Euroopan unionin osarahoittama
LAPIN LIITTO
KITTILÄ PUHDASTA KULTAA

Kideve Elinkeinopalvelut / Kittilän kunta:

Inklusiivisen matkailun kehittäminen Kittilässä ja Levillä

Loppuraportti
15.08.2026

Estea Oy (3582454-4)
Tea Tuohioja 050 3241752
tea.tuohioja@estea.fi
estea.fi

Juurré Oy
Viivi Banckaert

RingArt Oy
Ringa Aarimo

estea

Sisällysluettelo

1. Selvityksen taustatiedot
2. Inklusiivisuus ja esteettömyys matkailussa maailmalla – benchmarkingin tulokset
3. Inklusiivisen matkailun nykytila Levillä ja Kittilässä
4. Kohderyhmät ja inklusiivisuus palveluissa
    - 4.1 Fyysinen esteettömyys
    - 4.2 Kohderyhmäkohtaiset havainnot
    - 4.3 Palveluiden mukauttaminen
5. Viestintä
6. Kehittämisen esteet ja resurssit
7. Alueelliset roolit, yhteistyö ja luottamus
8. Osaaminen ja kehittämisen tuki
9. Johtaminen ja inklusiivinen työyhteisö
10. Yhteenveto: suositukset jatkoon
11. Esteettömyyden viestintämalli Levillä

Euroopan unionin osarahoittama
LAPIN LIITTO
KITTILÄ PUHDASTA KULTAA

1. Selvityksen taustatiedot

estea

Tausta, tavoitteet ja painopisteet

- Kittilä ja Levi ovat nopeasti kasvavia matkailualueita, joissa kehitys on ollut vahvaa, mutta samalla **sesonkiluonteisuus asettaa haasteita kestävälle kasvulle ja yritysten kilpailukyvylle**. Tarve palvelutarjonnan monipuolistamiseen ja ympärivuotisuuden vahvistamiseen ovat keskeisiä kehittämisajureita.
- Matkailun toimintaympäristö muuttuu nopeasti: **asiakaskunta moninaistuu, väestö ikääntyy ja odotukset vastuullisuudesta sekä saavutettavuudesta kasvavat**. Inklusiivisuus ja esteettämyys ovat sekä arvo- ja vastuullisuusasioita, mutta lisäksi myös liiketoimintamahdollisuuksia

Selvityksen tavoitteet

- Muodostaa kokonaiskuva inklusiivisen matkailun nykytilasta Kittilän ja Levin alueella
- Tunnistaa yritysten keskeiset haasteet, kehittämistarpeet ja hyvät käytännöt
- Kehittää yrityksille käytännönläheinen viestintämalli esteettömyys- ja saavutettavuustietojen kuvaamiseen
- Esittää konkreettisia toimenpidesuosituksia alueellisen kehittämisen tueksi

Selvityksen painopisteet

- Inkusiivisen matkailun kohderyhmistä tarkastelun painopiste on erityisesti **fyysisessä esteettömyydessä**.
- Lisäksi tarkastellaan saavutettavaa viestintää, digitaalista saavutettavuutta, neuroesteettömyyttä, ikääntyviä asiakkaita, sateenkaariasiakkaita sekä muita inklusiivisen matkailun teemoja yritysten arjen ja kehittämisen näkökulmasta.

estea

Selvityksen tavoite

Selvityksen tavoitteena on tuottaa käytännönläheinen ja yrityslähtöinen kokonaisuus, joka auttaa Kittilän ja Levin alueen matkailuyrityksiä kehittämään toimintaansa inklusiivisemmaksi sekä vastaamaan moninaistuvan asiakaskunnan tarpeisiin. Tavoitteena on siirtää inklusiivisuus yksittäisistä toimenpiteistä kohti systemaattista, liiketoimintaa tukevaa kehittämistä Kittilän ja Levin matkailussa.

