatoimisto rakensi nimeään myös Amerikassa samankaltaiseksi instituutioksi kuin Brittein saarilla. Onnistunut markkinointi kantoi hedelmää: Cook organisoi matkoja kaikkialle Amerikkaan ja maksukykyisille amerikkalaisille kaikkialle maailmaan. Vuosisadan loppuun mennessä Cook oli luonut Pohjois-Amerikkaan 32 toimiston verkon.

## Matkashekki ja rahoitusjärjestelmät kehittyvät

Vuonna 1867 Cook oli plagioinut brittiläistä Henry Gazen matkatoimistoa ottamalla käyttöön hotellikupongit, joilla asiakas sai hotelliyönsä vaivattomasti maksettua kupongin hyväksyvissä hotelleissa eri maissa.<sup>15</sup> Askelta edemmäs Cook astui vuonna 1873, jolloin yhtiö laski Yhdysvalloissa liikkeelle modernin matkashekin edeltäjän matkailukupongin (Circular Note/Coupon).<sup>15</sup>

Kahta vuotta myöhemmin hyväksi havaittua tuotetta alettiin markkinoida myös Isossa-Britanniassa, ja tästä turvallisesta kupongistä muodostui tärkein matkarahamuoto ennen ensimmäistä maailmansotaa, jolloin kansainvälisiä pankkiketjuja ei oltu vielä muodostettu. Cookin matkailukupongeilla majoituksen, aterioiden ja matkalippujen

maksu onnistui vaivattomasti eri puolilla maailmaa.<sup>16</sup> Aluksi Cookin kuponkeja otti vastaan noin 200 hotellia, mutta runsaan kymmenen vuoden kuluttua kupongin hyväksyi jo tuhat hotellia eri puolilla maailmaa. Vuosisadan vaihteessa Cookin kuponki kävi 2 000 hotellissa,<sup>17</sup> mikä osaltaan ilmentää Thomas Cook & Son'in dynaamisen markkinoinnin tehokkuutta.

Matkarahoitusosalalla, joka oli Thomas Cook & Son'issa erotettu omaksi erilliseksi Banking & Exchange -osastokseen jo vuonna 1878, Cookille kehittyi vankka yhdysvaltalainen kilpailija. Se oli West's Wells-Fargo -yhtiöstä juurensa juontava American Express Company eli Amex, joka esitteli vuonna 1882 oman Cookin matkailukuponkille vaihtoehdoisen matkarahansa. Amexin kehittympi *Money Order System* tuli markkinoille vuonna 1886.<sup>18</sup> Myös Thos. Cook & Son teki näihin aikoihin uusia aluevaltauksia, sillä yhtiö ryhtyi harjoittamaan laivahuolintaa ja pikapakettikuljetuksia sekä myöntämään matkatavaravakuutuksia. Siten Amex ja Cook olivat asettuneet toistensa reviereille.

Amexin omaa matkarahaa kehitettiin edelleen, ja sitä alettiin vuodesta 1891 kutsua matkashekiksi. Amex konsultoi Cookin kanssa tuodessaan oman matkarahansa markkinoille. Cookit suostuivat lunastamaan shekkejä, mutta eivät pitäneet niitä yhtä luotettavina kuin omia matkailukuponkejaan, joita vaihdettaessa tarvittiin useita dokumentteja tositteeksi.<sup>19</sup>

Heikosta alkumenestyksestä huolimatta Amexin shekki löi itsensä matkailumarkkinoilla läpi. Vuosisadan vaihteessa sitä myytiin vuosittain jo kuudella miljoonalla dollarilla, vaikka yhtiöllä ei ollut Euroopassa edes omaa matkatoimistoa. Tähän aikaan vaihtokurssit olivat niin vakaita, että matkashekkeihin oli painettu tärkeimpien valuuttojen vaihtokurssi. Esimerkiksi 10 dollaria vastasi 2 puntaa 10 pennyä. Ilmeisesti Amex ei vielä kyennyt lyömään Cookia; Cookin matkailukuponki säilyi maailman johtavana matkarahana aina ensimmäiseen maailmansotaan asti.<sup>20</sup>

Vuosisatamme alussa Cookin matkatoimisto tunnettiin ainakin sen oman lehden



Viktoriaanisia Lähi-idän-matkailijoita.

mukaan “maailman pankkiirina”.<sup>21</sup> Tällöin perheyriksen ruorissa oli jo Thomas Cookin pojanpoika Frank Cook (1864–1931), joka oli kantapäin kautta kouliintunut yritysjohtoon toimimalla pari vuosikymmentä perheyriksen erilaisissa tehtävissä ympäri maailmaa. Isänsä ja isoisänsä tavoin hän oli matkustellut vuosittain kymmeniä tuhansia maileja matkakohteita testaten tai matkailijaryhmiä vetäen. Laadunvalvonta ei siis sukupolvenvaihdoksessa kärsinyt.

