



Hugo Sundström, Museovirasto, JOKA Journalistinen kuva-arkisto Hufvudstadsbladet

Juurimatkailu liiketoimintana

Nykytila Suomessa ja Euroopassa

Raportti

27.4.2026

Päivi Suutari

Laura Björk

Susanna Larkas

Hanna Liappis

Taigawise Oy

Tämän raportin tilaaja on *Kutsu juurimatkalle - kulttuuriperintö ja suomalaiset juuret matkailussa* -hanke, jota hallinnoi ProAgria Itä-Suomi ry / MKN Itä-Suomi, ja osatoteuttajana toimii Suomen Kulttuuriperintökasvatuksen seura ry. Hanke on saanut EU:n maaseuturahoitusta Pohjois-Karjalan ELY-keskukselta, jonka tehtäviä hoitaa nykyisin Itä-Suomen elinvoimakeskus.



Kannen kuva: Amerikansuomalaiset saapuvat Helsinkiin Cunard-linjan s/s Lancastrialla 9.6.1931
Museovirasto, JOKA Journalistinen kuva-arkisto, Hufvudstadsbladet, kuvaaja Hugo Sundström

Sisältö

Esipuhe	5
Miten tämä kartoitus tehtiin?	6
I Mitä on juurimatkailu?	7
Juurimatkailun käsitteitä.....	8
Juurimatkailu ja matkailun megatrendit	9
Juurimatkailu ja Suomi	9
Muuttoliikkeet juurimatkailun käynnistäjinä	9
Aiempia juurimatkailuhankkeita	11
Juurimatkailun toimijat Suomessa	13
Esimerkkejä juurimatkailun alle sopivista palveluista ja tuotteista Suomessa	15
Toimijoiden näkemyksiä juurimatkailusta	16
Liiketaloudellinen potentiaali Suomessa	20
Suomalaisjuuriset maailmalla	20
Juurimatkailun alueellinen potentiaali Suomessa	21
Matkailuyritysten mahdollisuudet tuottaa juurimatkailupalveluita	23
Suomen vahvuudet ja kehityskohteet juurimatkailussa	24
II Juurimatkailu Euroopassa: benchmarking-alueet	26
Pienten kylien Italia	26
Tapahtumia ja toimijoita Italiassa	28
Yhteistyötä ja sukututkimuspalveluita	29
Museot tiedonlähteenä sekä elämyksenä	30
Skotlanti ja ‘empty nesters’	32
Yhteistyöllä puhtia juurimatkailuun	32
Kokoaan mahtavampi Irlanti	35
Laaja kirjo toimijoita.....	36
Puolan juurimatkailun monet kasvot	38
Suurten siirtolaisjoukkojen maa	39

Kurkistuksia muihin Pohjoismaihin	41
Lopuksi	43
Lähteet	44
Liitteet	47
Liite 1: Kyselyn “Kysely juurimatkailun nykytilasta Suomessa” -vastaukset	47

Esipuhe

Yhä useampi matkailija ei etsi kartalta vain uusia kohteita, vaan syvempää merkitystä matkalle, kuten esimerkiksi omia juuriaan. Juurimatkailu vastaa tähän tarpeeseen ja kytkee henkilökohtaiset tarinat paikkoihin, joissa suvun menneisyys ja nykyhetki kohtaavat.

Euroopan unionissa on kiinnitetty huomiota siihen, että juurimatkailu voi tukea alueellista ja aluetaloudellista kehitystä. Euroopan alueiden komitean (AK) lokakuussa 2024 antaman lausunnon (C/2024/7060) mukaan matkailijoiden alkuperään ja sukujuuriin perustuva matkailu voi tuoda hyötyjä paikallisyhteisöille erityisesti alueilla, joilla ei ole perinteisiä matkailuvaltteja. Se voi avata uusia mahdollisuuksia taloudelliselle kehitykselle näillä seuduilla. Lausunnossa todetaan myös, että juurimatkailun myötä matkailijoille voidaan tarjota syvällisempiä ja autenttisempia kokemuksia. (Euroopan alueiden komitea 2024.)

Kutsu juurimatkalle – kulttuuriperintö ja suomalaiset juuret matkailussa -hankkeen tavoitteena on vahvistaa juurimatkailua uutena, kulttuuriperintöön perustuvana matkailun muotona Suomessa. Hankkeessa tarkastellaan erityisesti Suomesta siirtolaisiksi lähteneiden ja heidän jälkeläistensä suhdetta suomalaisiin juuriin sekä sitä, miten tätä yhteyttä voidaan hyödyntää kestävässä ja vastuullisena matkailuna.

Tämän raportin tavoitteena on kuvata juurimatkailuun liittyvän liiketoiminnan tilaa ja mahdollisuuksia Suomessa. Lisäksi tarkastelemme juurimatkailun tilaa Euroopassa ja kartoitamme kansainvälisen juurimatkailun toimijoita, toimivia käytäntöjä ja liiketoimintamalleja. Tämä raportti on ensimmäinen osa kaksiosaisesta kokonaisuudesta, jonka jälkimmäinen osa keskittyy juurimatkailijoihin ja heidän tarpeisiinsa.

Haluamme lämpimästi kiittää kaikkia aiheeseen liittyvään kyselyyn vastanneita sekä haastatteliemiamme asiantuntijoita. Vaikka raporttiin on päätynyt vain murto-osa kerätystä aineistosta, jokainen yksittäinen havainto ja kokemus on ollut merkityksellinen kokonaiskuvan muodostamisessa.

Huhtikuussa 2026

Tekijät

Miten tämä kartoitus tehtiin?

Nykytilan kartoitus toteutettiin kolmea toisiaan täydentävää menetelmää hyödyntämällä. Tiedonkeruu toteutettiin laajalla taustatyöllä, kyselytutkimuksella sekä asiantuntijahaastatteluin. Eri menetelmien yhdisteleminen on välttämätön lähestymistapa suhteellisen vähän tutkitun ilmiön kartoittamisessa.

Osana nykytilan kartoitusta toteutettiin **kyselytutkimus**, joka suunnattiin kotimaisille DMO- (*Destination Management Organisation*) ja DMC-toimijoille (*Destination Management Company*). Kyselylinkkiä jaettiin juurimatkailuhankkeen ja tämän raportin laatineen Taigawise Oy:n oman viestinnän lisäksi mm. Visit Finlandin ja muiden sidosryhmien välityksellä.

Kyselyn tavoitteena oli kartoittaa juurimatkailun nykytilaa, kehittämistarpeita ja potentiaalia Suomessa sekä muodostaa suosituksia juurimatkailuun liittyvän matkailuliiketoiminnan kehittämiseksi. Kokonaisvaltainen raportti kyselyn tuloksista löytyy liitteestä 1.

Tämän lisäksi tehtiin **haastatteluita** sekä kasvokkain että sähköpostin välityksellä. Yhteensä haastatteluihin osallistui yksitoista henkilöä: kuusi suomalaista ja viisi ulkomaista asiantuntijaa tai juurimatkailuliiketoiminnan parissa työskentelevää henkilöä.

Lisäksi kävimme **deskityönä** läpi kattavan määrän kotimaista ja ulkomaista tausta-aineistoa, erityisesti aiheeseen liittyviä verkkosivuja, mutta myös juurimatkailuliiketoiminnasta kertovaa kirjallisuutta, jota on hyvin rajallisesti saatavilla.

Tässä raportissa sitaatit ilman erikseen mainittua lähdettä ovat avoimia kommentteja kotimaisille DMO- ja DMC-toimijoille suunnatusta kyselystä.

I Mitä on juurimatkailu?

Juurimatkailulla tarkoitetaan matkailun muotoa, jossa ihmiset matkustavat sukujuuriinsa liittyviin paikkoihin (Timothy 2021, 442). Juurimatkailun kohteet voivat sijoittua sekä matkailijan asuinmaahan että ulkomaille. Tämän vuoksi se kytkeytyy matkailualalla samanaikaisesti sekä kotimaan- että inbound-matkailuun. Koska *Kutsu juurimatkalle – kulttuuriperintö ja suomalaiset juuret matkailussa* -hankkeen keskiössä ovat Suomesta ulkomaille lähteneiden siirtolaisten ja heidän jälkeläistensä juurimatkailu, myös tässä raportissa keskitytään enimmäkseen kansainväliseen juurimatkailuun.

Juurimatkailu on osa kulttuurimatkailuun kuuluvaa kulttuuriperintömatkailua; käsitteet ovat monin osin päällekkäisiä. Kennedy-Edenin ja Gretzelin (2024) mukaan juurimatkailua voidaan pitää niche-matkailuksi luokiteltavan kulttuuriperintömatkailun (*heritage tourism*) “alasegmenttinä” (*sub-niche*).

Yleisen kulttuuri- tai kulttuuriperintömatkailun ja juurimatkailun lähtökohdat ja merkitykset matkailijalle poikkeavat kuitenkin toisistaan. Kansainvälisessä kulttuurimatkailussa matkakohteen kulttuuri on matkailijaa kiinnostava tutustumisen ja oppimisen kohde, jota tarkastellaan ulkopuolelta. Juurimatkailussa kulttuuri ja paikallinen kulttuuriperintö ovat osa matkailijaa itseään - tai ainakin niistä voi tulla sitä matkan myötä.

Juurimatkailu linkittyy vahvasti kulttuurimatkailun lisäksi myös moniin muihin matkailun osa-alueisiin, kuten ruokamatkailuun, maaseutumatkailuun, uskonnolliseen matkailuun sekä ystävien ja sukulaisten luona vierailuun liittyvään matkailuun (Kennedy-Eden & Gretzel 2024). Saunakulttuurimme vuoksi Suomeen suuntautuva juurimatkailu liittyy olennaisesti myös hyvinvointimatkailuun. Juurimatkailu yhdistyy meillä luontevasti myös luontomatkailuun; ovathan vesistömaisemat, metsät ja vaikkapa suot monelle juurimatkailijalle tärkeä osa suvun historiaa ja elinympäristöä.

Juurimatkailu kytkeytyy tiiviisti myös sukututkimukseen ja DNA-testien avulla saatavaan tietoon. Sukututkimus voi auttaa paikantamaan esivanhempien asuinalueita ja muita heidän elämiinsä liittyneitä paikkoja, jotka vaikuttavat juurimatkan matkaohjelmasuunnitteluun. DNA-testit puolestaan voivat avata uusia näkökulmia perimään, joskus jopa yllättävien maantieteellisten yhteyksien kautta. Näiden tietolähteiden avulla juurimatkailija voi rakentaa ymmärrystä omasta taustastaan ja suunnata matkansa paikkoihin, joilla on henkilökohtainen merkitys oman historian ja identiteetin kannalta.

Juurimatkailu-sanan englanninkielisiä vastineita on runsaasti (*personal heritage tourism, roots tourism, ancestral tourism, DNA tourism, genealogy tourism, family history tourism, legacy tourism, diaspora tourism*). Käsitteissä on keskinäisiä eroja esimerkiksi matkailijalla olevan taustatiedon määrässä ja laadussa sekä siinä, mitkä ovat matkailijan päämotiivit ja tarpeet (Kennedy-Eden & Gretzel 2024). Tässä raportissa käsitellään juurimatkailua yleisellä tasolla, jolloin termi kattaa kaikki englanninkieliset vastineensa.

Juurimatkailun käsitteitä

Juurimatkailuun liittyy erilaista termistöä, joita määrittelemme tässä raportissa seuraavasti:

Juurimatkailija: Geneettisen, biologisen tai adoptiosukunsa juuriseudulle ulkomailta tai asuinmaansa sisällä matkustava henkilö, joka joko yöpyy maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa vähintään yhden yön tai tekee ko. seudulle päiväretken. Määritelmä poikkeaa osittain Tilastokeskuksen matkailijan määritelmästä, jossa matkailijalla tarkoitetaan yöpyvä matkailijaa ja päiväkävijät määritellään erikseen päivämatkailijoina.

Tässä projektissa laaditun ja erillisessä raportissa esiteltävän matkailijakyselyn saatteessa on pyydetty vastauksia heiltä, jotka itse kokevat olevansa matkailijoita sukunsa juuriseudulla. Tällä on pyritty rajaamaan vastaajista pois esimerkiksi kaksi- tai monipaikka-asujat. Koska juurille ei ole määritelty esimerkiksi sukupolvissa laskettavaa minimiaikaa, termin rajapintaan jäävät muun muassa ne kotiseutumatkailijoiksi luokiteltavat henkilöt, jotka matkustavat oman lapsuutensa asuinseudulle, mutta suvun juuret ovat jossain muualla.

Juurimatkailija-termi kattaakin tässä raportissa kaikki englanninkieliset, keskinäisiä merkityseroja sisältävät vastineensa, kuten *personal heritage tourist, roots tourist, ancestral tourist, genealogy tourist, family history tourist, legacy tourist* ja *diaspora tourist*.

Suomalaisjuurinen: Ulkosuomalaisstrategiassa 2022–2026 *ulkosuomalaisilla* tarkoitetaan “vakituisesti Suomen ulkopuolella asuvia Suomen kansalaisia sekä sellaisia Suomen kansalaisen jälkeläisiä, jotka identifioivat itsensä suomalaisiksi” (Sisäministeriö 2021). Tässä raportissa käytetään ulkosuomalainen-termin sijaan termiä *suomalaisjuurinen*. Termillä halutaan kuvastaa paremmin Suomeen tulevien juurimatkailijoiden moninaisuutta: kaikki eivät välttämättä identifioi itseään suomalaisiksi – ainakaan ennen matkaa.

Juurimatkailu ja matkailun megatrendit

EU:n verkkosivuillakin mainittu matkailun megatrendejä 2026 tarkasteleva [raportti](#) (Data Appeal Company 2025) nostaa matkailun ajureiksi merkityksellisyyden ja kestävän matkailun kehittämisen. Matkapäätöksiä tehtäessä korostuu raportin mukaan entistä enemmän matkailijoiden identiteetti ja arvot ja se, mikä on heille merkityksellistä.

Juurimatkailu on listattu yhdeksi megatrendeistä, perustuen siihen, että matkailu koetaan enenevässä määrin merkityksellisten kokemusten lähteenä ja keinona hakea yhteyttä niin ihmisiin kuin paikkoihin. Tunnetta kuulumisesta johonkin – esimerkiksi paikkaan tai sukuun – haetaan sekä menneisyydestä että nykypäivästä. Tätä kuvataan raportissa oivasti siten, että matkailun kautta pyritään pikemminkin ymmärtämään itseä kuin pakenemaan arkea: *“an evolution of travel as self-understanding rather than escape”*.

Juurimatkailun konsepti vastaa tarpeeseen kokemuksellisesta ja merkityksellisestä matkailusta, jossa matkailijat etsivät syvempiä kulttuuriyhteyksiä, henkilökohtaisia elämyksiä ja luontoon perustuvia aktiviteetteja. Perinteisten matkakohteiden ulkopuoliset paikat voivat nostaa suosiotaan tarjoamalla paikallisia tarinoita, luovia kulttuurielämyksiä ja hitaan matkailun mahdollisuuksia.

Juurimatkailu ja Suomi

Juurimatkailu on Suomessa vielä verrattain vähän tarkasteltu matkailun osa-alue. Tässä osiossa luodaan katsaus juurimatkailun kehitysvaiheisiin, toimijoihin, toimijoiden näkemyksiin sekä Suomen vahvuuksiin ja kehittämiskohteisiin juurimatkailuliiketoiminnassa.

Muuttoliikkeet juurimatkailun käynnistäjinä

Juurimatkailun taustalla on aina ihmisten liikkuminen ja siihen liittyvät historialliset muuttovirrat. Juurimatkailuliikkeen syntyyn maassamme ovat vaikuttaneet etenkin teollistuminen ja kaupungistuminen sekä kaksi suurta muuttoaaltoa ulkomaille.

1800–1900-lukujen taitteessa yli 300 000 suomalaista suuntasi Pohjois-Amerikkaan, ja vuosina 1950–1970 yli 400 000 muutti Ruotsiin (Siirtolaisuusinstituutti 2026). Näiden ja muiden pienempien muuttoliikkeiden seurauksena syntyi ulkosuomalaisten yhteisöjä – eli juurimatkailun potentiaalista kohderyhmää – etenkin Yhdysvaltoihin, Ruotsiin, Kanadaan ja

Australiaan. Myös DMO/DMC-kyselyn vastauksissa mainittiin juuri nämä kyseiset maat juurimatkailijoiden lähtömaina.

Tutkittua tietoa maastamuutosta ja Suomen sisäisistä muuttoliikkeistä on saatavilla muuttoliikkeitä tutkivasta ja dokumentoivasta Siirtolaisuusinstituutista ja sen verkkosivuilta. Siirtolaisuusinstituutti on tärkeä sidosryhmä sukututkijoille, juurimatkailua kehittäville matkailualan toimijoille ja juurimatkailijoille, sillä sen kokoelmassa on paljon juurimatkan suunnittelussa tarvittavaa tietoaaineistoa. Instituutti myös ylläpitää Siirtolaisrekisteriä.

Case: Siirtolaisuusinstituutista tietoa ja tukea etsintään

Siirtolaisuusinstituutilla on pitkäaikaista käytännön kokemusta juurimatkailijoista. Instituutin ulkosuomalaisuus- ja maastamuuttotutkimuksesta sekä arkiston kehityksestä vastaava **Samira Saramo** kertoo, että Siirtolaisuusinstituutti tarjoaa mm. tietopalvelua juuriaan etsiville ja ottaa myös vastaan matkailijaryhmiä Turun toimitiloissaan. Ryhmävaraukset saadaan useimmiten pohjoisamerikkalaisten matkanjärjestäjien kautta. Ryhmät maksavat vierailustaan.

Saramolla on runsaasti sekä ammatillisia että henkilökohtaisia kontakteja Pohjois-Amerikassa asuviin suomalaisjuurisiin henkilöihin. Hän pitää juurimatkailun kehittämistä Suomessa tarpeellisenä. "On haasteellista löytää esivanhempansa kotikylää ja varata vaikkapa kuljetuksia pieneltä paikkakunnalta, jos juurimatkailija ei puhu suomea. Englanninkielistä ennakkotietoa voi olla hyvin rajallisesti saatavilla", Saramo toteaa.

Saramo on havainnut pitkäaikaisten kontaktiensa myötä, että kiinnostusta saattaisi hyvinkin olla myös valmiille paketeille, joissa juuriseutua kierretään ryhmänä. Ryhmämatkassa tulisi kuitenkin olla mahdollisuus myös omille lyhyemmille ja yksilöllisille retkille, kuten esimerkiksi käynnille esivanhemman haudalla paikallisella hautausmaalla.

Saramo kertoo saavansa runsaasti kyselyitä myös Suomessa asuvilta henkilöiltä, jotka etsivät Pohjois-Amerikkaan muuttaneen sukulaisensa siellä asuvia jälkeläisiä. Hän pohtiikin, millä tavoin näitä suomalaisia voisi yhdistää heihin, jotka etsivät Yhdysvalloista tai Kanadasta käsin Suomessa asuvia sukulaisiaan.



Suomeen suuntautuvalla juurimatkailella on yli sadan vuoden perinteet. Kansalliskirjaston digitoidusta amerikansuomalaisten lehtien kokoelmien artikkeleista käy ilmi, että juurimatkoja on tehty Pohjois-Amerikasta Suomeen jo 1900-luvun alussa. Esimerkiksi Cunard Line mainosti Siirtolainen-lehdessä helmikuussa 1914 “kevät ja juhannus huvimatkoja Suomeen” (Siirtolainen 6.2.1914).

Suomalainen lehdistö puolestaan uutisoi laivalla tehdyistä amerikansuomalaisten ryhmäjuurimatkoista Suomeen jo 1920-luvulta alkaen. Esimerkiksi Raahan Seudun kesäkuussa 1934 ilmestyneen numeron ensimmäinen uutinen kertoi, että kyseiselle kesälle odotettiin “ulkosuomalaisten vierailuretkikuntia melkein joka viikko” (Raahan Seutu 5.6.1934). Kesän suurimmassa ryhmässä lomamatkalle Suomeen oli tulossa kyseisen uutisen mukaan 462 amerikansuomalaista. Näistä matkoista ei kuitenkaan vielä tuolloin käytetty nimitystä juurimatka.

Kuva 1. Cunard Linen ilmoitus Siirtolainen-lehdessä 6.2.1914. Lähde Kansalliskirjaston digitaaliset aineistot.

“Ikääntyminen ulkosuomalaisten keskuudessa. Silloin kiinnostutaan juurista ja lähdetään tutustumaan niihin. Juurimatkailejoissa on paljon sellaisiakin, jotka tuntevat juurensa Suomessa ja ovat itse ensimmäinen tai toinen sukupolvi, joka Suomesta on lähtenyt. Omassakin suvussani on heitä. Lomille tullaan tutuille paikoille, mutta se yösiija ja ruoka aktiviteetit hankitaan kuten muillakin matkoilla. Enää ei ajeta Volvolla sukulaisten nurkkiin viipymään.”