Työssä:

- muodostetaan **selkeä tilannekuva inklusiivisuuden ja erityisesti fyysisen esteettömyyden nykytilasta** Kittilän ja Levin alueella hyödyntäen olemassa olevaa aineistoa sekä täydentäviä selvitysmenetelmiä
- tunnistetaan **yritysten keskeiset haasteet, tarpeet ja kehittämisen esteet**, erityisesti esteettömyyden käytännön toteuttamisessa ja viestinnässä
- kootaan ja analysoidaan **toimivia esimerkkejä ja toimintamalleja** kotimaasta ja kansainvälisesti, painottaen erityisesti yritysten arkeen soveltuvia ratkaisuja ja yhteistyörakenteita
- tuotetaan **konkreettisia, yritysten käyttöön soveltuvia suosituksia**, jotka tukevat esteettömyyden systemaattista kehittämistä
- kehitetään **selkeä ja käytännönläheinen viestintämalli**, jonka avulla yritykset voivat kuvata palveluitaan saavutettavasti ja alueellisesti yhteneväisesti
- tunnistetaan ja ehdotetaan **yhteistyö- ja toimintamalleja**, joiden avulla inklusiivisuuden kehittämistä voidaan edistää alueella pitkäjänteisesti
- lisätään tietoisuutta ja osaamista sekä **innostetaan yrityksiä konkreettisiin kehittämistoimenpiteisiin** työpajatyöskentelyn kautta

Toimintaympäristö ja inklusiivisen matkailun lähtökohdat

- Levin matkailu perustuu vahvasti **fyysisiin elämyksiin** (ulkoilu, laskettelu, talvi- ja kesäaktiviteetit), joista monet edellyttävät vähintään kohtalaista fyysistä toimintakykyä ja jotka perustuvat vähintään kohtalaiseen fyysiseen ponnisteluun. Esimerkiksi kulttuuripalvelutarjontaa on Levin matkailussa vielä melko pistemäisesti.
    - Saksan markkinatutkimuksessa nousi tarve helpoille ja vaivattomille luontoelämyksille.
    - Esteettömät reitit vastaavat juuri tähän tarpeeseen, mutta niitä ei Levillä juuri ole.

- Majoituskapasiteetti on Levillä jatkuvassa nousussa ja tarvitaan monipuolista, ympärivuotisuutta tukevia ohjelmapalveluita, myös muuta kuin fyysiseen ponnisteluun liittyvää.

- Levin alueen **rakennuskanta ja alppikylämäinen rakenne asettavat omat reunaehtonsa**: esteettömyyttä ei ole systemaattisesti huomioitu kaikessa kehityksessä rakentamisajan hengen mukaisesti, mikä luo konkreettisia kehittämistarpeita.

"Tutkimuksen perusteella Tunturi-Lapin lumettomalle ajalle on selkeä markkinamahdollisuus saksalaisessa kohderyhmässä. Kiinnostus **ei rakennu ensisijaisesti aktiivisen seikkailun** varaan, vaan vahvimmin vetoaa useamman päivän luontoloma, jossa yhdistyvät **maisemat, rauha, kevyt aktiivisuus, omatoimisuus ja vaivaton liikkuminen**."

Lähde: Markkinatutkimus, Tunturi-Lappi365 – hanke 2026

Selvityksen toteutus

Selvitys toteutettiin monimenetelmällisenä kokonaisuutena, jossa yhdistettiin yritysten näkemyksiä, syvähaastatteluja sekä kansallista ja kansainvälistä benchmark-tarkastelua.

Kysely

- Sähköinen kysely Kittilän ja Levin matkailuyrityksille
- 23 vastaajaa (n = 23) sekä johtotehtävistä että asiakasrajapinnasta
- Tavoitteena muodostaa yleiskuva inklusiivisen matkailun nykytilasta, kehittämistarpeista ja yritysten näkemyksistä

Syvähaastattelut

- 8 puolistrukturoitua haastattelua (noin 1 tunti / haastattelu)
- 6 matkailuyritysten haastattelua: ravintola-, majoitus- ja ohjelmapalvelualat
- Visit Levin haastattelu
- Lapin ELY-keskuksen yritysrahoituksen asiantuntijan haastattelu

Benchmark-analyysi

- Vertailu **neljään kansainväliseen matkailukohteeseen**
    - alueelliset yhteistyömallit
    - esteettömyys- ja saavutettavuusviestintä
    - yrityksille tarjottavat työkalut ja tukimallit