### Matkailu laajenee imperiumissa

Keskiluokkaiset britit matkustivat joukoittain mantereelle ja vaelsivat Cookin liput ja kupongit taskussaan maailmannäyttelyihin ja eurooppalaisiin kulttuurikaupunkeihin. Varakkaat britit siirtyivät sitä mukaa kaukaisempiin matkakohteisiin, kun alemmat sosiaaliluokat alkoivat kansoittaa entisiä aristokratian kohteita.

Vuosina 1870–1900 britti-imperiumi laajeni kooltaan valtavaksi. Ison-Britannian saarivaltakunta hallitsi eri maanosissa maaluoteita suunnilleen satakertaisen määrän omaan pinta-alaansa nähden. Riittävän vau-

raille oli tarjolla matkoja brittien siirtomaihin, joissa saattoi tutkia oliko saarivaltakunnan menestystarina totta.

Matkailusektori ei todellakaan jäänyt osattomaksi imperialismin buumista. Muiden yrittäjien tavoin matkanjärjestäjät laajensivat toimintaansa brittiläisen imperiumin laajan alueen eri osiin. Tässä ansioitui varsinkin Thomas Cook & Son, jonka kautta itse kuningatarinkin hoiti osan matkajärjestelystään.<sup>22</sup> Cookin matkatoimisto toimi vuodesta 1869 Egyptissä, vuodesta 1879 Australiassa, vuodesta 1881 Intiassa, vuodesta 1889 Uudessa-Seelannissa, vuodesta 1900 Etelä-Afrikassa ja Sudanissa ja hieman myöhemmin monissa muissa kolonioissa hoitaen sekä siviilien että sotilaiden asioita.

Cookin matkatoimiston julkaiseman *Excursionist*-lehden kansikuvat kertoivat näkyvästi attraktiivisista kohteista niin Brittiläisessä Intiassa kuin Egyptissä muistuttaen imperiumin tarjoamista laajoista matkustusmahdollisuuksista. Erityisesti 1880-luvulta alkaen vauraiden brittien suosima talvilomakohde oli Egypti. Tämä liittyi paitsi parantuneisiin liikenneyhteyksiin, myös maan protektoraattitatukseseen!<sup>23</sup> Matkoihin liittyvä moninainen järjestely oli varmasti helpompaa toimittaessa “omalla maaperällä”

12. *Brendon* 1991, s. 170–171.

13. *C. R. Vernon Gibbs*, *Passenger Liners of the Western Ocean – A Record of the North Atlantic Steam and Motor Passenger Vessels from 1838 to the Present Day* (London 1957), s. 225–226.

14. *Brendon* 1991, s. 114–115.

15. *Time Traveller (TT)*, London, 4/1989, s. 2; myös *Swingleburst* 1982, s. 65.

16. *TT* 4/1989, s. 2.

17. *TT* 3/1993, s. 6. Ks. myös *Swingleburst* 1982, s. 65, 71.

18. *Promises to Pay – The Story of American Express Company* (New York 1977), s. 57.

19. *Alden Hatch*, *American Express – A Century of Service* (New York 1950), s. 93, 96; *Promises to Pay* 1977, s. 56–57.

20. *TT* 4/1989, s. 2.

21. *Australasian Traveller's Gazette*, 1 January 1904.

22. *Pudney* 1953, s. 236.

23. *F. M. Sandwith*, *Egypt as a Winter Resort* (London 1889), s. 1–2; myös *John Towner*, *Review Essay – Tourism History (ATR)*, vol. 17, 1/1990, s. 155; *Billie Melman*, *Women's Orients: English Women and the Middle East, 1718–1918. Sexuality, Religion and Work* (2nd ed., London 1995), s. 12. Ks. myös *Louis Turner and John Ash*, *The Golden Hordes. International Tourism and the Pleasure Periphery* (New York 1975), s. 57.

kolonioissa kuin jossain täysin vieraan hallintokulttuurin piirissä.

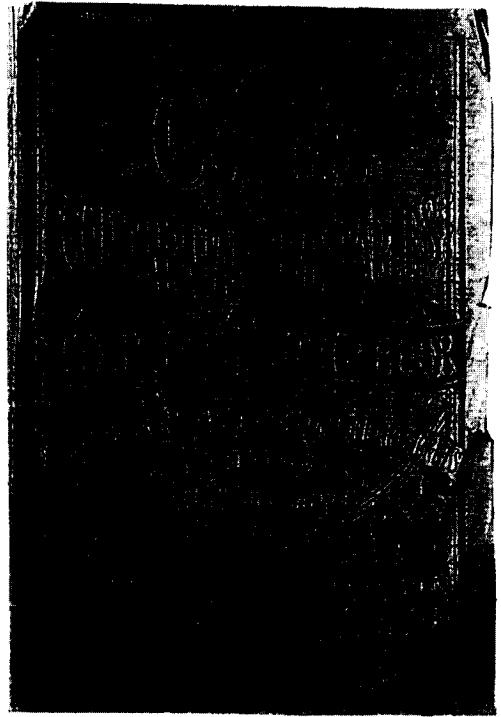
Thomas Cook & Son'illa oli merkittävä rooli varsinkin Lähi-idän alueen tuottoisan matkailun kehittämisessä. Mahdollisesti Cookin matkatoimiston alusta alkaen saavuttamaan jalansijaan Egyptin- ja Palestiinan-matkojen järjestämisessä vaikutti yrityksen perustajan Thomas Cookin raittiusseurasiihteerin ja baptististisaarnaajan tausta, joka herätti luottamusta hengellisesti orientoituneiden matkailijoiden keskuudessa.