Aiempia juurimatkaileuhankkeita

Taustastaan huolimatta juurimatkaileu on suomenkielisenä käsitteenä vielä verrattain uusi ja tuntematonkin. Tutkimusta ja opinnäytetöitä juurimatkaileusta saati siihen liittyvästä liiketoiminnasta on vähän, ja myös aiempia hankkeita rajallisesti.

[Matka juurille Vakka Suomi](#) -hanke oli Männäisten tori ry:n hallinnoima juurimatkaileun kehittämishanke, joka toteutettiin vuosina 2022–2024 Kustavin, Laitilan, Pyhärannan, Taivassalon, Uudenkaupungin ja Vehmaan alueella. Hankkeen tavoitteena oli luoda juurimatkaileun toimijaverkosto Vakka-Suomeen. Toimijaverkostoon liittyi hankkeen aikana 17 toimijaa viiden kunnan alueelta. Toimijoiden joukossa oli julkisen sektorin edustajia, alueellisia

yhdistyksiä ja yrityksiä/matkailutoimijoita. Hankkeen työpajoissa mm. kartoitettiin olemassa olevaa juurimatkailijoille soveltuvaa tarjontaa, kehitettiin erilaisia matkailijapersoonia ja heille sopivia teemareittejä, tuotettiin kaksi benchmarking-raporttia sekä rakennettiin brändiä Vakka-Suomen juurimatkailulle. (Männäisten tori ry 2024.)

“Hanke koettiin vaikuttavaksi, vaikkei sen lopputuloksena syntynyt esimerkiksi verkkosivua tai muuta sellaista. Hankkeen aikana yhdistynyt porukka ja valmis konsepti olivat se konkreettinen juttu.”

Matka juurille Vakka-Suomi -hankkeen koordinaattori Tiina Hero

Vakka-Suomessa on parhaillaan menossa [Las Palmas](#) -hanke. Osana kokonaisuutta siinä muun muassa perustetaan alueelle matkailu-BID (*Business Improvement District*), joka kokoaa alueen matkailutoimijat yhdeksi vahvaksi ja tunnistettavaksi kokonaisuudeksi. (Ukipolis 2026.) Vielä on liian varhaista sanoa, missä määrin hanke linkittyy kulttuurimatkailuun, mutta Matka juurille Vakka-Suomi -hanke saa tässä hankkeessa jatkumoa. Juuri- ja kulttuurimatkailu on yksi hankkeen kehittämisaihoista, jota viedään matkailu-BIDissä eteenpäin. (Vahela 2026.)

[Siirtolaisuudesta voimaa Kaustiselle](#) -hankkeessa (2023–2025) koottiin yhteen Kaustiselta lähteneitä siirtolaisia ja heidän jälkeläisiään koskevaa aineistoa, muun muassa henkilö- ja työhistorioita sekä elämäntarinoita. Aineisto on tallennettu digitaalisesti tietovarannoksi [Arviiti ry](#):n ylläpitämälle sivustolle. Hankkeessa tarkasteltiin myös paluumuuttajien asemoitumista Kaustisella sekä heidän mukanaan tuomaansa osaamista eri elämänalueilla ja kartoitettiin siirtolaisuuden vaikutuksia paikallisyhteisöön ja laajemmin yhteiskunnalliseen kehitykseen.

Siirtolaisuudesta voimaa Kaustiselle -hankkeessa tunnistettiin juurimatkailun mahdollisuudet:

“On aivan uniikki asia, että meillä on tarjota siirtolaisten jälkeläisille maisemia, joissa esivanhemmat ovat eläneet. Juurimatkailija saa olla hetken samalla maalla. Ympyrä sulkeutuu.”

Siirtolaisuudesta voimaa Kaustiselle -hankkeen hanketoimija Antti Kautonen



Kuva 2. Esimerkki Arviiti ry:n verkkosivuilla olevista siirtolaistarinoista.

Juurimatkailun toimijat Suomessa

Matkailumuotona juurimatkailu on ollut olemassa jo pitkään. Siihen liittyviä palveluita ja palveluntarjoajia on kuitenkin haasteellista löytää Suomesta juurimatkailun termejä hakusanoina käyttäen.

Juurimatkailun toimijoiksi voidaan katsoa yritykset, organisaatiot ja yhteisöt, jotka tarjoavat palveluitaan matkailijoille niin ennen juurimatkaa, matkan aikana, kuin sen jälkeenkin. Näin ollen keskeisiä toimijoita ovat esimerkiksi:

Sukututkimus- ja arkistopalvelut, kuten kirkollisten asiakirjojen tietokannat, DNA-tutkimuspalvelut, ammattisukututkijat, sekä muut digitaaliset tietokannat.

Museopalvelut ulkoilmamuseoista ja kotiseutumuseoista taiteeseen.

Opastetut kierrokset ja elämispalvelut, kuten paikallisopastukset, teemaretket, elävän kulttuuriperinnön esittely ja opastus sekä muut perinne-elämykset.

Majoituspalvelut, jotka tarjoavat yösjän juurimatkailijoille, tai majoitusmuodot, jotka välittävät esimerkiksi paikallista rakennusperintöä ja perinnemaisemaa.

Tapahtumat, jotka kokoavat ihmisiä esimerkiksi kulttuuri-identiteetin tai paikallisuuden äärelle.

Digitaaliset palvelut ja alustat, kuten erilaiset verkkokurssit ja karttapalvelut.

Alueelliset myynti- ja markkinointiorganisaatiot, kuten DMOt ja DMCT, jotka välittävät paikallisia palveluita ja edistävät kohteiden vetovoimaa.

Tämän raportin taustaksi on kartoitettu erityisesti toimijoita, jotka tarjoavat palveluitaan juurimatkan aikana.

Case: Matkanjärjestäjän näkemystä juurimatkailun kehittämiseen

Matkanjärjestäjä [Dooris Travel](#) on tuottanut matkoja Yhdysvalloista Suomeen tuleville juurimatkailijoille vuodesta 2014 alkaen. Pääosin kyse on ryhmistä, mutta ajoittain myös yksittäisistä asiakkaista. Ennen Dooris Travelin perustamista yrittäjä **Riikka Pajusella** oli jo kokemusta muutaman ryhmäjuurimatkan tuottamisesta Suomi-Seuran Matkatoimistossa. Muita Dooris Travelin kaltaisia, juurimatkailuun keskittyviä suomalaisia incoming-toimijoita ei ole Pajusen tiedossa.

Vaikka Pajusella on vahvaa osaamista juurimatkailusta, yrityksen toiminta on tarkoituksella pienimuotoista. Pajunen ei myöskään liiemmin tee markkinointitoimenpiteitä, vaan asiakkaat löytävät hänen palveluidensa luokse yhdysvaltalaisen pitkäaikaisen yhteistyökumppanin kautta tai "suusta-suuhun menetelmällä". Pajunen näkee juurimatkailun kehittämisessä ilman muuta potentiaalia. Hänen mukaansa juurimatkailutuotteiden myyntiä helpottaisi esimerkiksi se, että teema otettaisiin mukaan Visit Finlandin markkinointiviestintään.

Pajunen kertoo, että monilla hänen tuntemillaan oppailla on kokemusta juurimatkailijoiden opastamisesta, mutta kukaan ei ole profiloitunut juurimatkailuun erikoistuneeksi oppaaksi tai markkinoi palvelujaan nimenomaan juurimatkailijoille. (Pajunen 2026.) Oletettavasti tilanne on vastaavanlainen myös esimerkiksi majoitusliikkeissä ja alueellisissa matkailutoimistoissa: valtaosa niistä palvelee jo nyt joko muualta Suomesta tai ulkomailta juurilleen palaavia matkailijoita, mutta heitä ei välttämättä ole tunnistettu omaksi matkailijaryhmäkseen.

Seinäjoen Peräseinäjoella on toiminut vuodesta 2006 alkaen [Siirtolaisuusmuseo](#), jonka asiakaskunnassa on myös ulkomailta saapuvia juurimatkailijoita. Museon toimintaa ylläpitää Suomen Siirtolaisuusmuseon Tuki ry. Toiminnanjohtaja **Paula Vannesluoman** mukaan iso osa ulkomaisista asiakkaista saa tietoa museosta paikallisten sukulaistensa kautta. Lisäksi paikalliset oppaat järjestävät vierailuja ohjelmineen. (Vannesluoma 2026.)

Koska juurimatkailuun erikoistuneita yrityksiä ei liiemmin ole löydettävissä, toimijoiden kartoituksessa tarkasteltiin eri toimijoiden potentiaalia ja edellytyksiä palvella juurimatkailijoita: tarkastelun kohteena ovat olleet toimijat, joiden tuotteet ja palvelut soveltuvat juurimatkailijoille riippumatta siitä, ovatko toimijat itse tunnistaneet tai nimenneet kohderyhmäkseen juurimatkailijat.

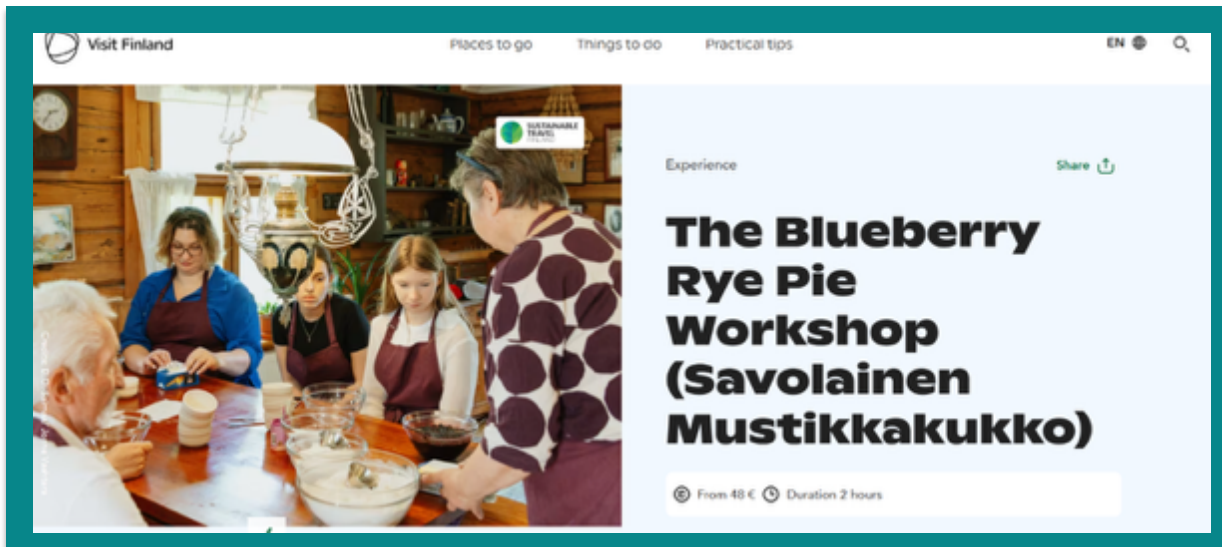
Esimerkkejä juurimatkailun alle sopivista palveluista ja tuotteista Suomessa

Visit Finlandin kehittämä matkailuyrityksille ja -alueille tarkoitettu [Sustainable Travel Finland](#) (STF)-merkin saaminen edellyttää perehtymistä paitsi ekologiseen myös sosiokulttuuriseen ja taloudelliseen kestävyys. Sosiokulttuurisen kestävyys ja toiminnan aluetaloudellisten vaikutusten puntarointi liittyvät olennaisesti myös juurimatkailun kehittämiseen.

Niinpä STF-merkin saaneiden yritysten joukosta on kohtuullisen helppo löytää matkailuyrityksiä, joiden toiminta pohjautuu paikallisuuteen ja paikalliseen kulttuuriperintöön. Tällaisilla yrityksillä on jo nyt palveluita ja tuotteita, jotka sopisivat joko sellaisenaan tai pienin muokkauksin myös juurimatkailutuotteiksi, jos ne esiteltäisiin sellaisina.

Tällaisia tuotteita voisivat olla esimerkiksi Visit Finlandin [Things to do](#) -verkkosivulla olevat

- joensuulaisen Lietsu Boutique Aparthotelin [Authentic Karelian Culture & Cuisine in Finnish Lakeland](#) -ryhmätuote
- puumalalaisen Okkolan Lomamökkien tarjoama [The Blueberry Rye Pie Workshop](#) ja
- Jyväskylän seudulla toimivan Nukulan [Warm up the Sauna like a Finn!](#) -elämys.



Kuva 3. STF-merkityn Okkolan Lomamökkien mustikkakukkopaja esitellään Visit Finlandin [verkkosivuilla](#).

Myös matkailun alueorganisaatioiden sivuilla eri puolilta Suomea on jo nyt lukuisia yrityksiä, jotka voisivat kiinnostaa juurimatkailijoita. [Haapalan](#) viidennen sukupolven perhetila Arctic Lakeland -alueella, Visit Kristinestad -sivulta löytyvä [Krepelin](#) ja Visit Seinäjoki Regionin alueella oleva [Kosolan Talo](#) ovat vain pari yksittäistä esimerkkiä yrityksistä, joiden juuret ulottuvat pitkälle menneisyyteen ja jotka voisivat tulla osaksi juurimatkaelämästä.

Toimijoiden näkemyksiä juurimatkailusta

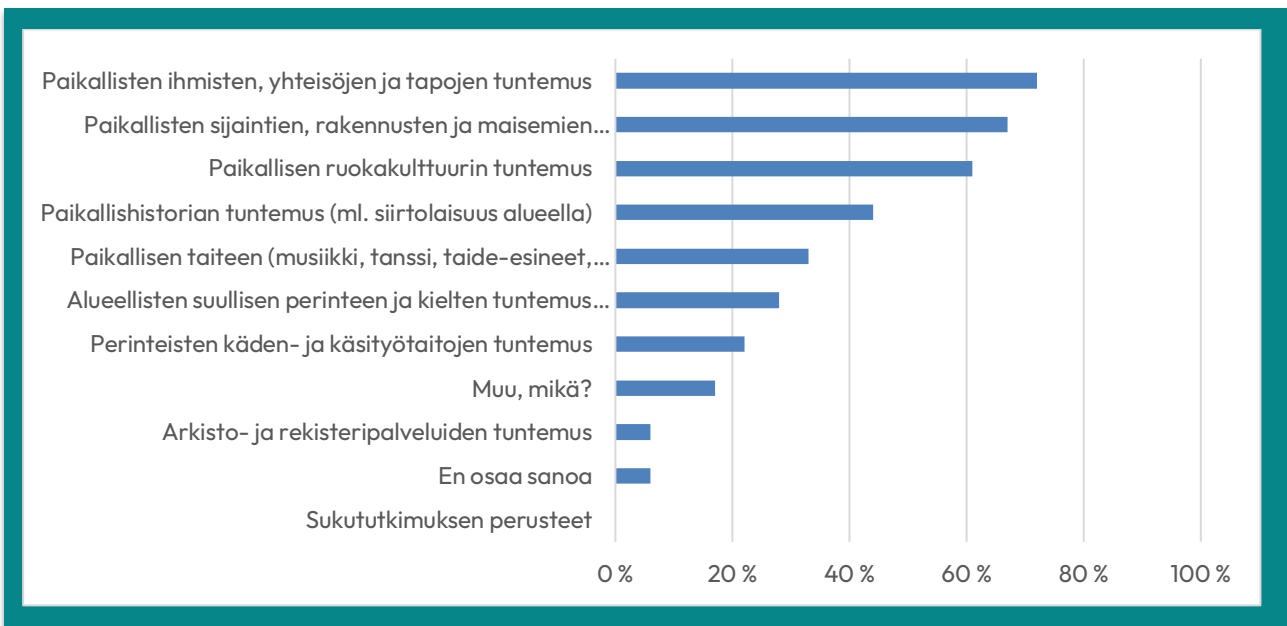
Saadaksemme kattavan kuvan siitä, miten hyvin juurimatkailu tunnetaan alueellisesti ja millaisia palveluita ja mahdollisuuksia siihen liittyen tunnistetaan, toteutimme DMO ja DMC-toimijoille suunnatun kyselyn. Kyselyyn saatiin yhteensä 18 vastausta, joista viisi määritteli itsensä DMO:n edustajiksi, neljä DMC-toimijaksi ja yhdeksän joko molemmiksi, tai erilaisten kehitysorganisaatioiden edustajiksi sekä asiantuntijoiksi. Mukana oli myös yksi palveluntuottaja. Se että kyselyyn ei saatu vahvasta markkinoinnista huolimatta tämän enempää vastauksia, kertoo mielestämme muun muassa siitä, että alueellisesti juurimatkailua ei ole vielä tunnistettu yhtenä matkailun tulevana trendinä.

Suurin osa vastaajien organisaatioista toimi rannikolla ja saaristoalueilla (44 %), kolmasosa (33 %) Järvi-Suomessa, sekä loput Helsingin suuralueella, Lapissa ja Pirkanmaalla. Se, että vastauksia saatiin eniten rannikkoalueilta, voi viitata siihen, että alueilta, joilta on lähdetty eniten maailmalle, on myös herätty varhain juurimatkailun mahdollisuuksiin.

DMO/DMC-kyselyyn vastanneissa organisaatioissa paikallisten ihmisten, yhteisöjen ja tapojen tuntemus oli yleisin juurimatkailuun liittyvä osa-alue, joka koettiin omaksi

vahvuudeksi. Myös paikallisten sijaintien, rakennusten ja maisemien, sekä paikallisen ruokakulttuurin tuntemus nousi esille. Noin kolmannes koki myös paikallishistorian tuntemuksen, sekä paikallisen taiteen tuntemuksen vahvuudekseen. Useampi vastaaja nosti vahvuuksinaan esiin myös paikalliset verkostot ja paikallisen tiedon, joiden merkitys on mitä todennäköisemmin tärkeässä asemassa juurimatkailun kehittämisessä.

Vaikka osa vastanneista olikin nimennyt erilaiset verkostot vahvuudekseen, useissa vastauksissa läpi kyselyn toistui myös vahva tarve rakentaa juurimatkailun verkostoa, joka ulottuisi maakuntarajojen yli. Juurimatkailijoiden henkilöhistoriat, taustat ja tarpeet eroavat toisistaan, mikä heijastuu heidän toiveisiinsa ja tarpeisiinsa matkan suhteen. Näin ollen myös toimijoiden yhteistyötä tarvitaan, jotta voidaan tuottaa yksilöllisiä juurimatkoja – yksi toimija harvoin pystyy tuottamaan koko matkaa.



Kuva 4. Kyselyyn vastanneiden toimijoiden näkemykset vahvuuksistaan juurimatkailun osa-alueilla.

Kyselyn vastausten perusteella potentiaalia kuitenkin myös erilaisille yhteistyöverkostoille on, sillä yksittäisiä toimijoita tunnistettiin useita. Yksitoista kahdeksastatoista vastanneesta vastasi myöntävästi kysymykseen, onko omassa organisaatiossa tai alueella tällä hetkellä juurimatkailijoille sopivia palveluita ja tuotteita. Myöntävästi vastanneet tunnistivat seuraavanlaisia alueillaan olemassa olevia palveluita, jotka soveltuvat jo nykyisellään juurimatkailijoille:

Opastukset ja kierrokset

- Opastetut kierrokset paikallisissa kohteissa, liittyen paikallishistoriaan ja -kulttuuriin
- Kirkot ja hautausmaat
- Muut paikallisoppaiden palvelut

Museot ja näyttelyt

- Paikallis- ja kotiseutumuseot
- Näyttelyt, joiden teemat liittyvät paikalliseen kulttuuriin ja historiaan
- Esimerkkinä elävän perinnön näyttely kansansoitinmuseossa

Työpajat ja kurssit

- Käsityöpajat
- Perinnetaitotyöpajat (kuten karjalanpiirakkapaja)
- Kulttuuriin ja historiaan liittyvät kurssit

Aktiviteetti- ja elämyspalvelut

- Perinnesaunottaminen
- Paikalliseen musiikkiin liittyvät elämykset
- Elämystuotteet, kuten kokouspaketit

Muut paikalliset palvelut ja yritykset

- Lähiruokatuottajat
- Käsityöliikkeet
- Ravintolat
- Muut paikalliset toimijat ja tilat

Räätälöidyt palvelut

- Räätälöidyt matkasuunnitelmat asiakkaille

Voidaankin ajatella, että uusien palvelukokonaisuuksien ja muiden liiketoimintamahdollisuuksien lisäksi juurimatkailulla voidaan todellakin lisätä myös olemassa olevien palveluiden kysyntää. Samoilla linjoilla oli myös eräs kyselyyn vastannut:

“Juurimatkailijat tarvitsevat samoja palveluja kuin muutkin - ruokaa ja yösijaa. Heidän myötäään nämä palvelut säilyvät, kuten kaikkien asiakkaiden myötä.”