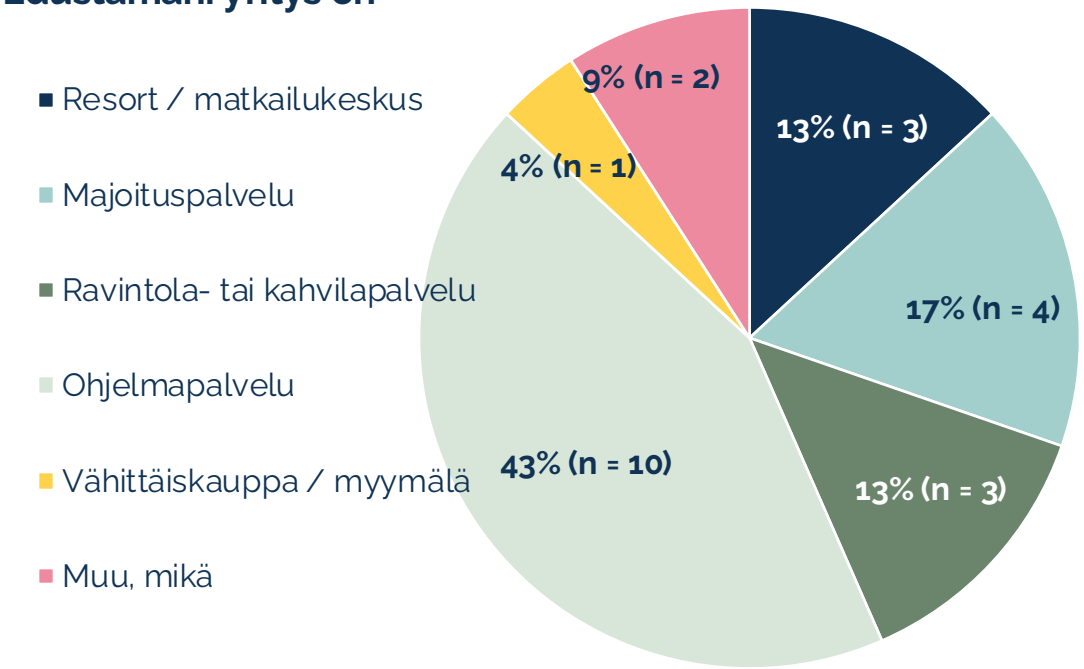
Lähtökohta

Selvityksen toteutti paikallinen asiantuntijatiimi, joka tuntee Kittilän ja Levin toimintaympäristön sekä matkailuelinkeinon että esteettömyyden ja saavutettavuuden näkökulmasta

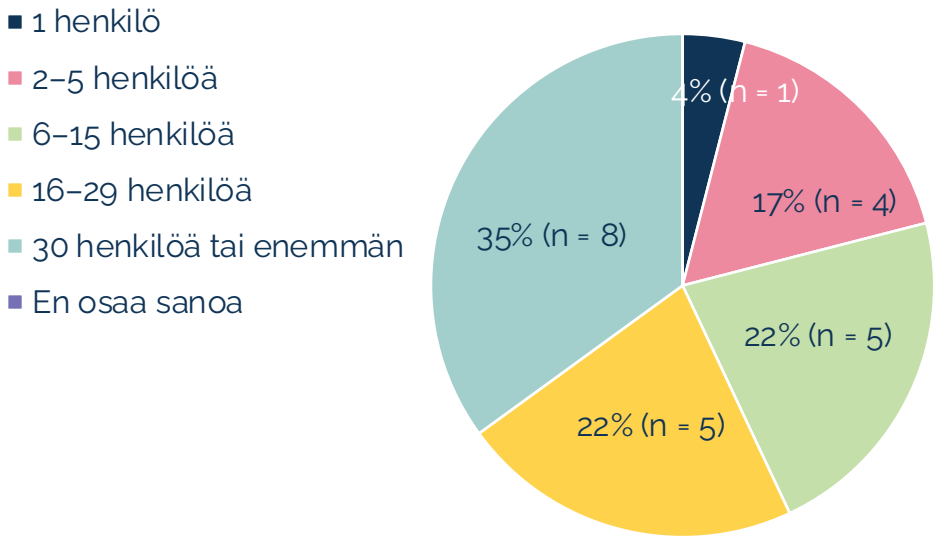
Huomioithan raporttia lukiessasi, että kyselyn ja haastattelujen otokset ovat melko pieniä, eivätkä tulokset sellaisenaan kuvaa koko alueen yrityskenttää. Aineisto antaa kuitenkin **hyvän laadullisen kuvan inklusiivisen matkailun nykytilasta, keskeisistä ilmiöistä ja kehittämistarpeista**.