1880-luvun alussa valtaosa Lähi-idän anglosaksisista matkailijoista näyttää kulkeneen Cookin matkatoimiston hoitamin järjestelyin. Cookin vuosittaiset matkailijaluvut esimerkiksi Palestiinassa kohosivat vasta joihinkin satoihin kasvaen 1890-luvulle tultaessa noin tuhanteen.<sup>24</sup>

*John Fieldin* mukaan brittien institutionalisoinut ulkomailta kiertely saavutti 1890-luvulla aivan uudet mittasuhteet niin rahan kuluttamisessa kuin rahan hankkimisessakin tällä sektorilla. Tällöin niin Pyhämaa kuin Niilin seutukin olivat jo tulleet tutuiksi cookiiteille.<sup>25</sup> Lähi-idässä Cookin matkustajakunta oli aiempaan verrattuna hienostuneempaa ja varakkaampaa. Alueen matkailu oli erittäin tuottoisaa, sillä esimerkiksi vuonna 1894 Cookin Niilin-laivasto tuotti lähes puolet yrityksen liikevoitosta.<sup>26</sup> Pitkälle organisoidun matkailun työllistävä vaikutus korostui Egyptissä, missä Thomas Cook & Son kohosi erääksi maan suurimmista työnantajista.

### Tekniset innovaatiot matkailun edistäjinä

Parantuneet liikenne- ja viestintäyhteydet, sähkövalaistus ja muut innovaatiot takasivat sen, että matkailijalla oli mukavaa ja lähes yhtä turvallista kuin kotona.<sup>27</sup> Lennätinverkko laajeni aluksi rautateiden mukana. Merten taakse varaukset, peruutukset ja muut sähkötetyt viestit kulkivat pääosin 1850- ja 1860-luvuilla laskettuja merikaapeleita pitkin. Lennätinyhteydet mahdollistivat asiakkaiden matkareittimuutokset lyhyelläkin varoitusajalla. Langallista lennätintä seurasi langaton lennätin. Atlantin höyry sai ensimmäisen kerran samanaikaisen lennä-



*Cookin junamatkailijoiden "raamatun" painos vuodelta 1881.*

tinyhteyden Atlantin molemmille puolille vuonna 1903.<sup>28</sup>

Luonnollisesti matkustusmukavuuden lisääntymisen lisäksi myös keskiluokan vaurastumisella oli matkailun kasvuun merkittävä vaikutuksensa. *Belle époqueen* alussa 1890 brittejä matkusti vuosittain ulkomaille mahdollisesti jopa puoli miljoonaa. Matkailijoiden valtaosa kuului keskiluokkaan. Esimerkiksi ryhmämatkailun pioneerin Thomas Cook & Son'in liiketaloudellinen voitto hankittiin pääosin brittiläiseltä keskiluokalta, joka oli teollistumisen myötä vaurastunut. Cookit muokkasivat matkailusta teollisuutta. *Alexis Gregory* tekeekin oivan rinnastuksen todetessaan, että Cookien merkitys matkailulle oli vastaava kuin Henry Fordin autoilulle.<sup>29</sup> Massat seurasivat etuoikeutettua luokkaa turismissa yhtä varmasti kuin T-malli Ford ja Chevrolet seurasivat Mercedestä autoilussa.<sup>30</sup> Kuten massamarkkinoille tarkoitettua T-malli Fordia, myös pakettimatkaa voitiin sarjatuotannossa muunnella lähes rajattomasti.

Vuonna 1890 Cookilla oli 84 matkatoimistossaan ja 85 agentuuripisteessään välitettäväänään 30 348 erityyppistä matkalippua kaikkialle maailmaan. Liput kattoivat yhteensä yli kolme miljoonaa kilometriä rautatietä ja valtameri- ja jokireittejä. Cook toimitti kyseisenä vuonna lähes 3,3 miljoonaa matkalippua viidellä eri manteeereella sijainneista toimistoistaan.<sup>31</sup> Vuosisadan vaihteessa myytyjen matkalippujen määrä oli kohonnut lähes kaksinkertaiseksi.