Kyselystä voimme tehdä myös seuraavia mielenkiintoisia nostoja:

- Yli 80 % vastanneista kertoi organisaationsa tehneen **yhteistyötä museoiden kanssa** ja 44 % kertoi tehneensä yhteistyötä myös kotiseutu- ja kyläyhdistysten tai vastaavien paikallisten toimijoiden kanssa. Useampi vastaaja kertoi yhteistyöstä myös seurakuntien kanssa. Sen sijaan vain yksittäiset vastaajat kertoivat yhteistyöstä arkistojen ja sukututkijoiden kanssa. Avoimissa vastauksissa nousi esiin myös erilaiset perinteiset matkailutoimijat kuten majoittajat ja oppaat, sekä kirjasto, viljelijäyhteisöt ja paikalliset asukkaat.
- Kyselyssä selvitettiin myös, millaisia juurimatkailuun tai kulttuuriperinnön hyödyntämiseen liittyviä yhteistyömahdollisuuksia vastaajat tunnistivat jo löytyvän alueeltaan. Useampi vastaaja tunnisti alueeltaan erilaisia **perinteisiin ammatteihin liittyviä mahdollisuuksia** kuten maaseudun ammasteista (mm. metsänhoito), sekä teollisuusperinnöstä. Paikallisopastoinnin elvyttäminen, kyläyhdistysten ja kotiseutuyhdistysten merkitys nousivat myös esille.
- **Juurimatkailijat asiakasryhmänä** ei ole vielä ainakaan kyselyn vastausten perusteella erityisen tuttu, sillä lähes puolet (44 %) vastanneista ei osannut sanoa, onko omassa organisaatiossa tai alueella kokemusta juurimatkailijoista asiakkaina. Lähes 28 % vastanneista kuitenkin tunnisti juurimatkailijoiden olleen yksi asiakasryhmä. Lisäksi vain kolme vastaajaa oli osannut kertoa kokemuksia juurimatkailijoista asiakkaina. Vastauksissa kuitenkin nousi esiin kiinnostus omia sukujuuria kohtaan.
- Suurimpina esteinä tai haasteina juurimatkailun kehittämisessä vastaajat mainitsivat yleisimmin **kysynnän epävarmuuden sekä resurssien ja yhteistyökumppaneiden puutteen**. Avoimissa vastauksissa mainittiin mm. se, että **asiaan ei ole vielä perehdytty**.
- Juurimatkailun **kehittämisen tueksi toivottiin eniten tietoa kysynnästä, verkostoitumista ja yhteisiä konsepteja/tuotekortteja**. Avoimissa vastauksissa toivottiin mm. juurimatkailuryhmiä tekevien kv-matkanjärjestäjien kontaktitietoja.
- Lisäksi vastauksista nousee näkökulma, että **juurimatkoja tehdään niin yksittäisten matkailijoiden toimesta kuin ryhminä**. Toteutustapa vaikuttaa palveluiden tuottamisessa tarvittavan räätälöinnin määrään ja sen myötä kustannuksiin.

Liiketaloudellinen potentiaali Suomessa

Juurimatkailu on kasvava matkailualan segmentti, joka muuttaa sukujuuria ja muuttoliikkeen perintöä henkilökohtaisiksi matkailupalveluiksi ja alueelliseksi palvelutuloksi. Sen kaupallinen potentiaali perustuu korkean lisäarvon räätälöintiin, vahvoihin tunteisiin perustuviin ostopäätöksiin sekä kykyyn luoda hajautettua tuloa paikallisille matkailuelinkeinoille suurten matkailijavirtojen ulkopuolella.

Suomalaisjuuriset maailmalla

Arviot suomalaisjuuristen tai suomalaisjuuriseksi identifioituvien ihmisten määrä maailmalla vaihtelevat suuresti. Arvioita on esitetty puolestatoista miljoonasta ylöspäin. Esimerkiksi Liimataisen (2026) mukaan suomalaista syntyperää olevia, ulkomailla asuvia henkilöitä arvioidaan olevan noin 1,6–2 miljoonaa. Sen sijaan jotkut suomalaiset asiantuntijat ovat arvioineet, että pelkästään Yhdysvalloissa suomalaistaustaisia henkilöitä voisi olla jopa useampi miljoona (Finland Times, 2014).

USA Census (2022) arvioi, että **Yhdysvalloissa** on noin 610 000 suomalaisjuuriksi itsensä identifioivaa ihmistä. Tämä luku perustuu ihmisten omaan raportointiin, jolloin se jättää huomioimatta esimerkiksi sellaiset ihmiset, jotka eivät tiedä suomalaisista juuristaan (ja löytävät ne ehkä myöhemmin DNA-tutkimuksen kautta), tietävät omaavansa pohjoismaisia tai 'skandinaavisia' juuria (mutta ei suomalaisia) tai jotka raportoivat olevansa 'mixed ancestry'.

Yhdysvalloissa suomalaisjuurisen väestön suurin keskittymä on Minnesotassa, jossa 1,7 prosenttia väestöstä on suomalaistaustaisia. Toiseksi sijoittuu Michigan 0,9 prosentin osuudella. Lisäksi suomalaistaustaisia ihmisiä asuu Pohjois-Dakotassa, Wisconsinissa, Montanassa ja Washingtonissa. (World Population Review, 2026.)

Tilastokeskus **Kanadan** (Statistics Canada) vuoden 2021 väestönlaskennan mukaan suomalaistaustaisia kanadalaisia on noin 144 000. Suomalaistaustaista väestöä on erityisesti Ontariossa, Brittiläisessä Kolumbiassa, Albertassa ja Thunder Bayn alueella.

Ruotsissa puolestaan arvioitiin olevan noin 733 000 suomalaistaustaista henkilöä vuonna 2024. Suomalaistaustaisella tarkoitetaan tässä henkilöä, joka on joko itse syntynyt Suomessa, jonka vanhemmista ainakin toinen on syntynyt Suomessa tai jonka isovanhemmista ainakin yksi on syntynyt Suomessa (Sametinget 2025). Ruotsinsuomalaiset

muodostavat Suomen lähimmän ja helpoimmin tavoitettavan markkinan, jossa juurimatkailun potentiaalia tukevat lyhyet etäisyydet ja vahvat kulttuuriset siteet Suomeen.

Myös yhä nykyään monet suomalaiset muuttavat ulkomaille opintojen, työn, eläkepäivien tai perheen vuoksi. Ulkomaille muuttaminen voi olla myös tilapäistä. Suosituimmat muuttokohteet ovat Ruotsi, Iso-Britannia, Saksa, USA ja Espanja. Näitä ulkomailta asuvia Suomen kansalaisia on sisäministeriön (2021) mukaan on noin 300 000.

Huomionarvoista juurimatkailun taloudellista potentiaalia arvioidessa on se, että juurimatkailijat matkustavat harvoin yksin. Juurimatkoja saatetaan tehdä yhdessä jopa kolmen sukupolven voimin, jolloin todellinen potentiaali paljon suurempi.

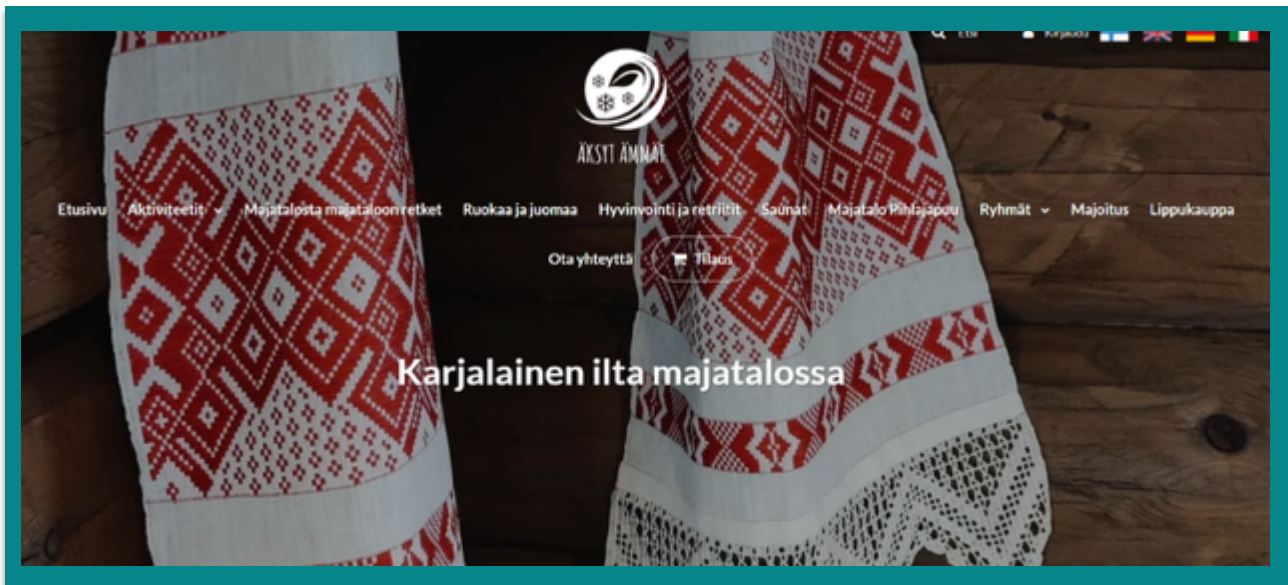
“Tällä hetkellä ei ole aktiivisia toimenpiteitä. En pidä juurimatkailua erityisen tärkeänä.”

Juurimatkailun alueellinen potentiaali Suomessa

Tällä hetkellä ulkomainen matkailukysyntä kohdistuu voimakkaimmin Uudenmaan ja Lapin maakuntiin. Juurimatkailu voi luoda tulopotentiaalia uusille, vähemmän kysytyille alueille. Muuttoliikkeet määrittävät yhtenä tärkeänä tekijänä juurimatkailun alueellista potentiaalia: mitä enemmän kustakin kylästä, kaupungista tai seudulta on lähdetty joko muualle Suomeen tai ulkomaille, sitä suurempi juurimatkailun kohderyhmä sillä on.

Esimerkiksi Etelä-, Keski- ja Pohjois-Pohjanmaalla olisi edellytykset saada alueilleen runsaasti juurimatkailijoita Pohjois-Amerikasta, sillä niiltä alueilta siirtolaisuus Yhdysvaltoihin ja Kanadaan 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alkupuolella oli suurinta (Saramo 2026). Yhdysvaltoihin, Kanadaan, Ruotsiin ja moniin muihin maihin on kuitenkin lähdetty aikojen saatossa kaikkialta Suomesta.

Lisäksi juurimatkailuun liittyvää liiketoimintapotentiaalia on olemassa erityisesti alueilla, joilla sukuyhteydet ja paikallinen identiteetti ovat vahvoja. Alueellisia ominaispiirteitä tuodaan ansiokkaasti esille muun muassa Pohjois-Karjalassa, jossa karjalaiset perinneruoat, käsipaikat ja vaikkapa karjalainen runolauluperinne nousevat esille sekä matkailualueen viestinnässä että matkailutuotteissa (ks. esim. Äksyt Ämmät Oy:n [Karjalainen ilta majatalossa](#)).



Kuva 5. Äksyt Ämmät Oy:n Karjalainen ilta majatalossa on erinomainen esimerkki paikallisuuteen pohjautuvasta ja juurimatkailijoille soveltuvasta elämäksestä.

Kotimaanmatkailun saralla yksittäiset henkilöt matkailevat aktiivisesti juurilleen, sukuseuroja kokoontuu läpi vuoden ympäri maata, ja esimerkiksi siirtokarjalaisille ja heidän jälkeläisilleen suunnattuja juuriin liittyviä kokoontumisia ja tapahtumia on kaikkialla. Heidän aktiivinen toimintansa etenkin pääkaupunkiseudun ulkopuolella pohjautuu pitkälti karjalaisjuuristen henkilöiden vapaaehtoistyönä ylläpidettäviin pitäjaseuroihin ja muihin vertaisyhdistyksiin.

DMC- ja DMO-toimijoille suunnatun kyselymme mukaan juurimatkailun viisi tärkeintä taloudellista tai imagollista vaikutusta organisaatiolle tai alueelle ovat seuraavat:

1. Mahdollisuus säilyttää ja vahvistaa kulttuuriperintöä
2. Mahdollisuus kasvattaa sesongin ulkopuolista matkailua
3. Mahdollisuus houkutella niche-matkailijoita
4. Mahdollisuus vahvistaa maaseutualueiden elinvoimaisuutta
5. Mahdollisuus kehittää uudenlaisia matkailupalveluita ja matkailun tukipalveluita

Alueellista potentiaalia tarkastellessa on hyvä huomioida, että vaikka osalla juurimatkailijoista on hyvinkin tarkkaa tietoa suvustaan ja niihin liittyvistä paikoista, osa ei välttämättä tiedä muuta kuin että juuret johtavat Suomeen. Näin ollen kaikki eivät hakeudu juuriensa ohjaamana millekään tietyle paikkakunnalle tai edes tietyle alueelle Suomessa, vaan ylipäätään Suomeen.

Matkailuyritysten mahdollisuudet tuottaa juurimatkailupalveluita

Juurimatkailun kehittämisessä yrityksen tai matkailualueen ei läheskään aina tarvitse erikseen keksiä uusia vetovoimatekijöitä, vaan vetovoima on jo olemassa paikoissa, perinteissä ja tarinoissa. Aiheesta kiinnostuneet matkailuyritykset voivat rakentaa juurimatkailuun soveltuvia tuotteita ja palveluita pitkälti olemassa olevien palvelujen päälle ilman raskaita uusia investointeja. Kulttuurimatkailun vastuullinen kehittäminen parantaa samalla automaattisesti myös juurimatkailun edellytyksiä.

Jos matkailuyrityksellä on hyvä, aitoon paikallisuuteen pohjautuva perustuote jo olemassa, parhaimmillaan riittää tarinan muuttaminen juurimatkailijalle sopivaksi. Tarvittaessa lisätään tai ohjataan asiakas hankkimaan yhteistyökumppanilta hänen haluamiaan tukipalveluita, kuten sukututkimuspalvelut tai hautojen sijaintipaikkojen selvitys. Parhaimmassa tapauksessa nämäkin palvelut voidaan saada verkostoitumisen avulla ”omalta kylältä”. Näin jo olemassa oleva palvelu voidaan siten personoida esimerkiksi asiakkaan sukuhistoriaan liittyväksi.

Jotta voidaan rakentaa personoituja ja räätälöityjä juurimatkatuotteita, tarvitaan yhteistyötä ja uudenlaisia liiketoimintaekosysteemejä. Juurimatkailu voi tuoda yhteen paikallisesti:

- kotiseutuyhdistykset
- sukuseurat
- kylät ja kunnat
- paikallishistorioitsijat ja matkaoppaat
- paikallismuseot ja -tapahtumat
- sukututkijat ja DNA-palvelut
- museot, arkistot ja kokoelmat
- käsityöpajat
- taidenäyttelyt ja muut kulttuuritoimijat
- kirjastot
- lähiruoan tuottajat ja maatilat
- kirkot ja seurakunnat
- ravintolat ja catering-yritykset
- kuljetuspalvelut
- matkailuyritykset

Liiketoimintapotentiaalia euroissa on haasteellista määritellä, koska juurimatkailijoiden tilastointi Euroopan benchmarking-alueillakaan ei ole vakiintunutta. Hintatasoa voi kuitenkin

hahmotella asiakkaalle tuotettavan elämyksen henkilökohtaisen arvon kautta. Kun tavanomainen ulkomainen matkailija on valmis maksamaan esimerkiksi pilkki- tai metsäretkestä summan X, on ensimmäistä kertaa Suomeen tuleva juurimatkailija oletettavasti valmis maksamaan vähintään saman tai korkeamman hinnan siitä, että saa pilkkiä samalla järvellä kuin esi-isänsä tai kulkea samassa metsässä kuin isoisoäiti lapsena. Kyse on yhteyden ja kuulumisen tunteen mahdollistavasta kokemuksesta, ei “pelkästä” luontoretkestä.

Tanskassa kahden päivän juurimatkan maapalvelujen hintaesimerkki kahdelle hengelle on 3000 USD eli noin 2550 euroa ([Danish Heritage Tours](#)). Voisiko Suomikin houkutella tuhansia juurimatkailijoita ulkomailta, ehkä sesonkien ulkopuolella, ja erityisesti maaseutualueille ja suurien matkailijavirtojen ulkopuolelle?

“Mitkä ovat tärkeimpiä organisaatioita/sisältöjä, joita seurata juurimatkailun tuotteistamisessa? Alueellamme on aidosti valtavan paljon tarjottavaa juurimatkailijoille, tuotteistus ja markkinointi vain puuttuu!”

Suomen vahvuudet ja kehityskohteet juurimatkailussa

Kuten todettua, juurimatkailuliiketoiminta ei ole maassamme täysin uusi asia. Meillä on hyvää juurimatkailuosaamista esimerkiksi ajoilta, jolloin siirtokarjalaiset ja heidän jälkeläisensä tekivät aktiivisesti kotiseutumatkoiksi kutsuttuja juurimatkoja pakkoluovutettuun Karjalaan. Näitä matkoja tehtiin Neuvostoliiton hajoamisen jälkeisestä ajasta alkaen aina itärajan sulkeutumiseen asti marraskuussa 2023. Matkoista menetetyille kotipaikoille ehti syntyä merkittävää liiketoimintaa monille suomalaisille kuljetusyhtiöille ja matkatoimistoille. Näillä toimijoilla ja matkoilla mukana olleilla oppailla on siten ymmärrystä ja kokemusta juurimatkailun luonteesta, vähintäänkin outbound-näkökulmasta.

Vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia on eritelty seuraavassa SWOT-analyysissä:

<p style="text-align: center;">Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Siirtolaisuushistoria pohjana juurimatkailulle ◆ Suomen hyvä maine ja toimiva yhteiskunta <ul style="list-style-type: none"> ◆ NATO-jäsenyys ◆ Helppo mukauttaa jo olemassa olevia matkailutuotteita juurimatkailutuotteiksi (hyvä panos-tuotos) ◆ Osaamista ns. kotiseutumatkoista ◆ Digitalisaatio (esim. hautojen digitalisointi käynnissä) ◆ Kattavat kirkonkirjat ja arkistot ◆ Aktiiviset paikallismuseot ja kyläyhdistykset sekä sukuseurat <ul style="list-style-type: none"> ◆ Sukututkimus- ja DNA-osaaminen ◆ Verkostoituneet kylät ◆ Kirjastoverkosto ja kotiseutukokoelmat ◆ Suomalaiset tekevät aktiivisesti DNA-testejä, jolloin osumia tulee ulkomailta ◆ Toimijoiden paikallisten ihmisten, yhteisöjen ja tapojen tuntemus ◆ Toimijoiden paikallisten sijaintien, rakennusten ja maisemien sekä paikallisen ruokakulttuurin tuntemus <ul style="list-style-type: none"> ◆ Toimijoiden paikallisen taiteen tuntemus ◆ Vahva yhteys moniin Visit Finlandin esille nostamiin tuotekehitysteemoihin (esim. ruokamatkailu) <ul style="list-style-type: none"> ◆ STF-ohjelman synergia juurimatkailun kehittämiseen 	<p style="text-align: center;">Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Ei ole vielä tuotteistettu eikä ole paketoivia toimijoita <ul style="list-style-type: none"> ◆ Suomessa ei ole tutkimusta aiheesta ◆ Juurimatkailijat asiakasryhmänä vielä tunnistamaton ◆ Heikko löydettävyys ja yhteisen termistön puute <ul style="list-style-type: none"> ◆ Tiedon puute ◆ Valtakunnalliset rakenteet ja kannustimet juurimatkailun kehittämiseen puuttuvat ◆ Maailmalla olevan suomalaisjuurisen väestön pienehkö koko <ul style="list-style-type: none"> ◆ Kielitaito ei riitä kaikissa organisaatioissa ◆ Markkinointiosaaminen voi nousta esteeksi ◆ Alueellinen yhteistyö voi olla vähäistä, 'kuntapoterot' ◆ Ketjuvaltaisuus ja paikallisuuden puute ruokakaupoissa yms. ◆ Kesälomien eriaikaisuus (koulujen alettua Suomen palvelutarjonta pienenee)
<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Rooli maaseudun pienten paikkakuntien ja kylien elinvoiman ylläpidossa ◆ Voi auttaa säilyttämään ja vaalimaan paikallisia perinteitä ja kulttuuria <ul style="list-style-type: none"> ◆ Taloudellinen mahdollisuus erityisesti mikroyrityksille ja kolmannelle sektorille ◆ Kotimaan juurimatkailu maaseudun elinvoiman moottorina <ul style="list-style-type: none"> ◆ Perinteisten ammattien elvyttäminen ◆ Uutta liiketoimintaa ei-matkailuyrityksille <ul style="list-style-type: none"> ◆ Kausivaihteluiden tasaaminen ◆ Virtuaalijuurimatkat 	<p style="text-align: center;">Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Venäjän läheisyys ja geopoliittinen tilanne saattaa pelottaa potentiaalisia juurimatkailijoita ◆ Matkustamisen hinta voi joillekin tulla esteeksi <ul style="list-style-type: none"> ◆ Tiukka sääntely ◆ Poliittinen päätöksenteko (ml. Visit Finlandille suunnattava rahoitus) ◆ Kasvava kriittisyys matkailua kohtaan (ympäristövaikutukset)

Kuva 6. SWOT-analyysi juurimatkailusta Suomeen

“Markkinointimateriaali ei riitä, tarvitaan yhteistä matkailuvientiä.”