Kyselyn taustatiedot

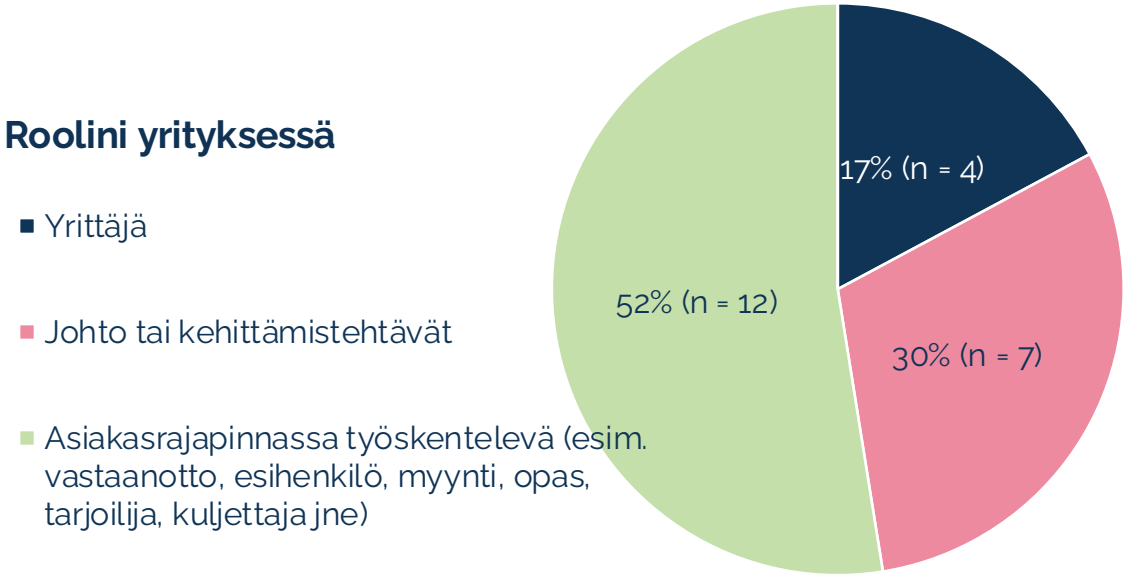
Edustamani yritys on



Edustamani yrityksen koko



Roolini yrityksessä



estea

Inklusiivisen matkailun sanakirja

- **Inklusiivinen matkailu** tarkoittaa matkailua, jossa erilaiset asiakkaat on huomioitu niin, että palveluihin voi osallistua mahdollisimman yhdenvertaisesti
- **Esteettömyys** tarkoittaa sitä, että tilat ja palvelut ovat mahdollisimman sujuvasti käytettävissä erilaisista toimintakyvyistä riippumatta, esimerkiksi liikkumisen, näkemisen ja kuulemisen näkökulmasta
- **Saavutettavuus** tarkoittaa esimerkiksi selkeää viestintää, helposti löydettävää tietoa ja toimivia digipalveluita. Käytännössä esimerkiksi selkeä kieli, johdonmukaiset ohjeet ja yksinkertaiset asiointipolut.
- **Neuroesteettömyys** tarkoittaa ympäristöjä ja palveluita, joissa huomioidaan erilaiset tavat havainnoida, käsitellä tietoa, keskittyä ja toimia. Käytännössä esimerkiksi ennakoitavuus, selkeät ohjeet ja mahdollisuus vähentää aistikuormitusta.
- **Sateenkaarimatkailu** tarkoittaa matkailua, jossa seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin kuuluvat matkailijat voivat käyttää palveluita turvallisesti ja yhdenvertaisesti. Käytännössä esimerkiksi inklusiivinen viestintä, oletusten välttäminen ja luonteva kohtaaminen.

Esteettömyys = pääsenkö ja pystynkö käyttämään?