Hotellien ym. matkailupalveluiden etsinnässä auttoi opaskirja. Cook kilpaili menestyksekkäästi myös opaskirjakustannuksessa perinteisten englantilaisen Murrayn ja saksalaisen Baedekerin kanssa. Euroopan rautatiereittien valinnassa Cookin vuodesta 1875 asti ilmestynyt *Continental Time-table* oli lajissaan lyömätön. Vastaavasti Cookin rautatiematkailuun suunniteltu rengasmatkalippu oli matkailijalle edullinen ja vaivattomin vaihtoehto, kun matkataipaleita ja junanvaihtoja oli useita.

Cookin johdetulla pakettimatalla kaikki sisältyi matkan hintaan. Tämä merkitsi sitä, että matkalippujen, paikkalippujen, hyttipaikkojen ja hotellihuoneiden lisäksi huoneiden valaistus ja lämmitys, ateriat, nähtävyyksiertoajelu, kantaja, rahanvaihtoprovisiot, juomar rahat, matkavakuutus, oppaan palvelut ja mahdolliset viisumikustannukset sisältyivät matkan hintaan.

Cookin toiminta oli rationaalista. Cookin matkatoimisto kategorisoi pakettimatkaileun tarjotessaan lukuisia matkavariaatioita erilaisille asiakastyypeille. Kokeneen oppaan johtamat ryhmämatkat *Cook's Conducted Tours* oli suunnattu lähinnä varakkaalle asiakaskunnalle, kun riisuttuja, opaspalveluja sisältämättömiä matkavariaatioita *Cook's Popular Tours* markkinoitiin lähinnä alemmalle keskiluokalle, jonka määrä oli jatkuvassa kasvussa.<sup>32</sup>

### **Brittiläiset kilpailijat painostavat Cookia**

Vaurastuneen keskiluokan matkustusinnon vuoksi Euroopan matkailumarkkinoilla alkoi varsinkin 1870-luvulta alkaen olla entistä enemmän jaettavaa. Cookin matkatoimisto oli brittiläisen imperiumin "hovihank-



*Edvardiaanille vauraalle asiakaskunnalle suunnattu eskapistinen mainos (1904), jossa elegantit muodikkaasti pukeutuneet britit tähyilevät vetten yli etelän maille.*

kija”, mutta matkatoimistolla oli toki kilpailijoitakin, kuten edellä jo on tullut ilmi.

Henry Gaze aloitti matkanjärjestämistoi-

24. Palestiinassa vierailneiden brittiläisten huvimatkaileijoiden joukko oli vain pieni osa alueella käyneiden ortodoksisten ja katolilaisten pyhiinvaeltajien määrästä. *Janne Ahtola*, Organisoitua pyhiinvaellusta: Palestiina brittien ja venäläisten matkakohteena 1880-luvulta ensimmäiseen maailmansotaan. Suomen kirkkohistoriallisen seuran vuosikirja 1996 (Helsinki 1997).

25. *John H. Field*, *Toward a Programme of Imperial Life: The British Empire at the Turn of the Century* (Oxford 1982), s. 105.

26. *Brendon* 1991, s. 230.

27. *N. Merrill Distad*, *Travel and Exploration. – Victorian Britain: An Encyclopedia*. Toim. Sally Mitchell (New York & London 1988), s. 814–816.

28. *Gibbs* 1957, s. 72.

29. *Alexis Gregory*, *The Golden Age of Travel, 1880–1939* (London 1991).

30. *Peter J. Hugill*, *The Rediscovery of America: Elite Automobile Touring* (ATR, vol. 12, 3/1985), s. 447.

31. *Exc.*, 2 May 1891, s. 5.

32. Esim. *Swinglehurst* 1982, s. 124–127.

mintansa vuonna 1844<sup>33</sup> ja oli vuosisatamme alkuun asti Cookin varteenotettavin kilpailija. Lisäksi Dean & Dawson Co. (1871), Polytechnic Touring Association (1872), John Frame's Tours (1881), Quintin Hogg (1886) ja Sir Henry Lunn's Tours (1893) järjestivät vaihtelevalla menestyksellä ulkomaanmatkoja.<sup>34</sup> Dean & Dawson organisoivat muun muassa suurille työläisryhmille ekskursioita Pariisiin, kun taas Sir Henry Lunn keskittyi markkinoimaan matkojaan lähinnä yläluokkaisille matkalaisille.

Monet Cookin kilpailijoista matkanjärjestämistoiminnassa olivat luonteeltaan kasvatuksellisia tai filantrooppisia.<sup>35</sup> Esimerkiksi John Frame ajoi kiihkeästi raittiusaatetta ja Henry Lunn organisoivat matkoja erityisesti vapaakirkon ja Englannin kirkon jäsenille, myöhemmin myös Hellenic Traveller's Clubin jäsenille Kreikkaan.<sup>36</sup> Hengellisesti orientoitunut matkanjärjestäjä Mr Perowne oli taasen erikoistunut Palestiinaan suuntautuneiden massapyhiinvaellusten vetämiseen.<sup>37</sup>

Palestiina eli Pyhä maa poikkesi monista muista matkakohteista siinä, että sinne järjestettiin pyhiinvaelluksen hengessä matkoja. Esimerkiksi pyhäkoulut saattoivat organisoida tällaisia matkoja. Myös kasvatukselliset järjestöt organisoivat matkoja, joilla käytiin Palestiinassa ja/tai Egyptissä.<sup>38</sup> Näiden pyhäkoulu-, yhdistys- ja järjestömatkojen myötä Palestiinaan tutustui todennäköisesti paljon sellaista väkeä, joka ei olisi muuten kaukomaalle lähtenyt.