II Juurimatkailu Euroopassa: benchmarking-alueet

Euroopassa juurimatkailumarkkina on herätty. Tässä osiossa tarkastellaankin juurimatkailun kehittymistä ja nykytilaa valituissa eurooppalaisissa vertailumaissa. Benchmarking-maiden valinnassa on painotettu erityisesti niitä maita, joissa juurimatkailu on vakiintunut osaksi matkailutarjontaa ja joissa sen edistämiseksi on kehitetty tunnistettavia toimintamalleja ja rakenteita.

Tarkastelu on jäsennetty aihealueittain siten, että kustakin teemasta, kuten palveluista, digitaalisista kanavista ja markkinoinnista, nostetaan esiin hyviä käytäntöjä eri maista. Tavoitteena on koota yhteen konkreettisia esimerkkejä siitä, miten juurimatkailua on onnistuneesti kehitetty eri puolilla Eurooppaa, ja tunnistaa sellaisia toimintamalleja, joista voidaan ottaa oppia myös suomalaisessa kontekstissa.

Alla mainittujen yritysten liikevaihtoa tai muita yritystoimintaan liittyviä taustoja (omistus pohja yms.) ei ole selvitetty tätä raporttia varten.

Pienten kylien Italia

Italiassa on viime vuosina panostettu erittäin paljon juurimatkailun kehittämiseen. Potentiaalinen markkina on suuri, sillä italialaisjuurisia ihmisiä asuu maan ulkopuolella 60–80 miljoonaa (Ferrari & Nicotera 2021, 23).

Tällä hetkellä kehittämistä tehdään etenkin rakenteellisen juurimatkailun kehittämisohjelma [Italean](#) avulla. Monivuotisessa ohjelmassa järjestetään tapahtumia, kehitetään palveluja valtakunnallisesti ja rakennetaan verkostoja eri puolille Italiaa. Italean toimenpiteet on suunnattu sekä heille, jotka jo tuntevat italialaiset juurensa ja haluavat matkustaa juurilleen, että heille, jotka tarvitsevat apua juurien etsimisessä. Osana Italea-ohjelmaa vuosi 2024 nimettiin italialaisten juurien teemavuodeksi, mikä näkyi vahvasti myös ulkomaille suunnatussa matkailumarkkinoinnissa. Arvioiden mukaan kyseisen vuoden juurimatkailutulot kasvoivat merkittävästi aiemmasta vuodesta. (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale 2026.)

Ohjelman kolmen ensimmäisen vuoden aikana on järjestetty runsaasti tapahtumia, joihin on ulkoministeriön mukaan osallistunut arviolta 50 000 henkilöä. Alueelliset Italea-toimijat ovat

vastaanottaneet yli 10 000 matkailu- tai sukututkimuspyyntöä. (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale 2026.)

Juurimatkailijalle näkyvin yksittäinen Italean tuotos on verkkosivusto [Italea.com](https://italea.com). Se toimii juurimatkailuohjelman digitaalisena palvelualustana, joka kokoaa yhteen juurimatkailuun liittyvää tietoa, palveluja ja kiinnostavia tapahtumia. Sekä ulkoasultaan että sisällöltään houkutteleva sivusto on rakennettu ensisijaisesti matkailijan näkökulmasta, mutta sen rakenne tukee myös juurimatkailun toimijoita tarjoamalla keskitetyn kanavan palvelujen esiin tuomiseen. Alustalla ei ole varausmahdollisuutta.

Mukana on palveluntuottajia laidasta laitaan, suurista museoista ja alueellisista Italea-toimijoista yksittäisten palveluiden pieniin tuottajiin. Palveluita voi hakea kartan, yksittäisen paikkakunnan tai kategorian avulla. Pääkategoriat ovat *Discover*, *Learn* ja *Living the land actively*. Niiden alla olevia alakategorioita ovat muun muassa *Food and wine and local products*, *Educational experiences and study holidays* ja *Villages and historic centers*. Alustalla on yksittäisten palveluiden ja tuotteiden lisäksi myös useamman päivän matkaohjelmaehdotelmia. (Italea 2026.)

italea Roots Experiences Itineraries Museums of Italian Emigration About Us News Italea Card ENG

Educational experiences and study holidays

Roots Journaling

Varese (VA) tradizione mancante: ©C (average)

The experience

A slow-looking workshop that **trains your eye to notice** what travel too often forgets. Through simple prompts – quick sketches, color swatches, maplets, labels, and short captions – you'll build a page that tells the story of your roots day. No drawing skills required: just curiosity and the wish to remember. Indoor or outdoor, the focus is on vision, detail, and **the art of seeing so memories last**.

DURATION OF THE VISIT
Half to full day

OFFER IN
italiano and other 1

Kuva 7. Italea.com-sivustolla on tarjolla myös juurimatkan dokumentointiin liittyviä palveluja.

Tapauksia ja toimijoita Italiassa

[Roots-in](#) on Italian Basilicatan alueella järjestettävä juurimatkailun ammattilaistapahtuma, joka kokoaa yhteen alan toimijoita kansallisesti ja kansainvälisesti. Kyseessä on B2B-muotoinen kohtaamisfoorumi, jossa matkailualan yritykset, alueorganisaatiot, julkiset toimijat ja muut sidosryhmät esittelevät palvelujaan, etsivät yhteistyökumppaneita ja käyvät liiketoimintaneuvotteluja. Tapaus toimii siten käytännönläheisenä markkinapaikkana ja verkostoitumisalustana, jossa kysyntä ja tarjonta kohtaavat. (Roots-in 2026.)

Roots-in-tapahtuman järjestäjinä toimivat APT Basilicata yhteistyössä Italian matkailutoimisto ENITin kanssa. Sisällöllisesti Roots-in linkittyy Italea-ohjelmaan, mutta kyseessä on kuitenkin erillinen projekti.

Kattavien toimenpiteiden seurauksena Italiassa, etenkin maan eteläosissa, on tällä hetkellä poikkeuksellisen runsaasti sekä juurimatkkoja paketoivia toimijoita että yksittäisiä juurimatkailutuotteita. Juurimatkailun kehitykseen Italiassa perehtynyt Calabrian yliopiston matkailu- ja paikkamarkkinoinnin professori **Sonia Ferrari** (2026) toteaa, että juurimatkailusta on muodostumassa Italiassa yhä tärkeämpi osa matkailualaa.

Ferrarin mukaan juurimatkailu ulottuu usein vähemmän tunnettuihin kohteisiin ja pieniin kyliin, joissa sillä voi olla keskeinen rooli muun muassa väestökadon ja työttömyyden ehkäisemisessä. Lisäksi juurimatkailu edustaa sosiokulttuurisesti kestävä matkailun muotoa, joka kunnioittaa paikallisyhteisöjä, ja se voi vahvistaa paikallista identiteettiä ja kulttuuriperintöä. (Ferrari 2026.)

Tyypillisesti myös juurimatkailun parissa työskentelevät incoming-toimistot ja matkanjärjestäjät sijaitsevat pienemmillä paikkakunnilla. Monet niistä vaikuttavat verkkosivujen perusteella pieniltä yrityksiltä.

Esimerkiksi nämä yritykset tuottavat tällä hetkellä (04/2026) juurimatkapaketteja joko osana muuta toimintaansa tai pelkästään juurimatkailuun keskittyen:

- [Vita Calabria Tours](#)
- [Le Vie della Perla](#)
- [Italian Roots Experience](#)
- [Beescover](#)
- [The Roots Follower](#)
- [MIA, My Italian Ancestry](#)
- [Southern Italy Travel](#)

Yhteistyötä ja sukututkimuspalveluita

Italian juurimatkailuliiketoiminnalle on ominaista, että sukututkimuspalvelut ja matkatoimistot toimivat tiiviissä yhteistyössä. Niinpä monet edellä mainituista toimijoista tarjoavat myös sukututkimuspalveluja joko itse niitä tuottaen tai alihankkijan kautta. Juurimatkailupalvelujen tarjoajien joukossa on myös Travel Designereita, jotka tarjoavat pelkkää juurimatkan suunnittelupalvelua tai sukututkimusta ja juurimatkan matkaohjelmasuunnittelua.

Markkinoilla on myös pelkkään juurimatkailijoita palvelevaan sukututkimukseen erikoistuneita toimijoita. Ferrarin mukaan Italiaan tulevien juurimatkailijoiden joukossa on paljon heitä, jotka haluavat itse paketoida matkansa, usein huolelliseen ennakkosuunnitteluun pohjautuen. He käyttävät sukututkijoiden ja juurimatkailuun erikoistuneiden oppaiden palveluja. Sukututkija saattaa toimia myös oppaana. Monissa tapauksissa sukututkimus toimii yhtenä tärkeimmistä Italiaan suuntautuvan juurimatkan motiiveista. (Ferrari 2026.)

ItalianSide.com on vuonna 2010 perustettu verkkoportaali, joka kokoaa ja välittää tietoa ja palveluja ulkomailla asuville henkilöille, joilla on italialaisia juuria. Se yhdistää ulkomailla asuvien italialaisjuuristen yhteisöt, sukututkimuksesta kiinnostuneet ja matkailijat. Taustalla toimii verkosto sukututkimuksen ammattilaisia, joilla on osaamista myös paikallishistoriasta, matkailusta ja aluekehittämisestä. Sivuston kautta saa myös apua Italian kaksoiskansalaisuuden hankintaan. Juurimatkapalveluiden osalta ItalianSide toimii yhteistyössä materalaisen [Ferula Viaggi - Slow Italy Tour Operator](#) -nimisen matkanjärjestäjän kanssa.

Case: Vita Calabria Tours – näkökulma Calabriasta

Juurimatkailuun erikoistunut, vuonna 2015 perustettu [Vita Calabria Tours](#) auttaa asiakkaitaan löytämään yhteyden sukunsa paikkoihin ja tarinoihin. Yrityksen perustaja Danilo Vertan mukaan juurimatkailu on strateginen mahdollisuus alueille, joilla on vahva muuttoliikehistoria.

Vuonna 2015 perustettu Vita Calabria Tours tuottaa myös muita paikallisuuteen pohjautuvia kulttuurimatkailupalveluja, mutta juurimatkailu on toiminnan ydin: se toimii sekä yrityksen tärkeänä tulonlähteenä että missiona. Verta näkee oman roolinsa enemmänkin “yhteyden löytämisen mahdollistajana” kuin perinteisenä matkanjärjestäjänä. Tätä näkökulmaa hän korostaa myös muille alan toimijoille: juurimatkailussa asiakaskokemus rakentuu syvällisyydestä, ei volyyymistä.

Yrityksen asiakaskunta koostuu pääosin kansainvälisistä matkailijoista, jotka tulevat Calabriaan erityisesti Yhdysvalloista, Australiasta ja Kanadasta. Asiakkaita tavoitellaan mm. panostamalla hakukoneoptimointiin ja käyttämällä Google Ads'ia.

Juurimatkailijat odottavat yksilöllisesti räätälöityjä, autenttisia kokemuksia, ja he ovat valmiita panostamaan laatuun. Tämä luo yritykselle mahdollisuuden kehittää korkean lisäarvon palveluita.

Vita Calabria Tours toimii pienellä paikkakunnalla kahden hengen ydintiimillä laajan kumppaniverkoston tukemana. Mukana on muun muassa kuntia, sukututkijoita, arkistoja, majoituspalveluiden tarjoajia, oppaita, kuljettajia, yhdistyksiä ja monenlaisia aitojen paikallisten elämysten tuottajia.

Henkilökohtaisesti Vertaa motivoi työssään eniten mahdollisuus luoda merkityksellisiä yhteyksiä. "Autan ihmisiä löytämään identiteettiinsä palasen, joka on voinut kadota tai pirstoutua. Lisäksi minua motivoi mahdollisuus osallistaa paikallisyhteisöjä ja luoda sekä kulttuurista että taloudellista arvoa kotiseudulleni."

Museot tiedonlähteenä sekä elämyksenä

Italiassa on 22 juurimatkailijoita kiinnostavaa, siirtolaisuuteen liittyvää museota. Nämä museot on koottu Italea-ohjelman verkkopalveluun, josta ne ovat löydettävissä karttapohjaisen haun avulla. Italean palvelussa kaikista museoista kerrotaan yhdenmukaiset tiedot, ja kunkin museon tiedoista on linkitys museon omille verkkosivuille.

Kaikkiin museoihin juurimatkailijan ei tarvitse matkustaa fyysisesti. [Museo dell'Emigrazione Italiana Online](#) on Paolo Crescin säätiön tuottama virtuaalinen "museoalusta", joka kokoaa yhteen italialaisen siirtolaisuuden historiaa, tarinoita ja aineistoja digitaalisessa muodossa. Se esittelee muuttoliikkeitä 1800-luvulta nykypäivään muun muassa videoiden, dokumenttien, musiikin, kuvien ja henkilökohtaisten kertomusten avulla.

Online-museo toimii sekä tiedonlähteenä että elämyksellisenä digitaalisena matkakokemuksena, jossa käyttäjä voi rakentaa ymmärrystä sukunsa siirtolaisuustarinasta. Se tukee siten myös juurimatkailua tarjoamalla kontekstia, inspiraatiota ja aineistoa, jonka avulla matkailija voi syventää yhteyttään italialaiseen taustaansa.

Case: Sukutarinan jäljillä Genovan siirtolaisuusmuseossa

Genova on italialainen satamakaupunki, jolla on vahva yhteys maastamuuttoon: miljoonat italialaiset ovat lähteneet sieltä laivalla Pohjois- ja Etelä-Amerikkaan, Afrikkaan, Aasiaan ja Australiaan. Vuonna 2022 Genovassa avattiin siirtolaisuusmuseo [MEI Museo Nazionale dell'Emigrazione Italiana](#).

Historiallisissa puitteissa toimiva museo on jaettu 16 eri osioon, joiden näyttelyissä ei ole esineistöä, vaan ne on toteutettu pääosin multimedian, autenttisten henkilö- ja sukutarinoiden ja taide-installaatioiden keinoin. Museokävijä saa tutustua maastamuuttoon aikajanalla, joka ulottuu ajasta ennen Italian yhdistymistä nykypäivään.



Kuva 8. Genovan moderni siirtolaisuusmuseo toimii historiallisissa puitteissa.

Osallistavan museokierroksen aikana juurimatkailija pääsee itsekin osaksi muuttoliikkeitä ja sukujen moninaisia maasta- ja maahanmuuttotarinoita. Näyttelyiden videoklippejä katsoessa kävijä haastetaan pohtimaan muun muassa maahanmuuttajien kohtaamia ennakkoluuloja ja rasismia, lähtömaan perinteistä – esimerkiksi ruokakulttuurista – kiinni pitämisen merkitystä ja sukupolvien välisiä eroja uuteen asuinmaahan sopeutumisessa. Onnistuneesti toteutettu kokonaisuus tarjoaa varmasti jokaiselle italialaisjuuriselle museokävijälle kosketuspintaa oman sukunsa tarinaan. Kierroksen päätteeksi vierailija saa lähettää omaan sähköpostiinsa muiston museovierailusta.

Halutessaan kokemusta voi täydentää käynnillä läheisessä merimuseossa ([Galata Museo del Mare](#)), jossa juurimatkailija mm. pääsee eläytymään esivanhempiensa matkaan kohti uutta elämää merten takana.

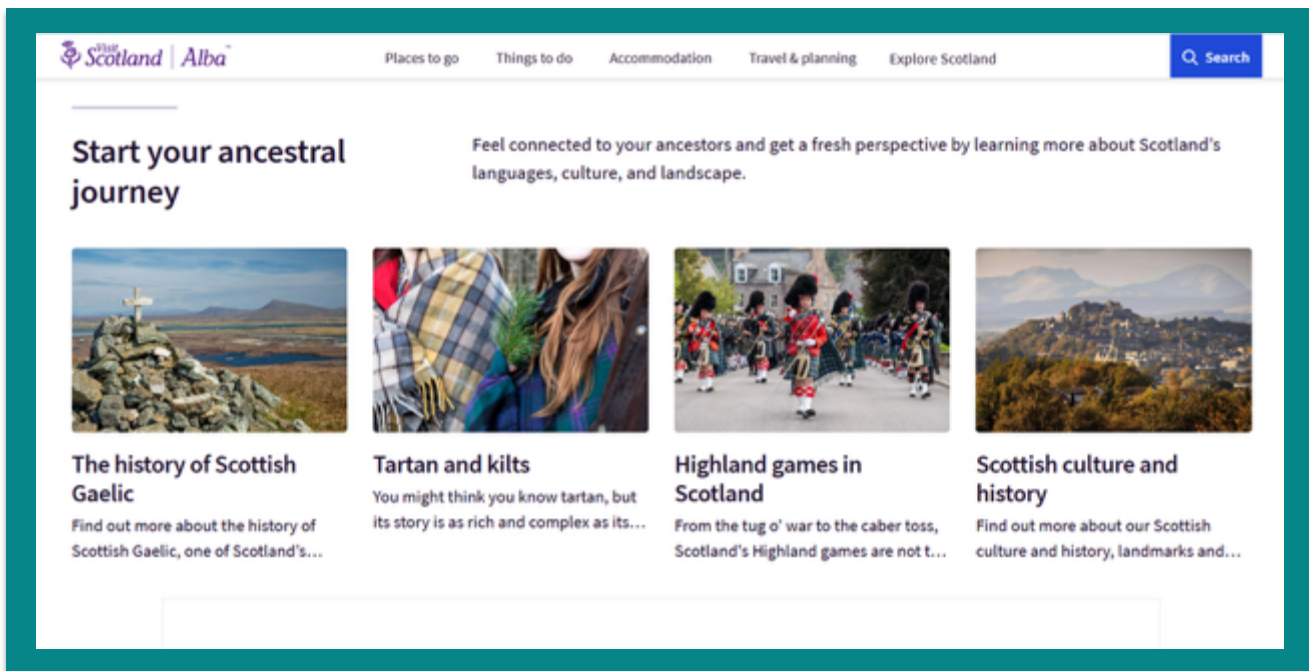
Skotlanti ja ‘empty nesters’

Skotlantilainen siirtolaisuus on suuntautunut pääasiassa englanninkielisiin maihin, kuten Yhdysvaltoihin, Kanadaan, Australiaan ja Uuteen-Seelantiin. Juurimatkailuun Skotlannissa on panostettu 1990-luvun puolivälistä alkaen. Visit Scotlandin teettämien matkailijakyselyiden mukaan noin neljännes tai jopa kolmannes Yhdysvalloista, Kanadasta, Australiasta ja Uudesta-Seelannista tulevista matkailijoista pitää sukujuuriaan keskeisenä matkansa motiivina. (De Molli & Tavazzi 2024).

Yhteistyöllä puhtia juurimatkailuun

Vuonna 2009 toteutettiin “Homecoming Scotland” -hanke, jonka avulla pyrittiin saamaan skotlantilaisjuurisia ulkomailla asuvia matkailijoita vierailulle Skotlantiin. (De Molli & Tavazzi 2024.) “Homecoming Scotland” oli Visit Scotlandin teemana myös vuonna 2014, jolloin järjestettiin yli tuhat teemaan liittyvää tapahtumaa (Visit Scotland 2023).

Visit Scotland on tuottanut tukimateriaalia sekä [juurimatkailijoille](#) että juurimatkailun kehittämisestä kiinnostuneille [matkailuyrityksille ja -alueille](#). Lisäksi yhteistyöverkoston rakentamista helpottamaan on laadittu juurimatkailuun liittyvien sidosryhmien linkkilista.



Kuva 9. Visit Scotlannin juurimatkoilijoille tarkoitettulla verkkosivulla korostetaan mm. yhteenkuuluvuuden tunnetta ja oppimista.

Visit Scotlannin aktiivisen työn lisäksi myös mm. Skotlannin arkistoneuvosto (*Scottish Council on Archives*) on ollut mukana edistämässä juurimatkoilua. Vuonna 2022 Scottish Council Archives tuotti lyhytelokuvan [Coming Home - Ancestral Journeys in Scotland](#).