Saavutettavuus = löydänkö, ymmärränkö ja pystynkö asioimaan?

Inklusiivisuus = onko palvelu myös minua varten?

estea

Tiivistelmä nykytilaselvityksen tuloksista

Inklusiivisuus toteutuu ennen kaikkea asiakaskohtaamisissa	Suurimmat kehittämistarpeet liittyvät viestintään ja ennakointiin	Kehittämisen esteet ovat ennen kaikkea rakenteellisia	Tahtoa on enemmän kuin osaamista	Inklusiivisuus on kilpailukykyä, ei vain vastuullisuutta
• Yrityksissä on vahva tahtotila kohdata erilaiset asiakkaat yksilöllisesti. • Inklusiivisuus nähdään ennen kaikkea hyvänä asiakaspalveluna ja henkilöstön ammattitaitona. • Inklusiivisuuden merkitystä osana koko asiakkaan asiakaspolkua ei hahmoteta • Toiminta perustuu kuitenkin usein yksittäisten työntekijöiden osaamiseen eikä yhteisiin toimintamalleihin.	• Asiakas joutuu edelleen selvittämään palvelun soveltuvuuden itse. • Esteettömyys- ja saavutettavuustiedot ovat hajallaan, eikä tieto ole aina realistista tai vertailukelpoista. • Selkeä, realistinen ja helposti löydettävä ennakkotieto on inklusiivisen asiakaskokemuksen perusta. • Olemassa olevat tiedonhallinan toimintamallit ja –prosessit eivät tue johdonmukaista ja tehokasta inklusiivisuusviestintää	• Haasteita aiheuttavat hajanaiset prosessit, tiedonhallinta, yhteistyön vähäisyys sekä kehittämiseen käytettävien resurssien niukkuus. • Yritykset kokevat yhteistyön tärkeäksi, mutta luottamuksen puute ja kilpailuasetelma vaikeuttavat sitä. • Inklusiivisuuden kehittäminen edellyttää yhteisiä toimintamalleja, ei pelkästään yksittäisiä kehittämistoimia.	• Monimuotoisuus nähdään matkailualalla luontevana osana arkea, mutta kaikkien kohderyhmien tarpeita ei tunnisteta systemaattisesti. • Erityisesti esteettömyyteen, kohtuullisiin mukautuksiin ja yhdenvertaisuuslain-säädäntöön liittyvä osaaminen vaihtelee. • Ohjelmapalveluissa turvallisuuden, yhdenvertaisuuden ja syrjimättömyyden rajapinnat koetaan haastaviksi.	• Inklusiivisuus tarjoaa mahdollisuuden tavoittaa uusia asiakasryhmiä, kehittää palveluita ja vahvistaa alueen vetovoimaa. • Parhaimmillaan inklusiivisuus synnyttää uusia palveluita, ei vain mukauta olemassa olevia • Erityisesti esteettömyys nähdään kuitenkin vielä usein kustannuksena tai yksittäisenä mukautuksena investoinnin sijaan. • Pitkäjänteinen kehittäminen edellyttää johtamista, alueellista yhteistyötä ja yhteistä tahtotilaa.

2. Inklusiivisuus ja esteettömyys matkailussa maailmalla

Benchmarkingin tulokset

Benchmark-selvityksen toteutus

Benchmark tarkoittaa vertailua ja oppimista muista organisaatioista. Vertailuun pyrittiin valitsemaan kohteita, joissa lainsäädäntö on Suomea vastaava. Esimerkiksi Espanjan monet esteettömät kohteet valikoituivat ulkopuolelle, sillä lainsäädäntö on siellä paljon Suomea velvoittavampaa esteettömyyden suhteen.

Benchmarkingin fokuksessa olivat erityisesti:

Alueelliset toimintamallit ja yhteistyörakenteet, esimerkiksi:

- Miten yrityksiä on innostettu mukaan ja miten sitoutuminen on onnistunut
- Mikä rooli alueorganisaatiolla tai julkisella sektorilla on yhteistyössä ja viestinnässä
- Millaisia työkaluja esteettömyyden kehittämiseen yrityksille tarjottu

- **Viestintämallit, esimerkiksi:**
  - Miten esteettömyydestä on viestitty alueena ja yrityksittäin
  - Miten yrityksiä ohjataan käytännössä
  - Mitä vaaditaan esteettömyyden viestimiseltä
- Pienemmässä roolissa käytännön esimerkit

Benchmark-selvityksen kohteet:

- **Kainuu / Arctic Lakeland**

Kainuussa on tuotettu laajasti esteettömyystietoa alueen palveluista. Erinomainen benchmark-kohde Suomen tasolla.