1890-luvulla Cookin vahvin kilpailija Henry Gaze & Sons järjesti matkoja muun muassa Brittiläiseen Intiaan ja Pohjois-Amerikkaan sekä myi matkalippuja kaikkialle maailmaan.<sup>39</sup> Gazella oli peräti 94 toimistoa ympäri maailmaa, joten toimistoverkolla mitattuna Gaze & Sons oli Cookin luokkaa. Gaze pyrki kilpailemaan Cookin kanssa kaikilla matkailun saroilla perustaen maailmanlaajuisen verkoston matkatoimistoja, joissa kaupiteltiin Gazen hotellikuponkeja sekä turistilippuja. Gaze ryhtyi julkaisemaan jopa matkailulehteä kilpaillakseen tasavertaisesti Cookin kanssa.<sup>40</sup>

Lähi-idässä matkanjärjestäjien kilpailu kävi välillä niin kireäksi, että Gaze syytti

Thomas Cookia parhaiden paikallisoppaidensa eli dragomaniensa "varastamisesta" Cookin palvelukseen. Julkaisemassaan selosteessa Gaze pitikin itseään Lähi-idänmatkailun pioneerina. Vielä 1890-luvulla Gaze pyrki kilpailemaan Cookin kanssa Niilin tuottoisasta matkustajaliikenteestä käyttämällä Thewkieh Linen Niilin-höyryjä.<sup>41</sup> Ilmeisesti yhteistyö varustamon kanssa alkoi rakoilla, sillä 1900-luvun alussa Thewkieh Line ryhtyi itse mainostamaan Niililaivastoaan The Timesissa, kun aiemmin Gaze & Sons oli hoitanut mainonnan.<sup>42</sup>

Gazen perhe hävisi ankaran kilpailun matkailumarkkinoista, sillä matkatoimisto ajautui konkurssiin vuonna 1903. Ilmeisesti Henry Gazen pojat eivät kyenneet johtamaan matkatoimistoa isänsä veroisesti.<sup>43</sup> Kopioinneista huolimatta Gazen merkitystä matkailun kehittymiselle ei silti sovi väheksyä, kehitti hän Gaze matkailua helpottaneen hotellikupongin prototyypin, joka oli ensiaskel kohti matkashekkiä.

Varteenotettavien kilpailijoiden aiheuttaman paineen vuoksi Cookin matkatoimisto joutui jatkuvasti kehittämään ja monipuolistamaan matkailutuotteitaan. Tästä hyötyivät eniten vähävaraiset matkustushaluiset asiakkaat, joille avautui kiristyneen hintakilpailun ja lisääntyneiden matkavariaatioiden myötä mahdollisuus ulkomaanmatkailuun.

## Ulkomaiset kilpailijat

Cookin matkatoimistolla oli kilpailijoita Brittein saarten ulkopuolellakin, kuten alankomaalainen Messrs. Lissone & Zoon tai Stangenin matkatoimisto voimakkaasti teollistuvassa Saksassa.<sup>44</sup> Myös laajan toimistoverkon omannut belgialainen Wagons-Lits-yhtiö oli rautatiematkailussa ja hotellialalla Cookin kilpailija.<sup>45</sup> Saksan ensimmäinen matkanjärjestäjä oli Thomas Cookin mallia seurannut Karl Riesel, joka perusti matkatoimistonsa vuonna 1854. Rieseliä merkittävämpi kilpailija oli kuitenkin vuonna 1862 Breslaussa avattu Stangenin matkatoimisto, myöhemmin berliiniläinen Carl Stangen & Bruder, joka järjesti ryhmämatkoja kaukoihin jo 1860-luvun lopulla.<sup>46</sup>

Thomas Cookilta vaikutteita saaneena

Stangen ryhtyi vuodesta 1878 järjestämään kalliita, pienimuotoisia ja elitistisiä ryhmämatkoja aina maailman ympäri. Esimerkiksi viime vuosisadan lopulla yrityksen Itämaiden-kiertomatkan hinta oli 4 100 Saksan markkaa, mikä merkitsi tavalliselle saksalaiselle palkansaajalle noin kahden vuoden ansiota. Stangen pyrki jatkossa madaltamaan korkeata tasoaan, mutta tämä pelastusyritys ei silti enää estänyt matkatoimistoa ajautumasta vuonna 1905 osaksi mittavaa hampurilaisvarustamo Hapagia (Hampurin–Amerikan linjaa), joka oli kuulu jättiristeilijöistään.<sup>47</sup> Hapag järjesti esimerkiksi ensimmäisenä vuodesta 1901 Atlantin yli varakkaille tarkoitettuja talviristeilyjä Kariibialle.<sup>48</sup>

Norjaankin Cookille kehittyi kilpailija. Brittiläissyntyinen Thomas Bennett aloitti matkanjärjestämistoiminnan Norjassa jo 1850-luvulla. Bennett's Travel Bureaun toiminta keskittyi yhtiön toimistoverkostosta päätellen pitkälti Norjaan ja Tanskaan,<sup>49</sup> eikä matkatoimistolla ilmeisestikään ollut Skandinavian ulkopuolella suurta merkitystä.