Skotlannissa on tarjolla monipuolisia palveluita juurimatkoilijoille, ja esimerkiksi "Scotland Ancestry Tours" -hakusanoilla onkin helposti löydettävissä monia sukujuuriin ja klaaniin pohjautuvien matkailupalveluiden tuottajia. Osa niistä toimii matkanjärjestäjinä, mutta monet ovat sukututkija- tai opastaustaisia toimijoita, jotka eivät varaa majoituksia, vaan asiakas hoitaa ne itse. Mukana on myös Travel Designereita, jotka tekevät asiakkaalle juurimatkan suunnittelun joko tämän antamien taustatietojen pohjalta tai sukututkimuksen jälkeen.

Skotlannissa on myös juurimatkoiluun profiloituneita henkilökuljetusyhtiöitä. Ne suunnittelevat ja toteuttavat asiakkaalta saatujen taustatietojen pohjalta tämän juuriseudulle suuntautuvia yksilöllisiä päiväretkiä. Tällaisia toimijoita ovat esimerkiksi [Kay's Cabs](#) ja edinburghilainen [Kell Tours](#), joka tuottaa päiväretkien lisäksi myös majoituksen sisältäviä matkapaketteja.

Katsaus Skotlantiin: Viisi kysymystä juurimatkailun tutkijalle

Palvelututkimuksen professori **Matthew Alexander** Glasgow'n Strathclyden yliopistosta on tutkinut juurimatkailua Skotlannissa. Hän vastasi viiteen kysymykseemme juurimatkailusta Skotlannin näkökulmasta.

Millaisena näet tällä hetkellä juurimatkailun merkityksen matkailukohteille, paikallisyhteisöille ja yrityksille?

Ensinnäkin juurimatkailun avulla voi tasata kausivaihteluita. Juurimatkailu yhdistetään tyypillisesti elämäntilanteeseen, jossa lapset asuvat jo omillaan (ns. "empty nesters"). Tällaisilla matkailijoilla on enemmän joustavuutta loma-aikojen ja sen myötä myös matkustamisen ajankohdan suhteen. Juurimatkailu on myös hyvä keino ohjata matkailijoita pois suurista turistikeskittymistä kohti paikallisempia ja henkilökohtaistettuja elämyksiä.

Miten juurimatkailijoita palvellaan käytännössä, ja millaiset paikkasidonnaiset kokemukset ovat osoittautuneet merkityksellisimmiksi?

Tutkimuksessamme korostui se, kuinka laajasti juurimatkailijat hyödyntävät erilaisia palveluja ja kohteita. Mukana on niin perinteisiä nähtävyyksiä, kuten museoita ja vierailukeskuksia, kuin myös sukututkimuskeskuksia, kirjastoja ja arkistoja.

On kuitenkin vaikea nimetä yksittäistä palvelua ylitse muiden, sillä juurimatka on hyvin henkilökohtainen kokemus. Joku etsii ensisijaisesti tiettyä asiakirjaa, joka vahvistaa yhteyden omaan sukuhistoriaan, kun taas toinen haluaa ennen kaikkea kokea paikan konkreettisesti – astella esivanhempiansa maaperällä. Paikallismuseot ja perinnekeskukset nousivat esiin erityisen arvostettuina, koska ne yhdistävät tiedon, paikan ja tarinat.

Millaisia vaikutuksia juurimatkailulla on ollut Skotlannin matkailulle ja paikallisyhteisöille? Onko esimerkiksi havaittavissa vaikutuksia kävijämääriin tai paikallistalouteen?

Mitattavia vaikutuksia on haastava erottaa yksiselitteisesti, koska sukujuuret ovat usein yksi useammasta matkan motiivista. Visit Scotland julkaisi taannoin tutkimustuloksen, jonka mukaan noin 25 % ulkomailta Skotlantiin tulevista matkailijoista kertoi matkansa yhdeksi motiiviksi skotlantilaiset juuret.

Mitkä ovat juurimatkailun kehittämisen keskeiset haasteet, ja mitä käytännön oppeja nostaisit esiin matkailualueille, jotka haluavat kehittää juurimatkailua?

Sukututkimustiedon löytäminen on nykyään suhteellisen helppoa, mutta sen muuntaminen konkreettiseksi matkasuunnitelmaksi on huomattavasti haastavampaa. Jokaisen matkailijan tausta on yksilöllinen ja usein hyvin tarkasti paikantuva, mikä vaikeuttaa

skaalattavien palveluiden kehittämistä. Lisäksi keskeinen haaste on se, miten juurimatkailun taloudelliset hyödyt saadaan kohdentumaan paikalliselle tasolle.

Minkä kanavien kautta juurimatkailijat tavoitetaan tehokkaimmin, ja miten he yleensä suunnittelevat ja varaavat matkansa?

Tämä on erinomainen kysymys. Yritimme kehittää tähän liittyvää verkkoalustaa, joka olisi yhdistänyt sukututkimustietoa omaavat henkilöt paikallisiin tietopalveluihin, kuten kirjastoihin ja museoihin. Paikallisesti hallussa olevan tiedon kaupallistaminen osoittautui kuitenkin haasteeksi, jota emme onnistuneet ratkaisemaan.

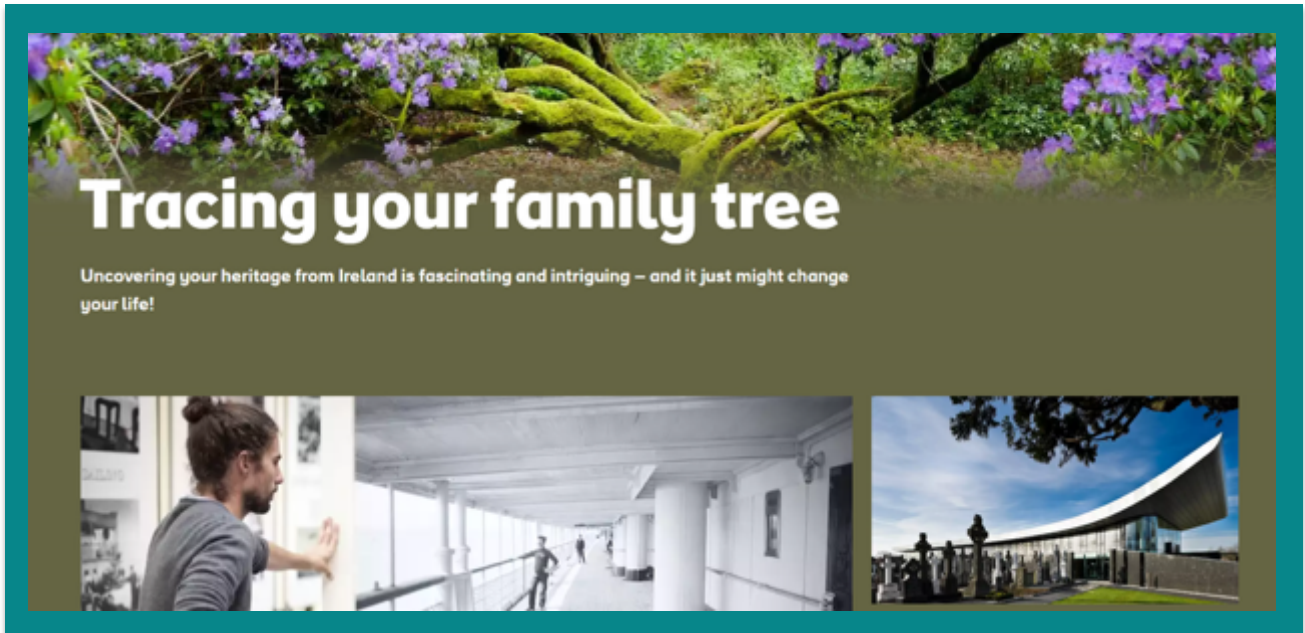
Kokoaan mahtavampi Irlanti

Irlannista lähteneiden siirtolaisten jälkeläisiä arvioidaan olevan yli 70 miljoonaa eri puolilla maailmaa (Fáilte Ireland 2013). Siksi ei olekaan ihme, että Irlannin hallitus on ollut pitkäjänteisesti mukana kehittämässä juurimatkailua. [Tilastojen](#) mukaan suurin syy Irlantiin matkustamiselle on ystävien ja sukulaisten tapaaminen (52 % matkustajista).

Fáilte Irelandin [”The Gathering Ireland”](#) hankkeessa vuonna 2013 hyödynnettiin henkilökohtaisten kutsujen ja siteiden voimaa. Hankkeen puitteissa järjestettiin kyseisen vuoden aikana yli 5000 tapahtumaa, joihin irlantilaiset kutsuivat ulkomailla asuvia sukulaisiaan ja irlantilaisjuurisia ystäviään. Arvioiden mukaan Gathering-hanke toi Irlantiin 250 000–270 000 matkailijaa, matkailutulojen noustessa arviolta 170 miljoonaan euroon. (Fáilte Ireland 2013.)

Vuonna 2015 julkaistiin *Global Irish – Ireland’s Diaspora Policy*, ja vuonna 2020 Irlannin hallitus hyväksyi [Ireland’s Diaspora Strategy 2020–2025](#) -ohjelman (Government of Ireland 2020). Näissä ei varsinaisesti ole matkailuun liittyviä tavoitteita, mutta diasporan yhteyksien säilyttäminen ja vahvistaminen oletettavasti lisäävät irlantilaisjuuristen, ulkomailla asuvien henkilöiden kiinnostusta juurille matkustamista kohtaan.

Discover Irelandin [verkkosivuilla](#) on *Genealogy*-osio. Teemasivulle on koottu taustaansa selvittävien avuksi sukututkimukseen liittyvien arkistojen, museoiden ja muun muassa kansalliskirjaston yhteys- ja muita tietoja. Lisäksi sivulla on linkkejä irlantilaisia juuria ja niiden etsimistä käsitteleviin blogikirjoituksiin. (Discover Ireland 2026.)



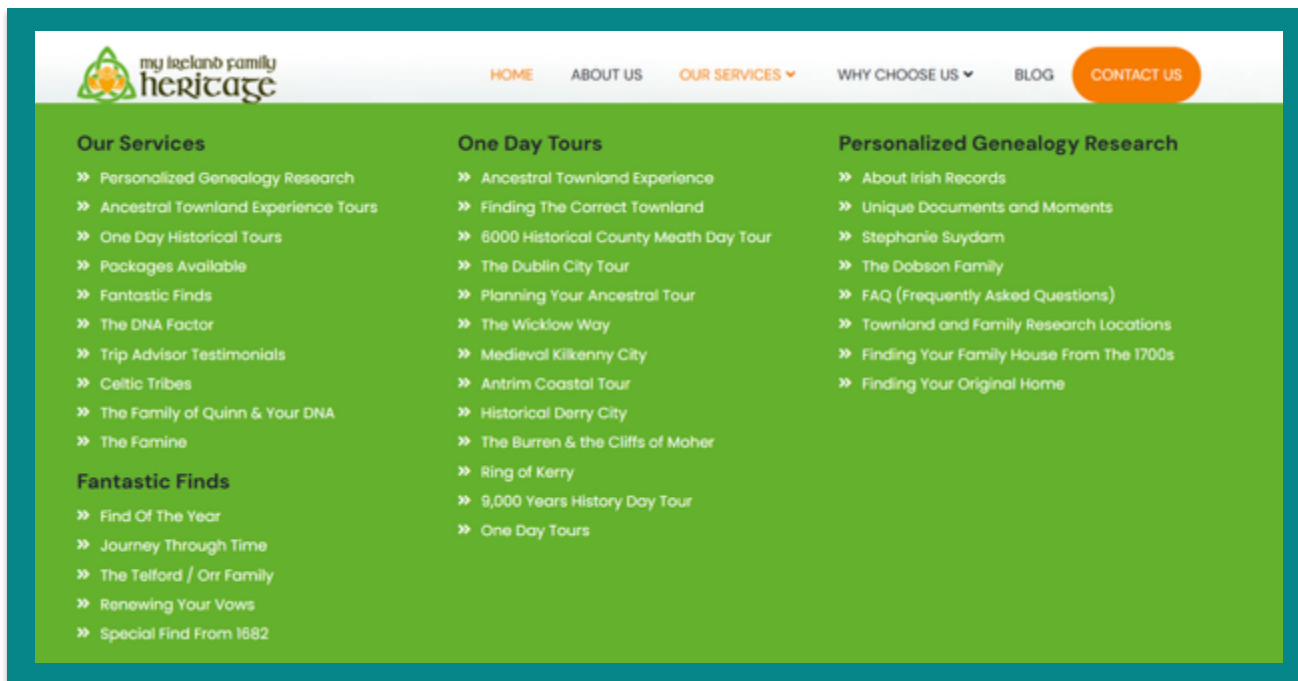
Kuva 10. Discover Irelandin juurimatkailun teemasivulla aihetta lähestytään sukututkimuskärjellä.

Irlannin haasteena juurimatkailuun olennaisesti liittyvän sukututkimuksen saralla on se, että maan sisällissodan aikana vuonna 1922 Dublinissa sijaitseva Public Record Office tuhoutui tulipalossa. Palossa menetettiin valtava määrä historiallisia asiakirjoja, muun muassa kirkonkirjoja ja väestörekistereitä. (The Irish Times 2019.)

Tapahtuneesta huolimatta tietoa on monille juurimatkailijoille kuitenkin tarjolla, ja palveluiden tuottajia on monia. Samoin kuin esimerkiksi Italiassa, monet irlantilaiset juurimatkailun parissa toimivat yritykset sijaitsevat pienemmillä paikkakunnilla.

Laaja kirjo toimijoita

[My Ireland Family Heritage](#) on kansainvälistä tunnustusta saanut, pienessä maalaiskylässä toimiva perheyritys, joka on ollut toiminnassa jo yli 20 vuotta. Yrityksestä saa kaikki juurimatkailijan tarvitsemat palvelut pelkästä sukututkimuksesta monen päivän juurimatkapaketteihin. (My Ireland Heritage 2026.)



Kuva 11. My Ireland Family Heritage -yrityksen verkkosivuilla on laaja palveluvalikoima juurimatkailijoille.

Yrityksen johtajat, isä ja tytär, kertovat juurimatkailusta muun muassa Rick Steve's Europen verkkosivuilla nähtävissä olevalla videolla [Climbing Your Family Tree: Genealogy Research in Europe](#) (kohdassa 1:00:07).

Myös [Little Gem Tours](#) -nimisellä matkanjärjestäjällä on tarjolla laaja valikoima matkapaketteja irlantilaisjuurisille matkailijoille. Yrityksen verkkosivuilla esitellään mielenkiintoisia maaseudulla asuvia henkilöitä lammaspaimenesta perinneruuhiljaan ja kristallinleikkaajasta lintubongariin. Esittelyn alla on mainittu matkapaketti, jonka ohjelmaan kyseisen henkilön tapaaminen liittyy.

Irlannin kansallisen lentoyhtiön Aer Lingusin matkapaketeissa on valittavana kuuden yön Fly&Drive-paketti [Discover Your Roots](#). Paketti sisältää menopaluulennot New Yorkista Dubliniin, lentokenttäverot, kahden yön hotelli- ja neljän yön B&B-majoituksen Irlannissa kahden hengen huoneessa, vuokra-auton (4 vrk), sisäänpääsyt [EPIC The Irish Emigration Museumiin](#) ja [Irish Family History Centreen](#) sekä sukututkijan konsultaation. (Aer Lingus Vacation Store 2026.)

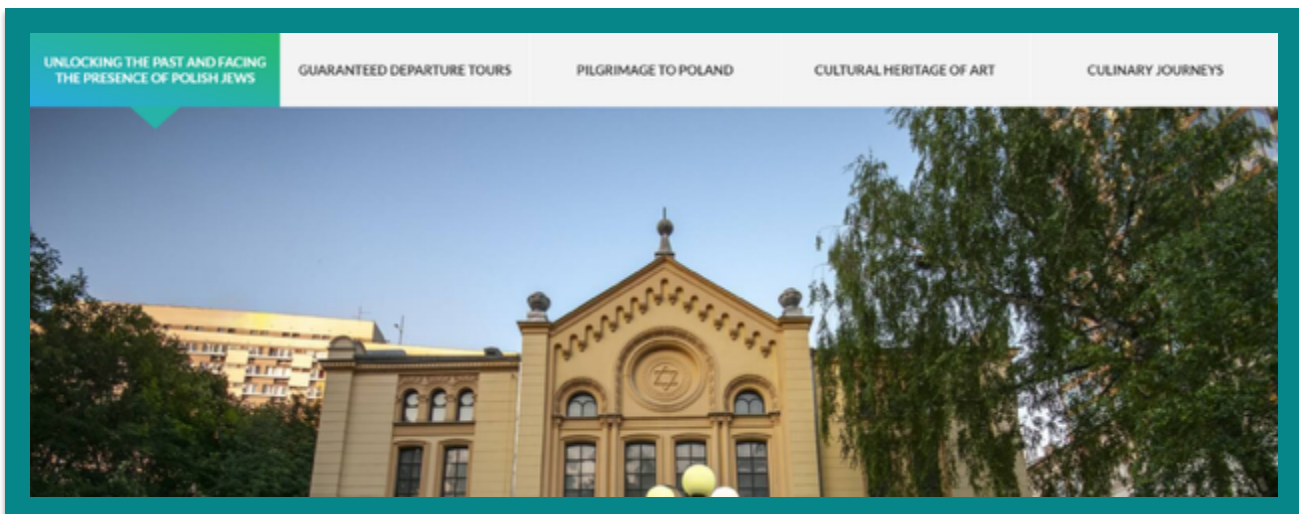
Irlantilaisella [B&B Ireland](#) -myynti- ja markkinointisivustolla on käytössä *Ancestry seekers B&B* -tunniste juurimatkailuun erikoistuneille majataloille. *Ancestry seekers B&B*:ssä majataloyrittäjä auttaa juurimatkailijoita selvittämään irlantilaisia juuriaan. Heillä on myös paikallisten sukujen ja alueen historian tuntemusta. Lisäksi he antavat juurimatkailijoille

paikallisten museoiden, kirjastojen, kirkkojen ja arkistojen yhteystietoja. Tällä hetkellä (huhtikuu 2026) *Ancestry seekers B&B* -majataloja on kaksi. (B&B Ireland 2026.)

Puolan juurimatkailun monet kasvot

Puolassa juurimatkailu on merkittävää ja houkuttelee erityisesti Pohjois-Amerikassa asuvia juutalaisia, joista jopa 80 % voi jäljittää juurensa historiallisen Puolan alueille. Juurimatkailu keskittyykin paikkoihin, joissa juutalainen kulttuuri ja historia ovat olleet vahvasti läsnä, kuten Krakovan Kazimierz, Varsova, Łódź ja monet pienemmät kaupungit, joissa on säilynyt synagogia, hautausmaita ja muita historiallisia kohteita. (Jewish Heritage Europe 2026.)

Juutalaisuuteen liittyvän juurimatkailun taloudellinen ja kulttuurinen merkitys on kiistanaton, vaikka lukuja vierailijamääristä ja liikevaihdosta ei ole saatavilla. Huomionarvoista juutalaisuuteen liittyvässä juurimatkailussa on se, että se on kehittynyt kysyntälähtöisesti ilman keskitettyä mallia tai valtakunnallista strategiaa. Niinpä monilla suuremmillakin incoming-toimijoilla on osana toimintaansa *Jewish Heritage* -teemaisia ryhmätuotteita, jotka lähtökohtaisesti soveltuvat myös juurimatkailijoille, vaikkakin niiden ”syvyys” ja autenttisuus vaihtelevat. Puolassa on pitkät perinteet myös katolilaisuuteen liittyvillä uskontopohjaisilla matkailutuotteilla.



Kuva 12. Esimerkki *Jewish Heritage* -teeman näkyvyydestä puolalaisten incoming-toimijoiden verkkosivuilla ([Mazurkas Travel](#)).

Majoitus-, ravitsemus- ja opaspalveluiden lisäksi juurimatkailun ympärille on syntynyt myös muita matkailutuotteita, kuten sukututkimusmatkoja ja räätälöityjä opastettuja kierroksia. Esimerkiksi [Polish Origins](#) tarjoaa sekä sukututkimuspalveluita että niiden ympärille rakennettuja yksilöllisiä matkoja ja/tai juurimatkoja ympäri Puolaa. Krakovan juutalainen kulttuurifestivaali kerää vuosittain tuhansia kansainvälisiä vierailijoita, ja [Auschwitz-Birkenaun museo](#) sekä Varsovan [POLIN-museo](#) ovat keskeisiä kohteita, jotka houkuttelevat sekä juutalaisdiasporan edustajia että muita matkailijoita. Vastuullisesti toteutettuna matkailu auttaa myös säilyttämään ja kunnostamaan juutalaista kulttuuriperintöä, kuten synagogia ja hautausmaita.