Scandic Accessibility Standard

Scandic on luonut esteettömyysstandardin ja esteettömyydestä viestitään jokaisen ketjun hotellin sivuilla täsmälleen samoin. Brändiin sidottu malli luo luottamusta ja lisää asiakasuskollisuutta. Hyvä benchmark-kohde viestintämallin luomiseen.

- **Etelä-Määr, Tsekki**

Yritykset, paikallistason toimijat (kunnat, alueet) ja järjestöt ovat rakentaneet kiinnostavia viritelmiä hyödyntäen samantyyppisiä EU-rahoitusinstrumenttejä, joita Suomessakin olisi mahdollista hyödyntää.

Kaunertalin alue, Itävalta

Pitkäjänteinen, 80-luvulta alkanut esteettömyystyö ja selkeä positiointi esteettömäksi matkailukohteeksi. 12% yöpymisistä esteettömyyden vuoksi

estea

Benchmark – yhteenveto ja suositukset

Teema	Kainuu	Scandic	Etelä-Määr	Kaunertal	Sovellettavuus Kittilään
Sitouttaminen ja yhteistyö	Yrityskatselmukset	Johdon sitoutuminen, pakollisuus	EU-hanke	Yritystuet	Yrityksille tarvitaan sekä konkreettista tukea että selkeä hyöty osallistumisesta. Esimerkillä johtaminen, ml. rakennusluvat Taloudellinen tuki yrityksille?
Esteettömyystiedot	Yhteinen koontisivusto	Yhtenäinen standardi, tietojen esitys aina yhteneväinen	Standardoitu tiedonkeruu, yhteneväinen tapa ilmoittaa esteettömyydestä	Yhteinen koontisivusto	Alueellinen koontisivusto + yhtenäinen viestintämalli yritysten esteettömyystiedon viestimisen tueksi. Mitattavat tiedot sekä kuvat tärkeitä
Viestintä	Alueviestintä, yksityiskohtaisempi esteettömyysviestintä yritysten vastuulla, ”5 päivän esteetön reitti”	Ketjun yhteinen malli, viestinnästä syntyy brändilupaus	Digitaaliset työkalut	"Mitä voit tehdä" –ajattelu, videot ja esimerkit	Viestinnän tulee olla konkreettista ja asiakasta auttavaa, videoilla voidaan näyttää, mitä pystyy tekemään Alueellinen koontisivusto vahvistaa mielikuvaa esteettömyydestä Asiakaslupaus ja alueen brändi
Työkalut	Katselmukset	Standardi (159 kohtaa)	Accessibility Guide	Maksuton neuvonta	Yrityksille kannattaa tarjota valmiit työkalut ja asiantuntijatuki. Ilmainen asiantuntija-apu
Hyödyt	Mielikuva koko alueen esteettömyydestä, houkuttelevuus	15 000 yöpymisvuorokautta enemmän esteettömyystyön ensimmäisen vuoden jälkeen		Noin 12 % Kaunertalin vuosittaisista yöpymisistä syntyy alueen esteettömyyden ansiosta	Esteettömyyden kehittäminen vahvistaa koko alueen houkuttelevuutta ja voi kasvattaa saavutettavien asiakasryhmien määrää. Yhtenäinen kehittäminen ja viestintä voivat tuoda hyötyä yksittäisten yritysten lisäksi koko matkailualueelle

estea

Benchmark: Kainuun esteettömät palvelut

Toimintaympäristö
- Kehitystyötä johti Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK) sekä Suomen Paralympiakomitea. Kehitystyö toteutettiin hankerahoituksella
- Hankkeen tavoitteena kokonaisvaltainen luontomatkailun kehittäminen
- Suomen lainsäädäntö (sama toimintaympäristö kuin Kittilässä)