Yllättävää kyllä Cookilla ei näytä vielä viime vuosisadalla olleen kovin varteenotettavaa pohjoisamerikkalaista kilpailijaa matkanjärjestämisalalla. Bostonilainen Raymond & Whitcomb Co. pyrki kyllä 1880-luvulta alkaen haastamaan Cookin matkatoimiston Yhdysvaltain matkailumarkkinoilla, mutta esimerkiksi American Expressissä oivallettiin matkanjärjestämistoiminnassa piilevä menestyksekkäs tulevaisuus hieman myöhässä, sillä yritys alkoi myydä matkalippuja vasta vuonna 1909. Yrityksen matkailuorganisaatio luotiin kolme vuotta myöhemmin. Rahtikuljetuksiin ja maksuliikenteen hoitamiseen erikoistunut Amex kiinnostui matkailualasta tosissaan vasta ensimmäisen maailmansodan aikana.<sup>50</sup>

Alueellisia amerikkalaisia kilpailijoita Cookille syntyi muuallekin. Esimerkiksi Palestiinassa 1870-luvun lopulta toimineesta Rolla Floydin perustamasta American Tourist Agencysta tuli Cookin merkittävä alueellinen kilpailija. Floyd aloitti uransa Cookin dragomanina 1870-luvun alussa ja vuodesta 1876 hän oli Cookin Itämaiden edustaja (Eastern Representative). Cookit

uskoivat vuonna 1877 koko Palestiinan-toimintansa Floydin vastuulle ja solmivat Floydin kanssa vuotta myöhemmin sopimuksen, jossa taattiin hänelle kolmannes toiminnan voitoista. Taloussotkujen jälkeen John M. Cook erotti Floydin vuonna 1880, ja tästä tuli Cookin katkera kilpailija, joka myi matkoja 25 % Cookin matkatoimistoa halvemmalla. *Piers Brendon* väittää, että Cook puolestaan yritti päästä kilpailijastaan mm. lahjomalla viranomaisia.<sup>51</sup>

1880-luvun lopulla Floyd oli saavuttanut oman asiakaspiirinsä. Hänen yhteistyö-

33. Sue Seddon, *Travel* (London 1991), s. 37.

34. *Brendon* 1991, s. 185, 282.

35. Myös Thomas Cookin toiminta oli osin idealistista, mutta hänen poikansa John Mason Cookin toimintaperiaatteet erosivat merkittävästi tästä: John Mason Cook osasi erottaa idealismin ja tunteilun liiketoiminnasta. Ks. *Janne Ahtola*, *Thomas Cook & Son – perheyrittäjä maailmankartalle*. – *Matkakuumetta: Matkailun ja turismin historiaa*. Toim. Taina Syrjämaa. Turun yliopiston historian laitoksen julkaisuja n:o 31 (Turku 1994), s. 39–65.

36. *J. G. Bridges*, *A Short History of Tourism*. – *Travel and Tourism Encyclopedia*, compiled and edited by H. Pearce Sales (London 1959), s. 28–42.

37. *V. D. Lipman*, *Americans and the Holy Land through British Eyes: 1820–1917. A Documentary History* (London 1989), s. 194.

38. Esim. *D. Williams*, *Diary of a "Pilgrimage" to Palestine and Egypt, January–February 1898* (London 1898), s. 24; *The Traveller's Gazette* (London), Nov. 1903, s. 25–28.

39. *TT*, 1/1988, s. 7.

40. *Brendon* 1991, s. 185. Vrt. *TT* 1/1988, s. 7.

41. *The Times*, London, 15.11. 1892, s. 1; 22.11. 1892, s. 1.

42. *Edmund Swinglehurst*, *The Romantic Journey – The Story of Thomas Cook and Victorian Travel* (London 1974), s. 175.

43. *Brendon* 1991, s. 185.

44. *Winfried Löschburg*, *A History of Travel*. English version by Ruth Michaelis-Jena and Patrick Murray (Leipzig 1979), s. 144.

45. *Charles Holt*, *A Short History of Travel Retailing and Wholesaling*. – *Travel and Tourism Encyclopaedia*, compiled and edited by H. Pearce Sales (London 1959), s. 89.