Suurten siirtolaisjoukkojen maa

Siirtolaisuus on vahva osa Puolan identiteettiä. Siten juutalainen kulttuuri ei ole ainoa juurimatkailun vetovoimatekijä. Jo 1800-luvulla alkanutta muuttoliikettä ovat vauhdittaneet niin taloudelliset vaikeudet, sodat kuin poliittiset levottomuudet. Puolalaiset ovat Euroopan suurimpia siirtolaisryhmiä, ja tällä hetkellä arviolta 20 miljoonalla ihmisellä ympäri maailman on puolalaiset juuret. (Muzeum Emigracji w Gdyni 2026).

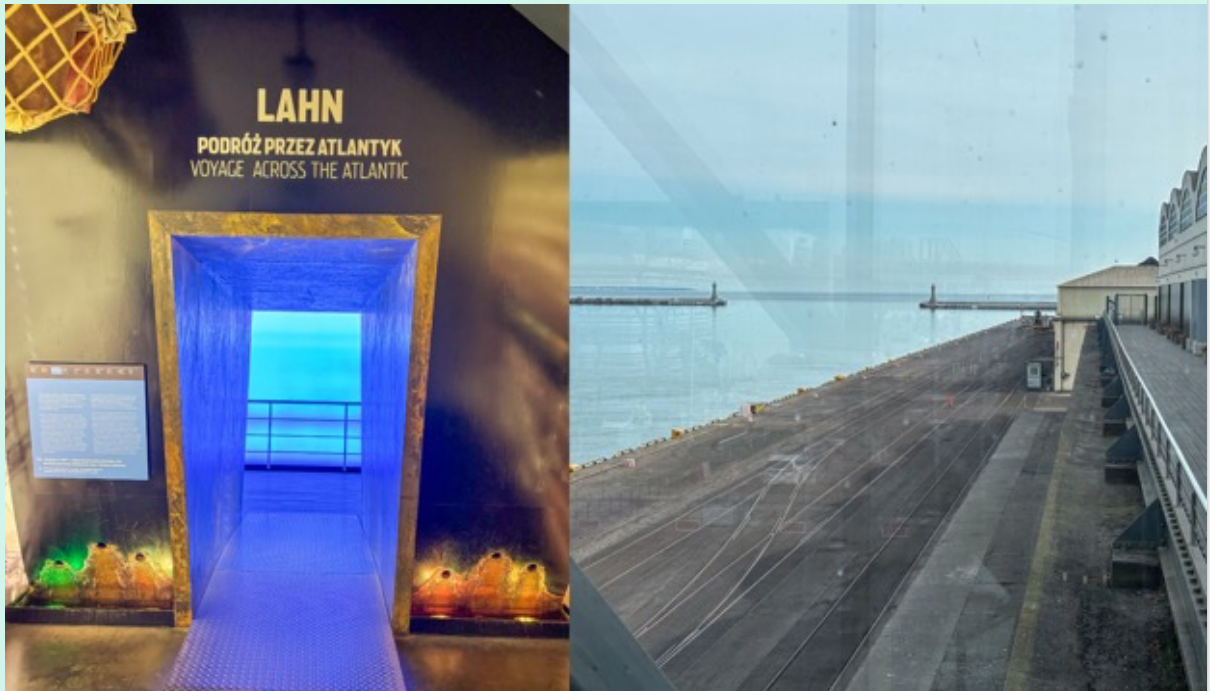
Puolan kulttuuri- kansallisen perinnön ja urheiluministeriöllä (*Ministerstwo Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu*) on hankkeita ja strategioita kulttuurireittien ja juurimatkailun (*turystyka korzeniowa*) kehittämiseksi. Niistä tärkeimpänä voi mainita Euroopan kulttuurireittien ohjelman (*Cultural Routes of the Council of Europe*), johon Puola liittyi vuonna 2017. Ministeriö myös hallinnoi EU-rahoitteista FENKS-ohjelmaa (*Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat i Środowisko*), jossa myönnetään avustuksia kulttuurimatkailun infrastruktuurihankkeisiin. (Puolan kulttuuriministeriö 2026.)

Case: Vierailulla Gdynian siirtolaisuusmuseossa

Gdynian Siirtolaisuusmuseon ([Muzeum Emigracji w Gdyni](#)) perustaminen kaupungin satamaan on sidoksissa Gdynian ja koko Puolan historiaan. Gdynia nousi Puolan itsenäistymisen (1918) jälkeen Puolan tärkeimmäksi satamakaupungiksi ja satama toimi porttina lukemattomille maailmalle lähteneille puolalaisille.

Museo sijaitsee entisessä meriasemarakennuksessa, paikassa, josta lähtijät astuivat laivaan. Tätä symboliikkaa hyödynnetään taitavasti museoon rakennetussa näyttelyssä, kun vierailijoille kuvataan meriteitse matkaan lähtöä sen jälkeen, kun ikkunoista on

avautunut sama maisema kuin Puolan aikanaan jättäneille siirtolaisille. Parempaa elämää lähdettiin etsimään meriteitse etenkin Amerikkaan, Kanadaan, Brasiliaan ja Argentiinaan.



Kuva 13. Näkymä Gdynian siirtolaismuseon näyttelystä, kun siirrytään tilasta toiseen samalla kun seurataan laivaan astuvan perheen matkaa. Museon suurista ikkunoista näkyy myös laituri, josta laivoihin on noustu sekä reitti ulapalle.

Vuonna 2015 perustettu museo kertoo puolalaisten siirtolaisten tarinoita. Siirtolaisuuden monimuotoinen historia tuo esiin sen monet kasvot: pakolaisuuden, taloudellisen siirtolaisuuden, poliittisen maanpaon ja kulttuurisen identiteetin etsimisen. Näyttely on rakennettu luomaan kosketuspintaa eri taustaisille kävijöille samaistuttavia tarinoita esittelemällä siirtolaisten kirjeitä, matkalaukkuja, valokuvia ja muistoesineitä.

Museossa voi etsiä sukulaistensa nimiä siirtolaisrekistereistä ja nähdä, millaisissa olosuhteissa heidän esi-isänsä lähtivät Gdynian satamasta. Tämä tekee juurimatkasta henkilökohtaisemman ja emotionaalisesti merkittävän. Museon työntekijä kertoo, että museokäynti nostaa monelle matkailijalle vahvoja tunteita, kun ymmärrys lähdön taustoista (esim. kommunismi ja toisen maailmansodan tapahtumat) avautuvat.

Kurkistuksia muihin Pohjoismaihin

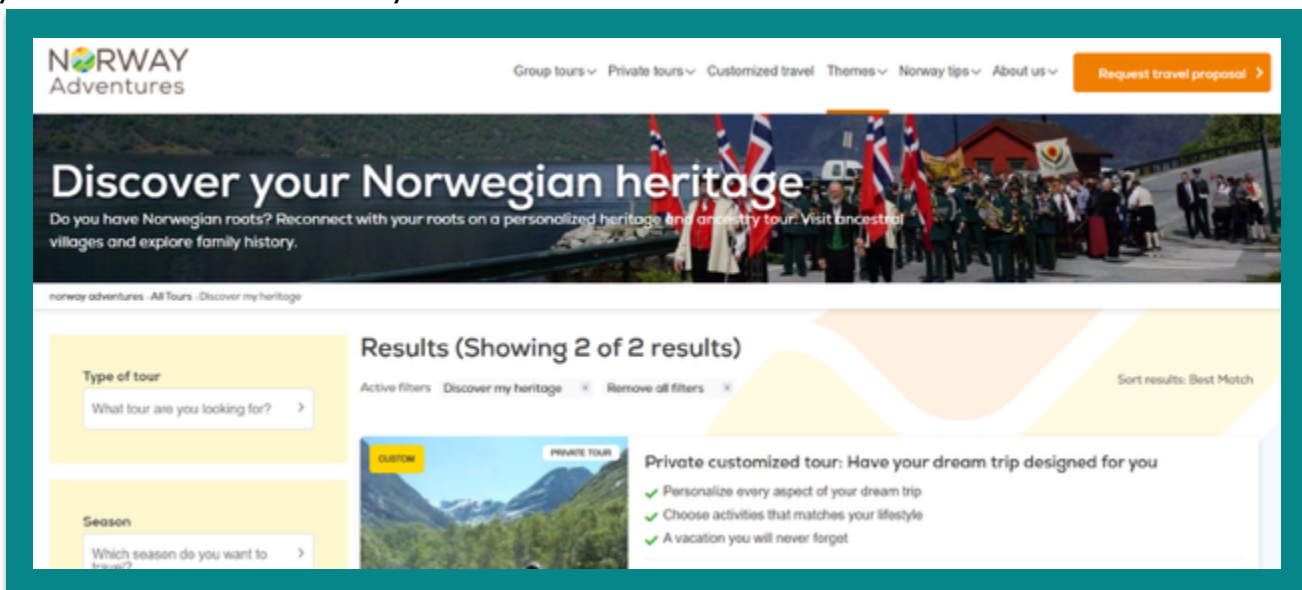
Myös Norjalla on vahva siirtolaishistoria, sillä 1800- ja 1900-luvuilla arviolta noin 800 000 norjalaista, tarkoittaen lähes kolmannesta väestöstä, muutti paremman elämän perässä, suurelta osin Pohjois-Amerikkaan, mutta myös muualle maailmaan (Myhre 2021). Lisäksi toisen maailmansodan aikaisen saksalaismiehityksen seurauksena useat norjalaisnaiset lähtivät maasta saksalaisten sotilaiden matkaan.

Norjassa, samoin kuin Ruotsissa tai Tanskassa, ei juurimatkailua kuitenkaan ole kehitetty valtakunnallisessa viitekehyksessä eikä verkostomaisesti, vaan ilmiöön liittyvä toiminta on hajanaista ja pitkälti yksittäisten yritysten ja yhdistysten varassa.

Seuraavaksi onkin nostettu esiin joitakin yksittäisiä esimerkkejä niin Norjasta, Tanskasta kuin Ruotsistakin.

Norjan vuonoilla, pienessä Davikin kylässä toimii Norway Adventures, jonka yhtenä teematuotteena on [“Discover my heritage”](#). Juurimatkoja räätälöidään sekä yksittäisille matkailijoille että ryhmille. Yritys toimii myös DMC:nä.

Myös norjalainen [Scandinavia Tours](#) tuottaa osana liiketoimintaansa juurimatkoja sekä yksittäisille asiakkaille että ryhmille.



Kuva 14. Norway Adventuresin verkkosivuilla räätälöidyt juurimatkat (FIT/GRP) on yksi teematuotteista.

Ruotsissa toimii verkosto nimeltä [Network Genealogical Adventures in Sweden](#). Verkosto koostuu sukututkijoista, oppaista ja muista alan asiantuntijoista, jotka tekevät tiivistä yhteistyötä ja välittävät asiakaskyselyitä keskenään alueellisen osaamisen mukaan.

Toiminta kattaa sekä yksittäiset sukututkimuspalvelut että valmiit juurimatkaohjelmat. Tavoitteena on helpottaa ruotsalaisten sukujuurien selvittämistä ja mahdollistaa henkilökohtainen yhteys sekä paikkoihin että mahdollisiin nykyisiin sukulaisiin. Asiakkaat maksavat saamastaan palvelusta. (Network Genealogical Adventures in Sweden 2026.)

Case: Tanskalainen edelläkävijä ilman kilpailijoita

Tanskassa on toiminut vuodesta 2013 alkaen [Danish Heritage Tours](#) -niminen yhden hengen juurimatkailuyritys, jonka perustaja Henriette Brink on sukuhistoriaan erikoistunut historioitsija ja auktorisoitu opas. Asiakkaista suurin osa on pohjoisamerikkalaisia.

Yrityksellä ei Brinkin tietämyksen mukaan ole Tanskassa suoranaisia kilpailijoita, ja siksi Brinkin palvelut löytyvät helposti googlaamalla. Suuremmat incoming-toimijat saattavat tuottaa yleisellä kulttuuritietämyksellä ja paikallistuntemuksella tuotettavissa olevia "yleisiä" juurimatkoja. Sen sijaan Brinkin vahvuus on yritystoiminnan alusta asti ollut historian tuntemuksessa ja esimerkiksi sukuun liittyvien paikkojen löytämisessä.

Brink on vähitellen siirtymässä pois työelämästä ja löytänyt äskettäin työlleen jatkajan. Uusi yrittäjä on taustaltaan opas ja kääntäjä.

Lopuksi

Suomessa on pitkä muuttohistoria ja runsaasti juurimatkailijoiden tarpeisiin vastaavaa aineistoa ja tietoa. Tämän kartoituksen perusteella tuotteistaminen, verkostoituminen ja viestintä ovat kuitenkin vasta alkutaipaleella. Lisäksi juurimatkailu sekä terminä että ilmiönä kaipaa tietoisuuden lisäämistä ja kiinnostuksen herättämistä matkailualan toimijoiden ja sidosryhmien keskuudessa.

Euroopasta Italia, Skotlanti ja Irlanti ovat esimerkkejä Suomea pidemmälle edenneistä markkinoista, joissa juurimatkailu on nostettu valtakunnalliseksi kehittämiskohteeksi. Näillä alueilla toiminta on strategista ja vahvasti tuotteistettua. Yhteistä näille edelläkävijöille on valtiotason sitoutuminen ja tuki, pitkä kehittämisspektri sekä sukututkimusaineiston integrointi matkailupalveluiden osaksi.

Suomellakin on valmiina useita vetovoimatekijöitä, joita voi hyödyntää juurimatkailussa. Juurimatkailun kehittäminen tarjoaa Suomelle mahdollisuuden vahvistaa maaseutualueiden elinvoimaa ja säilyttää kulttuuriperintöä. Matkailuyritykselle juurimatkailun kehittäminen voi avata uuden markkinan ja kasvattaa sesongin ulkopuolista matkailua. Juurimatkailu on mahdollista tuotteistaa ilman raskaita investointeja.

Juurimatkailun merkitystä ei voi mitata ainoastaan matkailijamäärissä tai euroissa, vaan sitä tulee tehdä myös monilla muilla mittareilla. Juurimatkailu on kulttuurinen ja aluepoliittinen mahdollisuus. Se tuo matkailijan aitojen paikkojen ja tapojen, suomalaisen luonnon ja pohjoismaisen luotettavuuden äärelle ja samalla säilyttää paikallista kulttuuriperintöä elinvoimaisena. Kehittäminen tulee kuitenkin nähdä ja tehdä osana kestävän matkailun kehittämistä. Tällöin siihen saisi synergiaetuja myös valtakunnallisesta Sustainable Travel Finland -ohjelmasta.

Eurooppalaiset esimerkit osoittavat, että juurimatkailua ei kasvateta pelkästään yksittäisten yritysten toimilla, vaan strategisella, monitahoisella ja pitkäjänteisellä kehittämistyöllä. *Kutsu juurimatikalle - kulttuuriperintö ja suomalaiset juuret matkailussa* -hankkeen myötä Suomella on nyt mahdollisuus ottaa merkittävä askel kohti juurimatkailun edelläkävijämaita ja samalla vahvistaa ulkomailla asuvien suomalaisjuuristen ihmisten yhteyttä omiin juuriinsa.

Lähteet

Aer Lingus 2026. [Ireland: Discover Your Roots - Vacation Package & Tour](#). Viitattu 14.4.2026.

Alexander, M. University of Strathclyde Business School. Henkilökohtainen haastattelu 23.3.2026.

B&B Ireland 2026. [Ancestry Seekers Bed and Breakfasts](#). Viitattu 29.3.2026.

Brink, H. Danish Heritage Tours. Henkilökohtainen haastattelu 14.4.2026.

Cultural Routes of the Council of Europe, National Country Mapping Poland. <https://rm.coe.int/cmd-poland-eng-web-2021-01/1680a3c4f2#:~:text=Poland%20as%20the%20domain%20of,change%E2%80%9D%2C%20NID%2C%202015>. Viitattu 14.3.2026

The Cunard S.S. CO. Ltd 1914. Mainos Siirtolainen-lehdessä 6.2.1914. [06.02.1914 Siirtolainen no 10 - Digitaaliset aineistot - Kansalliskirjasto](#). Viitattu 21.3.2026.

Data Appeal Company 2025. [7 megatrends shaping tourism in 2026: future travel patterns | EU Tourism Platform](#). Viitattu 15.3.2026.

De Molli, V. & Tavazzi, L. 2024. Calling the Diaspora Home. Maximizing the socioeconomic impact of ancestry-based tourism on Italy and its cross-border communities. [Roots tourism can generate up to €141 billion in Italy | The European House - Ambrosetti](#). Viitattu 20.3.2026.

Euroopan alueiden komitea 2024. Promotion of roots tourism for sustainable local revitalisation. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202407060. Viitattu 20.3.2026.

Fáilte Ireland 2013. [The Gathering Ireland 2013](#). Viitattu 15.4.2026.

Ferrari, S. University of Calabria. Henkilökohtainen haastattelu 22.3.2026.

Ferrari, S. & Nicotera, T. 2021. First Report on Roots Tourism in Italy. From migratory flows to tourism flows: strategies of destination marketing for a “recall” to the homeland of the Italian community around the world. [First-Report-on-Roots-Tourism-in-Italy.pdf](#). Viitattu 20.3.2026.

Finland Times 2014. [Number of Finnish origin Americans is higher than estimated | national | Finland Times](#). Viitattu 15.4.2026.

Government of Ireland 2020. [Diaspora Strategy 2020-2025.pdf](#). Viitattu 16.4.2026.

Hero, T. Matka juurille Vakka-Suomi -hanke (päättynyt 2024). Henkilökohtainen haastattelu 13.3.2026.

Ireland inbound tourism 2025. [Inbound Tourism January 2025 - Central Statistics Office](#). Viitattu 16.4.2026

Italea 2026. Emigration Museums. Places that tell history. <https://italea.com/en/musei-emigrazione-italiana/>. Viitattu 11.4.2026.

[ItalianSide.com](#) 2026. Genealogy Research and Roots Tourism in Italy. Viitattu 8.4.2026.

Jewish Heritage Europe. <https://jewish-heritage-europe.eu/poland/tourism-genealogy/>. Viitattu 10.4.2026

Kautonen, A. Kaustisen seutukunta. Henkilökohtainen haastattelu 2.4.2026.

Kennedy-Eden, H. & Gretzel, U. 2024. Personal heritage tourism. Teoksessa Novelli, M., Cheer, J.M., Dolezal, C., Jones, A. & Milano, C. (toim.). Handbook of Niche Tourism. Cheltenham: Edwar Elgar Publishing, 144–157.

Liimatainen, T. 2026. [Muuttuva ulkosuomalaisuus 2. Kyselytutkimus maailmalla asuvista suomalaisista](#). Siirtolaisuusinstituutti. Viitattu 2.4.2026.

McGreevy, R. 2019. [Retrieval of Irish archive lost in 1922 fire ‘astounding’, historian says – The Irish Times](#). Viitattu 13.4.2026.

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale 2026. Roots Tourism. [Roots Tourism – Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale](#). Viitattu 20.3.2026.

Muzeum Emigracji w Gdyni 2026. [Home - Emigration Museum in Gdynia](#). Viitattu 20.3.2026.

Myhre, J.E. 2021. [Emigration from Norway, 1830–1920](#). Nordics Info. Aarhus University. Viitattu 20.4.2026.

Männäisten tori ry 2024. Matka Juurille -hanke. [Hankekuvaus - Männäisten Tori ry](#). Viitattu 10.3.2026.

[Network Genealogical Adventures in Sweden](#) 2026. Take a genealogy trip to Sweden and learn about your Swedish roots. Viitattu 18.4.2026.

Nurmi O. 2024. Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito: Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2021–2022. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2024:15.

Pajunen, R. Dooris Travel. Henkilökohtainen haastattelu 15.4.2026.

Puolan kulttuuriministeriö 2026. [Cultural Routes of the Council of Europe – Ministry of Culture and National Heritage – Portal Gov.pl](#). Viitattu 13.4.2026.

Raahen Seutu 1934. Amerikansuomalaisia jälleen Suomeen. [05.06.1934 Raahen Seutu no 60 - Digitaaliset aineistot - Kansalliskirjasto](#). Viitattu 20.3.2026.

Saramo, S. Siirtolaisuusinstituutti. Henkilökohtainen haastattelu 30.3.2026.

Sisäministeriö 2021. [Ulkosuomalaisstrategia 2022–2026](#). Viitattu 4.4.2026.

Statistics Canada — Table 98–10–0338–01: Ethnic or cultural origin by generation status, Canada, provinces and territories: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=9810033801>

Sametinget 2025. [Statistik om sverigefinländares ursprung - Minoritet.se](#). Viitattu 10.4.2026.

Timothy, D. J. 2021. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Channel View Publications. 2nd edition, 442–460.