Yritysten sitouttaminen ja yhteistyö
- Yhteistyössä mukana myös 28 yritystä, kunnat sekä Visit Arctic Lakeland – vahva osallistujamäärä
- Osaamisen kehittäminen koulutuksilla sekä hyvien käytäntöjen jakamisella
- Epäselväksi jäi hankkeen vaikuttavuus – ovatko yritykset muuttaneet tilojaan tai käytäntöjään hankkeen jälkeen?
    - Esteettömyystietoja ei monen yrityksen sivuilla näkyvillä
    - 2024 lopulla vain noin 6 % alueen toimijoista viesti esteettömyydestä omilla verkkosivuillaan

Yrityksille tarjotut työkalut
- Jalkauttaminen tehty suoraan kohdennetusti hankkeen yrityksille nykytilakartoituksina katselmusten avulla
- Yrittäjille tarjottu tietoiskuja ja asiantuntijaluentoja osaamisen kasvattamiseksi
- Mallioppiminen parhaiden käytänteiden osalta (esim. Scandic, Hawkhill Oy, Peurunka Oy) suoraan hyödynnettäviksi ja kopioitaviksi malleiksi

Esteettömyystiedot ja viestintä
- Esteettömyystiedot kerättiin 28 yrityksen katselmuksissa sekä reittikuvauksissa
- Esteettömyystiedot julki Arctic Lakeland-koontisivulla sekä yritysten omilla verkkosivuilla
    - Alueellinen koontisivusto helpottaa tiedon löytymistä
- Esteettömyystiedot katselmuksista huolimatta pintapuolisia
    - Arctic Lakeland –sivulla lueteltu pintapuolisesti esteettömiä kohteita, mutta tarkemmat tiedot kehotetaan tarkistamaan suoraan yrityksiltä
    - Yritysten omilla sivuilla esteettömysytietojen viestiminen vaihtelee – osalla esteettömiksi mainituilla yrityksistä ei lainkaan esteettömyystietoja näkyvillä tai ne ovat pintapuolisia
    - Esteettömyyden viestiminen ei yhdenmukaista alueellisesti
- Esteetön kiertomatka Kainuussa – sivustolle on koottu esteettömistä kohteista muodostuva 5 päivän reitti
    - Sis. Esteettömät käyntikohteet ja kohteissa olevat esteettömät majoitus- ja ravintolapalvelut

Keskeiset havainnot Kittilälle
- Alueellinen koontisivusto helpottaa tiedon löytymistä, toisaalta sivuston päivitys ajantasaisuuden varmistamiseksi tulee suunnitella huolella
- Yksityiskohtainen esteettömyystieto jää yritysten vastuulle – onko muita mahdollisuuksia?
- Yrityksiä sitoutettiin konkreettisella tuella (esim. Yrityskohtaiset katselmukset)
- Keskeneräisestäkin esteettömyydestä kannattaa viestiä.
- “5 päivän esteetön reitti” on kutsuva

estea

Benchmark: Scandic Accessibility Standard

Toimintaympäristö
- Kehitystyötä johti Scandic Hotels johtoporras sekä Accessibility Manager Magnus Berglund – vahva johdon tuki
- Erona muihin benchmark-kohteisiin: johtaminen ketjussa monistettavampaa ja velvoittavampaa kuin matkailualueella
- Tavoitteena yhtenäinen esteettömyysstandardi koko hotelliketjuun

Hotellien sitouttaminen ja yhteistyö
- Hotellien vahva sitoutuminen kehitysprojektiin lähti ylätasolta aina toimitusjohtajasta alkaen – toisaalta sitoutuminen ollut pakollista
- Accessibility Manager Berglund (vahva ymmärrys alasta sekä kokemusasiantuntija) johti projektin läpivientiä
- Luotiin standardi, joka vietiin läpi ketjun toimipisteiden koulutuksin ja sisäisenä yhteistyönä
- Hotellien henkilökunta, mm. vastaanottotyöntekijät, olivat mukana standardien kehittämisessä arjen ymmärryksen näkökulmasta

Hotelleille tarjotut työkalut
- Accessibility Standard
- Koko henkilöstö koulutettiin esteettömyyteen ja vammaisten kohtaamiseen
- Standardoidut toimintamallit