46. *Löschburg* 1979, s. 144, 161, 169; ks. myös *Turner and Ash* 1975, s. 54.

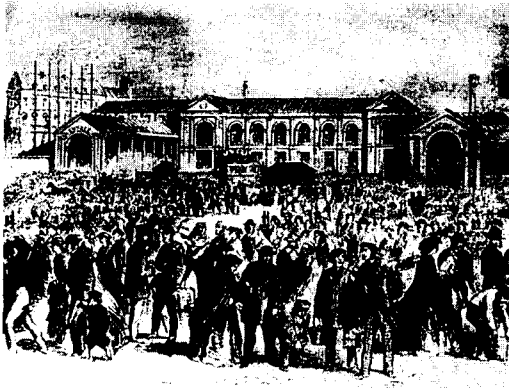
47. *Löschburg* 1979, s. 144, 161, 163.

48. *L. J. Lawton and R. W. Butler*, *Cruise Shipping Industry – Patterns in the Caribbean 1880–1986* (Tourism Management, Dec. 1987), s. 331.

49. *TCA 194 C*, *Cook Company Business – Personnel*, Rivals Album. Vrt. *Karl Fuss*, *Geschichte der Reisebüros* (Darmstadt 1960), s. 199–201.

50. *Hatch* 1950, s. 95–96, 105; *Pudney* 1953, s. 152.

51. *Brendon* 1991, s. 139–140.



*Cookin asiakkaita Pariisin Gare du Nordin edessä 1860-luvun alussa.*

kumppaninaan toimi kreikkalainen matkanjärjestäjä Demetrius Domian. Floydin matkatoimisto johti joko yksinäisiä matkailijoita tai ryhmiä ympäri Palestiinaa ja Syyriää.<sup>52</sup>

Vuosisatamme alussa Floyd toimi yhteistyössä newyorkilaisen matkailuyrittäjä Frank Clarkin kanssa. Clarkin vuosittaisten Palestiinan-seurueiden koko oli enimmillään 650 henkeä,<sup>53</sup> joten varsinaista uhkatekijää Floyd kumppaneineen ei enää Cookille muodostanut. Cookin matkatoimiston ongelmaksi muodostui laajemminkin se, että monet yhtiön työntekijät perustivat paremman ansiotason toivossa oman yrityksen haettuaan ensin Cookin matkatoimistosta alan asiantuntemusta.<sup>54</sup>

Viime vuosisadan lopulla kiertomatkoja Palestiinaan järjesti myös newyorkilainen matkanjärjestäjä Messrs. Potter. Muun muassa Gazen matkatoimisto, joka itsekin toimi Palestiinassa, välitti Potterin palveluksia.<sup>55</sup> Sanomalehtimies *Alexander Fordin* mukaan matkatoimistoilla, joita perustettiin jatkuvasti lisää Pyhään maahan, oli tapana varata sesongin ajaksi kaikki saatavilla olevat hotellihuoneet, jolloin itsenäisesti matkustavien matkailijoiden oli hyvin vaikeata löytää majoitusta itselleen.<sup>56</sup> Siten matkanjärjestäjät olivat tavallaan varanneet matkakohteen vain omille asiakkailleen, mikä on yhä nykyäänkin matkailuelinkeinolle täysin tyypillistä.

Myös matkojen ja majoituksen ylivaraa-

misesta on esimerkkejä ainakin yli sadan vuoden takaa, joten monet matkanjärjestäjien toimintamuodoista ovat pysyneet entisellään, vain volyymit ovat teknistaloudellista kehitystä seuraten kasvaneet ennennäkemättömiin mittasuhteisiin.

## Matkailun proletarisoija

Thomas Cook aloitti ulkomaanmatkailun järjestelmällisen helpottamisen käyttäen Brittein saarilta ammentamansa kokemukset ulkomaanmatkailun kehittämiseen. Cookin suurin merkitys matkailun kehittymiselle perustui lähinnä hänen kykyynsä muokata ekskursioista ja lomamatkoista yhtenäisiä kokonaisuuksia eli pakettimatkoja. Matkanjärjestäjät seurasivat intensiivisesti teknistä kehitystä, saivat ideoita ja pyrkivät soveltamaan edistysaskeleita järjestämällään matkoilla. Osaltaan matkanjärjestäjien innovatiivinen toiminta täydensi liikenneyhteyksien räjähdysmäistä ekspansiota.

Matkanjärjestäjät oivalsivat jo varhain markkinoinnin tehon pyrkien matkailulehtiensä ja mainontansa avulla luomaan asiakkailleen halun matkustaa tiettyyn matkakohteeseen tai yleensä pois kotimaasta. Matkanjärjestäjät ymmärsivät hyödyntää matkailun vetovoimatekijöiden ohella työntövoimatekijöitä, kuten Englannin kosteata talvi-ilmastoa.