U.S. Census Bureau 2026. People Reporting Ancestry. *American Community Survey, ACS 1-Year Estimates Detailed Tables, Table B04006*. <https://data.census.gov/table/ACSDT1Y2022.B04006>. Viitattu 15.4.2026.

Vahela, S. Ukipolis. Henkilökohtainen haastattelu 10.4.2026.

Vannesluoma, P. Siirtolaisuusmuseum. Henkilökohtainen haastattelu 13.3.2026.

Verta, D. Vita Calabria Tours. Henkilökohtainen haastattelu 30.3.2026.

Visit Scotland 2026. Scotland themed years. <https://www.visitscotland.org/what-we-do/past-activity/themed-years>. Viitattu 15.3.2026.

World Population Review 2026. [Finnish Population by State 2026](#). Viitattu 14.4.2026.

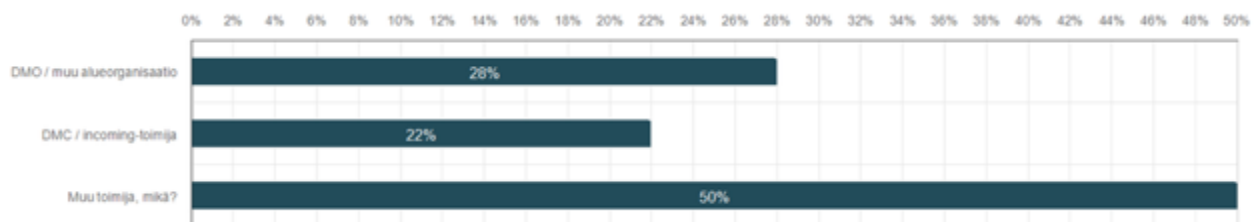
Liitteet

Liite 1: Kyselyn “Kysely juurimatkailun nykytilasta Suomessa” - vastaukset

Vastaajien kokonaismäärä: 18

Kysymys 1: Organisaatiotyyppi

Vastaajien määrä: 18



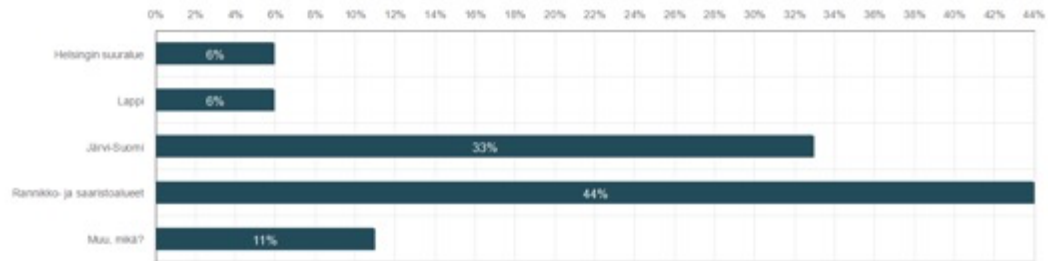
	n	Prosentti
DMO / muu alueorganisaatio	5	27,8%
DMC / incoming-toimija	4	22,2%
Muu toimija, mikä?	9	50,0%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu toimija, mikä?	Nykyään itsellinen asiantuntija ja eläkeläinen
Muu toimija, mikä?	Kehittäjä
Muu toimija, mikä?	yhdistys
Muu toimija, mikä?	Maaseutumatkailun kehittäjä, leader toimija
Muu toimija, mikä?	asiantuntija
Muu toimija, mikä?	Kehitysyhtiö
Muu toimija, mikä?	DMO + DMC
Muu toimija, mikä?	Palveluntuottaja
Muu toimija, mikä?	Aluekehitysorganisaatio

Kysymys 2: Organisaatiosi sijainti

Vastaajien määrä: 18



	n	Prosentti
Helsingin suuralue	1	5,6%
Lappi	1	5,6%
Järvi-Suomi	6	33,3%
Rannikko- ja saaristoalueet	8	44,4%
Muu, mikä?	2	11,1%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Pirkanmaa
Muu, mikä?	Helsingissä, mutta palvelut kattavat koko maan

Kysymys 3. Organisaatiosi päämarkkina-alueet (maa/paikkakunta)

Vastaajien määrä: 14

Vastaukset

Se alue, missä koetaan minut kiinnostavana ja saatavan hyötyä minusta, enkä pane pois mahdollista hyötyä itselleni, vaikka ilman sitäkin pärjään.

Koko maailma, erityisesti Business Events sektori

Etelä-Eurooppa, Aasia

Itä Suomi

Kotimaan, Ruotsi, Viro

Suomi (pk-seutu, Päijät-Häme, Etelä-Karjala, Pirkanmaa). Saksa ja saksankielinen-Eurooppa.

Pirkanmaa, Uusimaa, Häme

Kotimaa, DACH, Benelux, UK, Italia, Ranska ja Espanja

Ruotsi, Saksa, Iso-Britannia, Yhdysvallat (Viro, Puola)

Kotimaa, Ruotsi, Viro, Saksa.

Suomi (pääasiassa Etelä-Suomi), Saksa, Sveitsi, Alankomaat

Saksankielinen eurooppa, UK

kotimaa: pääkaupunkiseutu

USA, amerikkansuomalaisten jälkeläiset

Oulun seutu ja kv

Kysymys 4: Kuinka hyvin organisaatiossasi tunnetaan juurimatkailun käsite?

Vastaajien määrä: 18

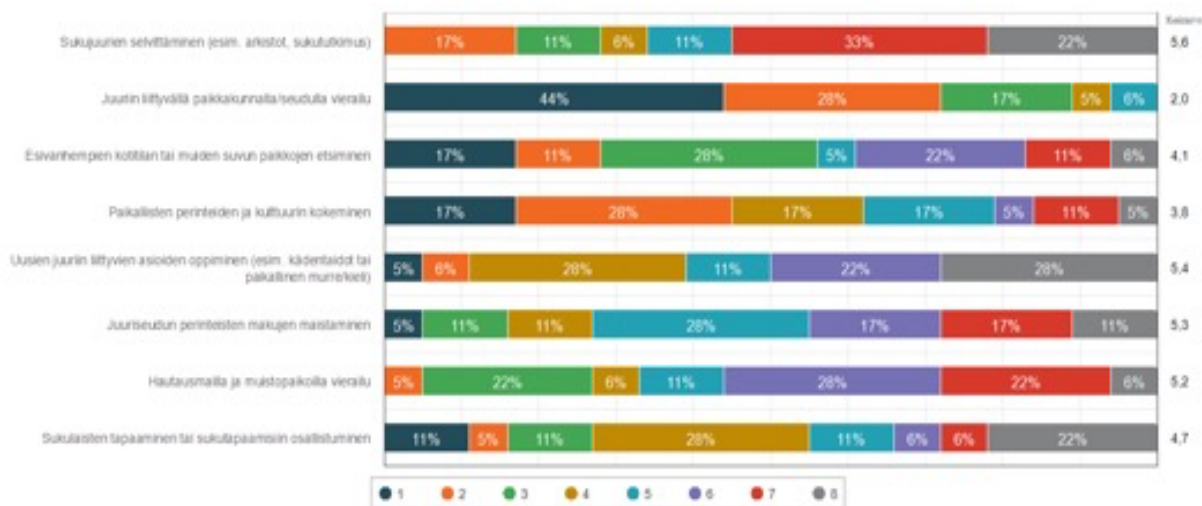


	1 = Ei lainkaan	2 = Huonosti	3 = Osittain	4 = Hyvin	5 = Erittäin hyvin	En osaa sanoa	Keskisarvo	Mediaani
	5,5%	27,8%	38,9%	16,7%	5,5%	5,6%	3,1	3,0

Kysymys 5: Mitkä seuraavista vaihtoehdoista ovat mielestäsi olennaisimpia juurimatkailuun kuuluvia aiheita?

Laita vastausvaihtoehdot pudotusvalikosta järjestykseen olennaisimmasta (1) vähiten olennaiseen (8).

Vastaajien määrä: 18



	1	2	3	4	5	6	7	8
Sukujuurien selvittäminen (esim. arkistot, sukututkimus)	0,0%	16,7%	11,1%	5,6%	11,1%	0,0%	33,3%	22,2%
Juuriin liittyvällä paikkakunnalla/seudulla vierailu	44,4%	27,8%	16,7%	5,5%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Esivanhempien kotitalan tai muiden suvun paikkojen etsiminen	16,7%	11,1%	27,8%	0,0%	5,5%	22,2%	11,1%	5,6%
Paikallisten perinteiden ja kulttuurin kokeminen	16,7%	27,8%	0,0%	16,7%	16,7%	5,5%	11,1%	5,5%

Uusien juuriin liittyvien asioiden oppiminen (esim. kädentaidot tai paikallinen murre/kieli)	5,5%	5,6%	0,0%	27,8%	11,1%	22,2%	0,0%	27,8%
Juuriseudun perinteisten makujen maistaminen	5,5%	0,0%	11,1%	11,1%	27,8%	16,7%	16,7%	11,1%
Hautausmailla ja muistopaikoilla vierailu	0,0%	5,5%	22,2%	5,6%	11,1%	27,8%	22,2%	5,6%
Sukulaisten tapaaminen tai sukutapaamisiin osallistuminen	11,1%	5,5%	11,1%	27,8%	11,1%	5,6%	5,6%	22,2%

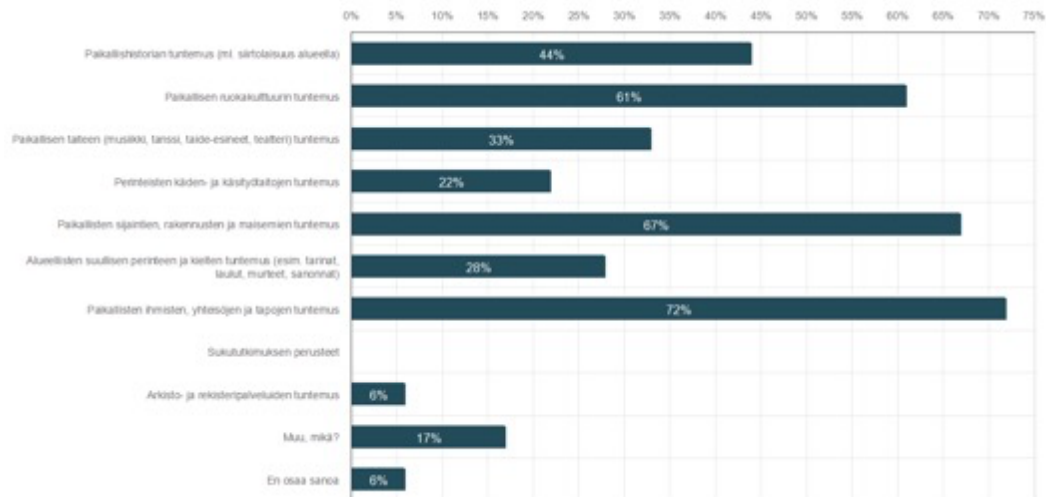
Kysymys 6: Jäikö mielestäsi jokin juurimatkoilun kannalta tärkeä aihe puuttumaan edellisen kysymyksen vaihtoehtoista? Voit kirjoittaa sen tähän.

Vastaajien määrä: 5

Vastaukset
Elinkeinojen painotus on vähäinen, vaikka pitäisi nimenomaan löytää eväitä uudelle yritystoiminnalle.
Luonnon ja muinasen kulttuuriperinnön kokeminen
Paikallishistoriaan tutustuminen
en keksi että jotain puuttuisi. Mietin lähinnä asiaa niin, että matkailutoimijan tai palveluntarjoajan näkökulmasta tuo sukujuurien selvittäminen ei ehkä kuuluisi enää siihen itse palvelun tuottamiseen, vaan on enemmän sitä työtä, joka tehdään ennen matkalle lähtemisen miettimistä. Vai onko vielä olemassa jotain arkistoja, joita ei pääse katsomaan digitaalisesti vaan vaatisi matkan paikkakunnalle.
Juurimatkoilu ja elävä perintö, elävän perinnön ilmiöiden rooli juuriin kiinnittymisessä

Kysymys 7: Mitkä juurimatkailuun liittyvät osa-alueet koet oman organisaatiosi vahvuuksina?

Vastaajien määrä: 18, valittujen vastausten lukumäärä: 64



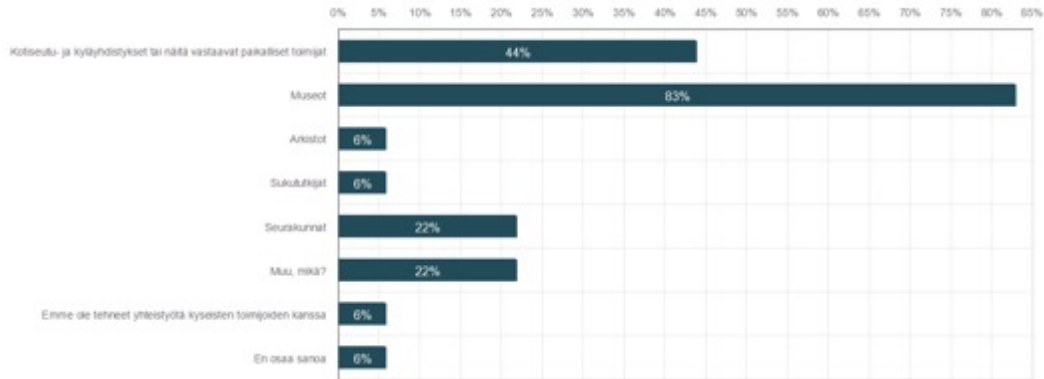
	n	Prosentti
Paikallishistorian tuntemus (ml. siirtolaisuus alueella)	8	44,4%
Paikallisen ruokakulttuurin tuntemus	11	61,1%
Paikallisen taiteen (musiikki, tanssi, taide-esineet, teatteri) tuntemus	6	33,3%
Perinteisten käden- ja käsityötaitojen tuntemus	4	22,2%
Paikallisten sijaintien, rakennusten ja maisemien tuntemus	12	66,7%
Alueellisten suullisen perinteen ja kielten tuntemus (esim. tarinat, laulut, murteet, sanonnat)	5	27,8%
Paikallisten ihmisten, yhteisöjen ja tapojen tuntemus	13	72,2%
Sukututkimuksen perusteet	0	0,0%
Arkisto- ja rekisteripalveluiden tuntemus	1	5,6%
Muu, mikä?	3	16,7%
En osaa sanoa	1	5,6%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	verkostot maaseudulla
Muu, mikä?	tutkimus ja tiedonhankinta, paikalliset verkostot
Muu, mikä?	Koko Suomen tuntemus, paikallisten tiedon ja oppaiden löytäminen

Kysymys 8: Oletteko tehneet organisaatiossasi yhteistyötä seuraavien juurimatkailuun liittyvien toimijoiden kanssa?

Vastaajien määrä: 18, valittujen vastausten lukumäärä: 35



	n	Prosentti
Kotiseutu- ja kyläyhdistykset tai näitä vastaavat paikalliset toimijat	8	44,4%
Museot	15	83,3%
Arkistot	1	5,6%
Sukututkijat	1	5,6%
Seurakunnat	4	22,2%
Muu, mikä?	4	22,2%
Emme ole tehneet yhteistyötä kyseisten toimijoiden kanssa	1	5,6%
En osaa sanoa	1	5,6%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Kirjasto
Muu, mikä?	perinteiset matkailutoimijat, kuten majoittajat.
Muu, mikä?	MTK, viljelijäyhteisöt, paikalliset asukkaat yksilöinä
Muu, mikä?	Turistiorganisaatiot, oppaat

Kysymys 9: Millaisia juurimatkailun kehittämiseen tai kulttuuriperinnön hyödyntämiseen liittyviä yhteistyömahdollisuuksia tai organisaatioita tunnistat alueellasi olevan?

Vastaajien määrä: 12

Vastaukset
Maaseudun ammatit, joissa vanhoista ja ehkä jo loppuneista löytyy benchmarkattavaa uusiin, joita kehitettävissä, esim metsänhoitomatkailu.
En osaa sanoa. Mielestäni tämä lähtee aina yksittäisen henkilön omasta kiinnostuksesta omia juuria kohtaan, jolloin matkakohteen nähtävyydet tai maut eivät ole välttämättä se syy matkustaa.
Museo arkistot, paikallisoppaat
Teollisuusperinnön ympärillä tehdään aktiivisesti yhteistyötä. Se kattaa myös tarinoita ja perinteitä.
Kyläyhdistykset tai kotiseutuyhdistykset tekevät erilaisia hankkeita, joissa digitalisoidaan alueen historiaa ja muistomerkkejä. Kotiseutumuseoiden ylläpito, näyttelyiden uudistus jne. Toisaalta maaseudulla sijaitsevat matkailutoimijat ovat kiinnostuneita tarjoamaan uusia palveluita tai tekemään yhteistyötä eri toimijoiden kanssa.

Paikallisyhteisöjen tuntemus ja ihmisten hyvä tavoitettavuus, yleinen "maastotuntemus", tila- ja talohistorioiden helppo selvittäminen yksittäisten henkilöiden ja paikallisten yhdistysten kautta, paikalliset tutustumiset ja tapahtumat helposti organisoitavissa
Karjalaisessa kulttuurissa on varmasti paljon ammennettavaa. Pohjois-Karjala on myös alueena monelle sellaista seutua, että sukujuuret ovat tavalla tai toisella täällä. Erilaiset tuotteistukset ko. aiheen ympärille.
Emme ole kartoittaneet asiaa.
En tunne asiaa niin hyvin, että osaisin vastata tähän kysymykseen.
Paikallisopastoiminta olisi hyvä saada elvytettyä ja muodostettava uudelleen
kyläyhdistykset sekä erilaiset yhdistykset ja seurat, kuten kalevalaiset naiset ja historiaseurat
Alueellamme on paljon siirtolaisuuteen, perinteisiin, sukututkimukseen ja kulttuuriperintöpaikkoihin liittyvää tietoa, osaamista jne - me voimme tuoda niitä yhteen juurimatkailun kehittämiseen ja rahoitusten hakua kehittämisen tueksi

Kysymys 10: Pitäisikö mielestäsi juurimatkailun kehittämisen olla mukana Suomen paikallisissa, maakunnallisissa tai valtakunnallisissa matkailustrategioissa?

Vastaajien määrä: 18



	n	Prosentti
Kyllä	9	50,0%
Ei	3	16,7%
On jo, missä?	0	0,0%

En osaa sanoa	6	33,3%
---------------	---	-------

Lisättekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
---------------------------	---------------

Kysymys 11: Onko organisaatiossasi tai alueellasi kokemusta juurimatkailijoista asiakkaina?

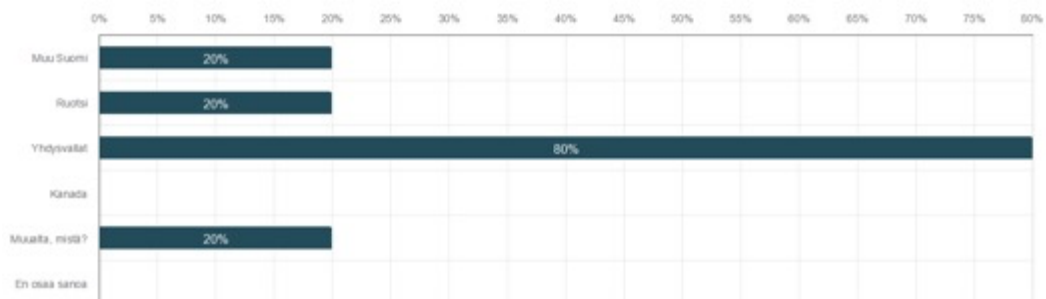
Vastaajien määrä: 18



	n	Prosentti
Kyllä	5	27,8%
Ei	5	27,8%
En osaa sanoa	8	44,4%

Kysymys 12: Miltä markkina-alueilta juurimatkailijat pääosin tulevat kokemuksenne mukaan?

Vastaajien määrä: 5, valittujen vastausten lukumäärä: 7



	n	Prosentti
Muu Suomi	1	20,0%
Ruotsi	1	20,0%
Yhdysvallat	4	80,0%
Kanada	0	0,0%
Muualta, mistä?	1	20,0%
En osaa sanoa	0	0,0%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muualta, mistä?	Australia

Kysymys 13: Voit kertoa tässä tarkemmin kokemuksistanne juurimatkailijoista asiakkaina.

Esimerkiksi millaisia palveluja juurimatkailijat tyypillisesti etsivät?