Matkanjärjestämistoiminta oli välttämätön osa matkailun teollistamisprosessia, jonka edetessä matkailu demokratisoitui. Pakettimatka oli eräs matkailuteollisuuden merkityksellisimpiä innovaatioita; merkitsihän se tavallaan elinkeinonharjoittajille uutta tuotantofunktiota. Plagioinneistaan huolimatta Cookin matkatoimiston kilpailijoiden merkitystä matkailun kehittymiselle ei pidä väheksyä. Kilpailijoiden aiheuttaman paineen vuoksi Cook joutui jatkuvasti kehittämään ja monipuolistamaan markkinoimiaan matkailutuotteita vastatakseen kasvavaan kysyntään ja säilyttääkseen johtoaseman matkailumarkkinoilla. Aina asiakkaalla ei edes ollut todellista valinnanvaraa, koska Cook hallitsi tiettyjä matkailualueita, kuten Egyptiä, lähes suvereenilla tavalla.

1800-luvun lopulla Cookin matkatoimiston toimintaperiaatteiden tietty konservatiiv-

visuus ja varovaisuus soi kuitenkin matkarahtosalalla tilaisuuden kilpailijalle eli American Expressille. Se toi markkinoille Cookin matkailurahaa kehitellymmän vapaasti vaihdettavan matkashekin, johon nykyisetkin matkashekit pohjautuvat.

Aikakauden tyypillinen huvimatkaailija kuului niihin etuoikeutettuihin, joilla oli paitsi varallisuutta, myös mahdollisuus järjestää vapaa-aikaa lomanviettoon ulkomaila. Varsinkin Cookin matkatoimiston luokitelluille ulkomaanmatkoille osallistui huomattavan heterogeeninen asiakaskunta aina kuninkaallisista tavallisiin keskiluokkaisiin matkailijoihin ja jopa työläisiin. Matkansa luokittelemalla Cook onnistui popularisoimaan matkailun koskemaan perinteisten yläluokkaisten matkailijoiden ohella laajaa osaa väestöstä. Matkailun *proletarisoina* Thomas Cookin matkatoimisto aloitti kehityssuunnan, jota monet matkanjärjestäjät, mm. pohjoismaiset Spies ja Keihäsmatkat, ovat sittemmin jatkaneet.

## TAINA SYRJÄMAA

1880-1890-luvun turismin historiaa

# Matkailumarkkinointia massoille – Italian turismipropaganda maailmansotien välisenä aikana

**Monet maat kiinnostuivat turismista oivana ulkomaisen valuutan lähteenä ensimmäisen maailmansodan jälkeen, mikä johti tiukkaan kansainväliseen kilpailuun turisteista ja heidän kukkaroistaan. Yhdeksi keskeisimmistä työkaluista tässä kamppailussa nousi turismipropaganda, jonka avulla potentiaalisten turistien matkustuspäätöksiin pyrittiin vaikuttamaan. Fil.tri Taina Syrjämaa tarkastelee turismipropagandan läpimurtovaihetta erityisesti yhden johtavan matkailumaan eli Italian kautta.**

■ Maailmansotien välisenä aikana länsimaissa määrällisesti huimaa vauhtia kasvanneesta informaatiotulvasta merkittävän osan valloittivat turismiin liittyvät viestit. Lupaa-  
vaksi katsotun elinkeinon intressejä pyrittiin edistämään tehokkaalla tiedottamisella ja mainonnalla. Tarkoituksena oli houkuttella kulutustottumuksien murroskauden kadunmiehiä; näiden mieleen alettiin iskos-  
taa matkakuumetta joukkotiedotusvälineiden avulla. Useat valtiot sijoittivat huomattavia summia turistien houkutteluun, sillä ulkomaisten turistien uskottiin voivan valtuutoillaan korjata maailmansodan murjomaata taloutta. Näin kansainvälisellä kentällä syntyi suoranainen taistelu turistien sie-  
luista – tai valuutoista.<sup>1</sup>

Tämä ns. turismipropaganda muistutti monessa mielessä läheistä sukulaistaan, tavallista kaupallista mainontaa. Toisaalta monilta käytännön toteutustavoiltaan se muistutti myös laajempaa ja tunnetumpaa poliittista propagandaa. Niiden erotuksena voidaan kuitenkin pitää sitä, että turismipropagandan päätavoite ei ole samalla ta-

52. Esim. *Joseph L. Thomas*, *Oxford to Palestine. Being Notes of a Tour made in the Autumn of 1889* (London 1890), s. 85; *The Rev. and Mrs Wallace Brown*, *Letters from Sunny Shores* (Inverness 1896), s. 28.

53. *Rolla Floyd*, *Letters from Palestine, 1868–1912*, s. 137, TCA.

54. *Brendon* 1991, s. 139-40, 156, 186.

55. *Alexander Payne*, *Account of a Visit to Egypt, Especially Noting the Ancient Temples, and of Journey through Palestine and Syria* (London 1909), s. 54.

56. *Alexander Ford*, *Around the Holy Land, Travel Magazine* (New York), Dec. 1909, s. 123.