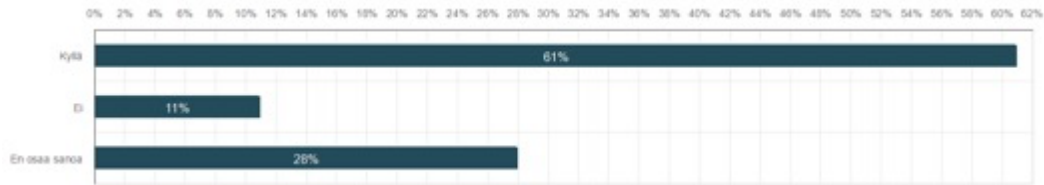
Vastaajien määrä: 3

Vastaukset
Asiakkaamme tulevat kansainvälisten matkanjärjestäjien kautta eli räätälöimme ohjelmia vain ryhmille.
Suvun juuret ovat Suomessa.
Halutaan tutustua siirtolaisuustietoihin omasta suvusta, vierailla kirkoissa/kirkkomailla, kaustislainen viulunsoitto kiinnostaa tosi paljon

Kysymys 14: Onko organisaatiossasi tai alueellasi tällä hetkellä juurimatkailijoille sopivia palveluita ja tuotteita?

Esimerkiksi ulkosuomalaisten tai suomalaisten omiin juuriin liittyvillä seuduilla vierailut, opastukset ja näyttelyt liittyen alueen paikallishistoriaan tai -kulttuuriin, perinnetaitoja kehittävät työpajat ja lyhytkurssit (esim. kädentaidot, ruoka), sukututkimuspalvelut tai -neuvonta

Vastaajien määrä: 18



	n	Prosentti
Kyllä	11	61,1%
Ei	2	11,1%
En osaa sanoa	5	27,8%

Kysymys 15: Millaisia juurimatkoille sopivia tuotteita ja palveluita organisaatiossasi tai alueellasi on olemassa?

Vastaajien määrä: 10

Vastaukset
Opastettuja kierroksia ja museoita. Aktiviteettipalveluita.
Ainakin paikallis- ja kotiseutumuseoita, erilaisia perinnesaunottajia, kirkot & hautausmaat, paikallisia lähiruuan tuottajia, tiloja jne...
Käsityöpajat, museot, joissa aiheena paikallinen kulttuuri ja historia, karjalanpiirakkapajat
Yllä mainitut opastukset ja näyttelyt liittyen alueen paikallishistoriaan tai -kulttuuriin sekä perinnetaitoja kehittävät työpajat sopivat myös muille alueen kulttuurista ja historiasta kiinnostuneille kuin juurimatkoille.
Opastettuja kierroksia, museoita & näyttelyitä ja yrityksiä (esim. käsityöliikkeet ja ravintolat).
Opastuksia ja kursseja ainakin, varmaan muitakin mutta en nyt muista.

Paikallinen voi lähettä oppaaksi, mutta kaikki pitää räätälöidä ei ole valmista tuotetta olemassa.

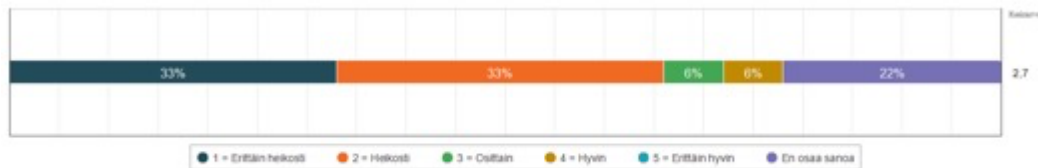
Teemme räätälöityjä matkasuunnitelmia asiakkaille.

Paikalliset ruoka ja kulttuuripalvelut

Elävä perintö-näyttely kansansoitinmuseossa, kaustislaisen viulunsoiton elämystuotteet (esim kokouspaketit)

Kysymys 16: Kuinka hyvin juurimatkailijat ovat huomioitu organisaatiosi tai alueesi markkinoinnissa ja viestinnässä?

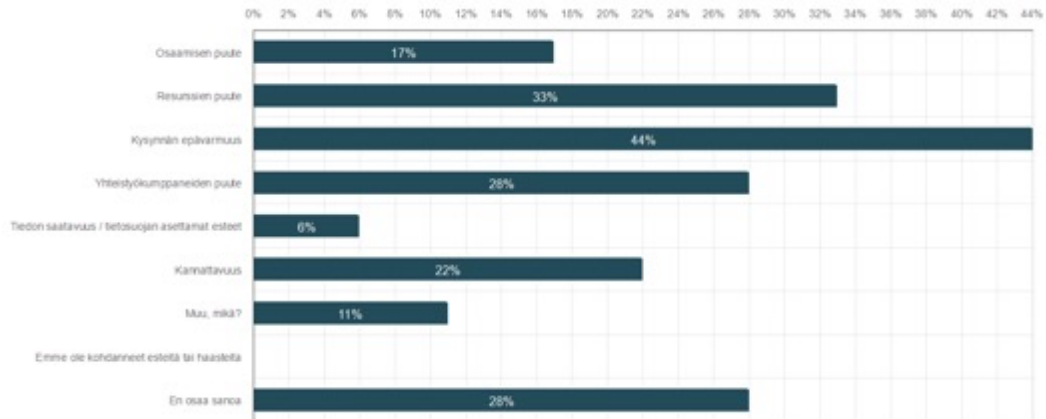
Vastaajien määrä: 18



	1 = Erittäin heikosti	2 = Heikosti	3 = Osittain	4 = Hyvin	5 = Erittäin hyvin	En osaa sanoa	Keskisarvo	Mediaani
	33,3%	33,3%	5,6%	5,6%	0,0%	22,2%	2,7	2,0

Kysymys 17: Mitä esteitä tai haasteita olette kohdanneet organisaatiossasi tai alueellasi juurimatkailun kehittämisessä?

Vastaajien määrä: 18, valittujen vastausten lukumäärä: 34



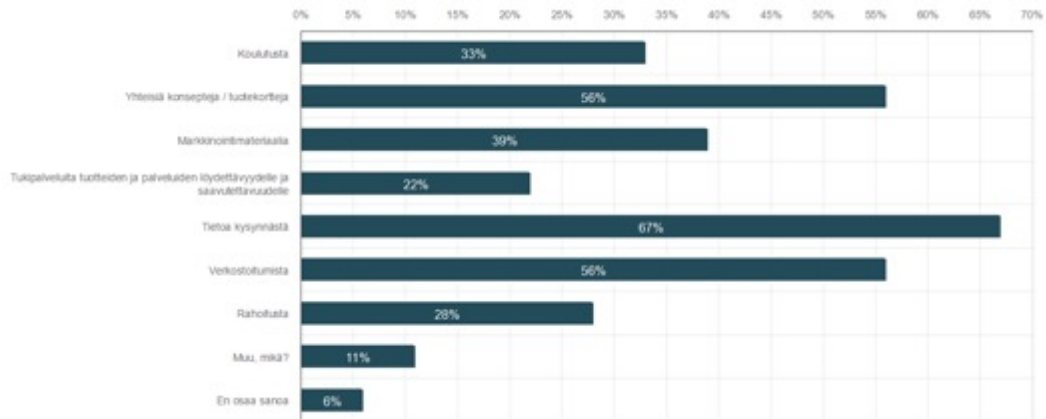
	n	Prosentti
Osaamisen puute	3	16,7%
Resurssien puute	6	33,3%
Kysynnän epävarmuus	8	44,4%
Yhteistyökumppaneiden puute	5	27,8%
Tiedon saatavuus / tietosuojan asettamat esteet	1	5,6%
Kannattavuus	4	22,2%
Muu, mikä?	2	11,1%
Emme ole kohdanneet esteitä tai haasteita	0	0,0%
En osaa sanoa	5	27,8%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Emme ole vielä perehtyneet asiaan.
Muu, mikä?	tietämättömyys että tällaista voisi kehittää tai että siinä olisi potentiaalia

Kysymys 18: Mitä tukea organisaatiosi tai alueesi tarvitsisi juurimatkailun kehittämiseen?

Vastaajien määrä: 18, valittujen vastausten lukumäärä: 57



	n	Prosentti
Koulutusta	6	33,3%
Yhteisiä konsepteja / tuotekortteja	10	55,6%
Markkinointimateriaalia	7	38,9%
Tukipalveluita tuotteiden ja palveluiden löydettävyydelle ja saavutettavuudelle	4	22,2%
Tietoa kysynnästä	12	66,7%
Verkostoitumista	10	55,6%
Rahoitusta	5	27,8%
Muu, mikä?	2	11,1%
En osaa sanoa	1	5,6%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Juurimatkailuryhmiä tekevien kv matkanjärjestäjien kontaktitietoja
Muu, mikä?	markkinointimateriaali ei riitä, tarvitaan yhteistä matkailuvientiä

Kysymys 19: Mitkä olisivat mielestäsi organisaatiosi tai alueesi kolme (3) tärkeintä toimenpidettä juurimatkaailun kehittämiseksi?

Vastaajien määrä: 18

Vastaukset
Teemallinen valmistelu yhdessä asiantuntijoiden kanssa aluksi, ettei lähdetä rönsyilemään. Painopisteiden valinta. Verkoston muodostaminen.
Yhteistyö yli rajojen DMC-yrityksille toimeksianto malliohjelman teosta - yli maakuntarajojen (tuskin tulisivat vain yhdelle alueelle vaan esim Helsinki-Pohjois-Karjala ym)
En osaa sanoa. Alueen kulttuuriperimän esille tuominen markkinoinnissa?
Asiakkaiden löytäminen
Kädentaidot, perinneruoka, perinneleikit
Tällä hetkellä ei ole aktiivisia toimenpiteitä. En pidä juurimatkaailua erityisen tärkeänä.
aiheen isompi esille nostaminen, tuotteistaminen, kohderyhmien kartoittaminen
Verkoston rakentaminen, markkinointisuunnitelma ja sen käytännön toteutus
Selkeät toimintamallit/raamit, joista lähteä liikkeelle. Tuotteistaminen ja valmiit markkinointimateriaalit
1) Ymmärtää potentiaali ja lähtömarkkinat/-alueet 2) Ymmärtää potentiaaliset markkinointikanavat näiden asiakkaiden tavoittamiseksi 3) Ymmärtää minkä tyyppisiä tuotteita näille voisi tarjota ja missä myyntikanavassa
Tiedon lisääminen, tuotteistus ja verkostoituminen.
Tiedon lisääminen, oikeiden yhteistyökumppaneiden löytäminen
Asian selvittäminen, rahoituksen hankkiminen, tekeminen
Markkinoiden löydettävyys, tuotteiden näkyvyys, matkanjärjestäjät

juurimatkailemiskonseptin avaaminen toimijoille, tuotekehitys ja oikeiden myynti- ja markkinointikanavien löytäminen.

- tietoisuus

- paikallisen DMO:n tieto ja apu (esim. loistava Krista Pollari, Isokyrö)

Tietoisuus, koulutus, paketointi

Tuotteistaminen, kohderyhmien tavoittaminen, toimijoiden yhteen saattaminen palveluiden tarjoajina

Kysymys 20: Mikä olisi mielestäsi tärkein yksittäinen toimenpide juurimatkailemiskon kasvattamiseksi Suomessa?

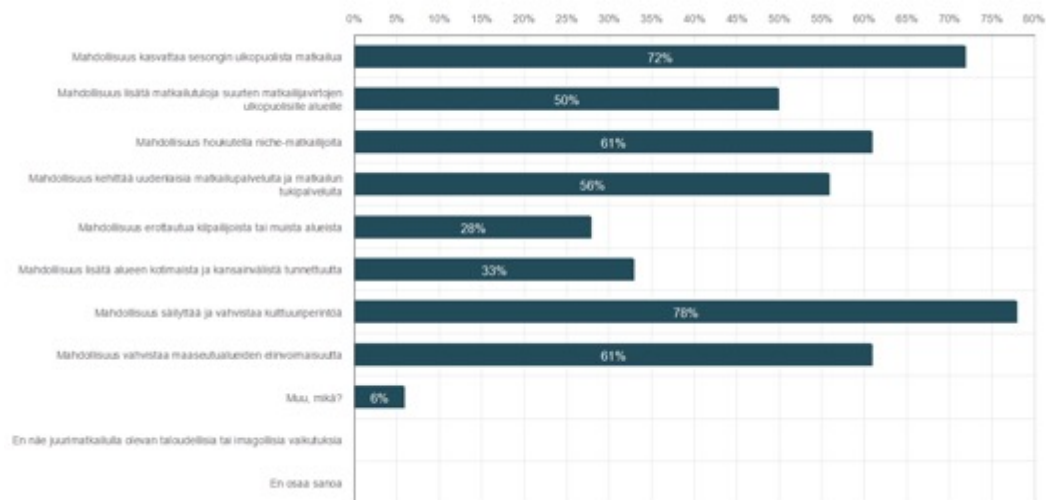
Vastaajien määrä: 18

Vastaukset
Asian markkinointi julkisuuteen, sillä se on vielä varsin tuntematon asia!
Kannattavuuden selvittäminen - onko kysyntää ryhmäohjelmille vai yksittäisille. Jos vain yksittäisille se tuskin on kannattavaa liiketoimintaa.
Saada tietoa onko tämä matkailullisesti kannattavaa ja kuinka tällaiset matkailijat suunnittelevat matkoja. En suoraan näe yhteyttä DMC-toimintaan vaan ovat enemmänkin indiksiä
Juurimatkailemiskatuote alueelle, jossa matkanjärjestäjä koonnut jo kohteet ja majoitukset ja liikkumisen
KV
Aihe tuntuu melko tuoreelta. Konseptia pitää terävöittää ja potentiaalia selvittää, sekä avata paremmin.
Kysynnän kartoittaminen
Matkailuvienti. Muut kehittämis- ja koulutustoimet kyllä ottavat tuulta alle, kun asiakkaita alkaa ilmestyä tai edes konkreettista kysyntää, joka tunnustetaan juurimatkailemiskoksi. Jos työ alkaa kehittämissankkeella, kaikki kyllästyvät aiheeseen asiakkaita odotellessa.
Laajempi viestintä aiheesta ja valmiit tuotteet
Ymmärtää potentiaali ja myyntikanavat mitä kautta nämä asiakkaat voidaan tavoittaa.

Tiedon lisääminen juurimatkailusta. Tietoon pohjautuu kaikki muu tekeminen.
Tiedon lisääminen, itse ainakin kuulin nyt juurimatkailusta ensimmäistä kertaa
Aiheen ottaminen esille
Kohderyhmämarkkinointi
palveluiden kehittäminen juurimatkailun ympärille
- alueorganisaatioiden kiinnostus ja osaaminen => juurimatkailun markkinointi
Ottaminen ohjelmaan kunnissa
Profiloituminen, laajan tietopohjan ja osaamisen kiteyttäminen markkinoinnissa

Kysymys 21: Millaisia taloudellisia tai imagollisia vaikutuksia juurimatkailulla voisi olla organisaatiollesi tai alueellesi?

Vastaajien määrä: 18, valittujen vastausten lukumäärä: 80



	n	Prosentti
Mahdollisuus kasvattaa sesongin ulkopuolista matkailua	13	72,2%

Mahdollisuus lisätä matkailutuloja suurten matkailijavirtojen ulkopuolisille alueille	9	50,0%
Mahdollisuus houkutella niche-matkailijoita	11	61,1%
Mahdollisuus kehittää uudenlaisia matkailupalveluita ja matkailun tukipalveluita	10	55,6%
Mahdollisuus erottautua kilpailijoista tai muista alueista	5	27,8%
Mahdollisuus lisätä alueen kotimaista ja kansainvälistä tunnettuutta	6	33,3%
Mahdollisuus säilyttää ja vahvistaa kulttuuriperintöä	14	77,8%
Mahdollisuus vahvistaa maaseutualueiden elinvoimaisuutta	11	61,1%
Muu, mikä?	1	5,6%
En näe juurimatkailla olevan taloudellisia tai imagollisia vaikutuksia	0	0,0%
En osaa sanoa	0	0,0%

Lisätekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	juurimatkailijat tarvitsevat samoja palveluja kuin muutkin - ruokaa ja yösijaa. Heidän myötään nämä palvelut säilyvät, kuten kaikkien asiakkaiden myötä.

Kysymys 22: Kuinka merkittävänä näette juurimatkaillen kasvupotentiaalin organisaatiossasi tai alueellasi?

Vastaajien määrä: 18



1 = Ei merkittävä	2 = Vähän merkittävä	3 = Jonkin verran merkittävä	4 = Hyvin merkittävä	5 = Erittäin merkittävä	En osaa sanoa	Keskisarvo	Mediaani
0,0%	22,2%	50,0%	22,2%	0,0%	5,6%	3,2	3,0

Kysymys 23: Kuinka todennäköisesti organisaatiosi tai alueesi panostaa juurimatkailuun seuraavan kolmen vuoden aikana?

Vastaajien määrä: 18



1 = Erittäin epätodennäköisesti	2 = Epätodennäköisesti	3 = Mahdollisesti	4 = Todennäköisesti	5 = Erittäin todennäköisesti	En osaa sanoa	Keskisarvo	Mediaani
0,0%	27,8%	44,4%	16,7%	0,0%	11,1%	3,2	3,0

Kysymys 24: Mitkä trendit vaikuttavat mielestäsi juurimatkailun kysyntään?

Esimerkiksi digitalisaatio, DNA-testit, etäpalvelut

Vastaajien määrä: 13

Vastaukset

Tuskin mikään noista, vaan esim yhteisen kokemuksen kaipuu. Olen itse järjestänyt kolmen suvun edustajien tutustumismatkan Karjalan Kannaksen eräeseen kylään v. 2010. Vanhat muistavat kokemukset ennen sotia, nuoret haluavat tietää niistä ja hyödyntää niitä omissa töissään.

Tekoäly yhdistettynä Dna testeihin

Some

Kansallisen itsetunnon kasvaminen, nationalismi.

DNA testit jollain tasolla, mutta yleisesti kansainvälistyminen, kulttuurien sekoittuminen, ulkomaille muutto.

Itsekin elän kolmikulttuurisessa perheessä ja omien juurien tunnistaminen, sekä identiteetti ovat aina olleet tärkeä osa elämää, niin ulkosuomalaisena eläessä, kuin nykyään kaksikielisten lasten kasvattajana jne.

Ikääntyminen ulkosuomalaisten keskuudessa. Silloin kiinnostutaan juurista ja lähdetään tutustumaan niihin. Juurimatkoilijoissa on paljon sellaisiakin, jotka tuntevat juurensa Suomessa ja ovat itse ensimmäinen tai toinen sukupolvi, joka Suomesta on lähtenyt. Omassakin suvussani on heitä. Lomille tullaan tutuille paikoille, mutta se yösiija ja ruoka aktiviteetit hankitaan kuten muillakin matkoilla. Enää ei ajeta Volvolla sukulaisten nurkkiin viipymään.

Näemme itse juurimatkoilun trendinä, lähtee halusta tutustua omiin juuriin sekä paikkoihin mistä oma suku on lähtöisin. Toisena trendinä matkailu sellaisiin paikkoihin joissa omat vanhemmat tai isovanhemmat ovat aikoinaan matkailleet.

Kiinnostus omista juurista, digitalisaatio/tekoäly.

Maailman tilanne

DNA-testit, televisio-ohjelmat kuten sukuni salat

DNA-testit, sukutukimus

Digitalisaatio

Digitalisaatio, elämysten ja aitouden vetovoima, dna-testauksen yleistyminen

Kysymys 25: Onko vielä jotain muuta, mitä haluaisit nostaa esiin tai kysyä juurimatkailun nykytilasta tai kehittämisestä?

Vastaajien määrä: 6

Vastaukset
Jos ohjelmassanne on käsitteen selventäminen ja siitä viestiminen, niin tehkää se pian! Siten mahdollisuudet avautuva.
Käsite on vieras matkailualallakin, muista puhumattakaan. Siitä kannattaa pitää ääntä sinnikkäästi, jos haluaa saada asiaa edistettyä.
Toivoisimme että kehitysprojektissa huomioidaan myös tuotteiden myytävyyys ja saatavuus kansainvälisille asiakkaille.
nykytila on mielestäni aika olematon. En usko, että monikaan tietoisesti tarjoaa palveluita juurimatkailuun. Tämä voisi kuitenkin olla helpostikin tarjottavissa oleva palvelu tietyille toimijoille. Tästä kaivataan lisää tietoa. Apua olisi erityisesti oikein markkinointikanavien selvittely.
Tämä kysely oli enemmän paikallistoimijoille, ei koko Suomen kattavalle DMC:lle (tai incoming tour operatorille) Yleensä juurimatkailijat haluavat yhdistää matkaansa muutakin kuin juuria.
Mitkä ovat tärkeimpiä organisaatioita/sisältöjä joita seurata juurimatkailun tuotteistamisessa? Alueellamme on aidosti valtavan paljon tarjottavaa juurimatkailijoille, tuotteistus ja markkinointi vain puuttuu!



TAIGAWISE

Taigawise Oy

Bulevardi 9i
00120 Helsinki
Finland

taigawise.fi