Esteettömyystiedot ja viestintä
- Esteettömyystiedot kerätty standardin mukaiseen listaan (159 kohtaa)
    - Standardissa on kaikkia hotelleja koskevat pakolliset esteettömyysvaatimukset
    - Lisäksi uudiskohteissa ja peruskorjatuissa kohteissa olevat pakolliset esteettömyysvaatimukset
- Esteettömyystiedot julkaistu hotellien verkkosivuilla yhdenmukaisesti ja yksityiskohtaisesti
- Esteettömyysviestintä on sidottu Scandicin brändiin – esteettömyys on osa Scandicin asiakaslupausta

Esteettömyystyön selkeä hyöty:

15 000 yöpymisvuorokautta enemmän esteettömyystyön ensimmäisen vuoden jälkeen – pelkkien esteettömyystietojen lisäämisen ja henkilöstön koulutuksen jälkeen

Lähde: Magnus Berglundin haastattelu 22.5.2026

Keskeiset havainnot Kittilälle
- Koulutus on kehittämisen lähtökohta
- Yhtenäinen viestintämalli rakentaa brändiä ja asiakkaan luottamusta
- Tuotanto osallistuu standardien kehittämiseen.
- "We have no disabled clients, only guests."

15 000 yöpymistä enemmän pelkän esteettömyystiedon lisäämisen ja henkilöstön kouluttamisen jälkeen

Benchmark: Etelä-Määr, Tsekki & Itävalta

Toimintaympäristö
- Kehitystyötä johti Slovenian Geodetic Institute sekä maarajat ylittävä Spaces4All-hanke
- Hankkeen budjetti: €2.65 million (80% co-financed by the Interreg Central Europe programme)
- Tavoitteena digitaalisten työkalujen avulla esteettömämpi luontomatkailu

Yritysten sitouttaminen ja yhteistyö
- Yhteistyössä mukana 12 partneria, kunnat, vammaisjärjestöt, alueet, yliopisto, Visit-organisaatio – laaja osallistuminen
- EU-rahoitteinen hanke edisti yritysten mukaan saamista
- Yrityksille tarjottiin tukea Accessibility Guide, webinaarit, pilottihankkeet
- Alueelle kehitettiin yhteisiä toimintamalleja

Esteettömyystiedot ja viestintä
- Esteettömyystietoja kerättiin standardoitulla kartoituksella ja kyselyillä
- Yrityksille tarjottiin konkreettinen viestintämalli, jossa selkeät ohjeet esteettömyyden kuvaamiseen
    - Pdf-ohje, jossa kuvattu, miten esteettömyydestä viestitään
    - Mitä pitää kertoa: konkreettiset mitat ja havainnollistavat kuvat
- Esteettömyystiedot julkaistiin Spaces4All-hankkeen luomassa Web Accessibility Viewer -sovelluksessa
- Viestitään neljä kategoriaa: täysin esteettömät, esteettömyys vaatii avustajaa, osittain esteettömät, ei arvioitavissa olevat

Yrityksille tarjotut työkalut
- Accessibility Guide
- Web Accessibility Viewer
- Standardoidut kartoitukset – asiantuntijan katselmukset suoraan yrityksissä
- Webinaarit, mm. ”How to Create an Accessibility Guide”
- Pilottiprojektit

Keskeiset havainnot Kittilälle
- Yksinkertainen ja helppo opas yrityksille esteettömyydestä viestimiseen alueellisesti – yhtenäinen esteettömyysviestintä!
- Standardoitu esteettömyystietojen esittäminen helpottaa asiakkaan tekemää vertailua kohteista ja palveluista
- Digitaaliset työkalut tukevat asiakasta
- Aluekohtaiset saavutettavuusoppaat
- Pysyvät toimintamallit hankkeen jälkeen

estea

Viestintämalli, Etelä-Määr

Viestintämalli huomioi majoituskohteet, ravintolat sekä nähtävyydet. Se kertoo, mitä tietoja ja miten tiedot tulisi esittää

1.1. Parking

Include the following information and photographs in the Accessibility Guide:

1. Private parking for visitors yes/no
2. Designated parking for disabled yes/no

Example of information provided on the website: The hotel has private parking for its guests. Two parking spaces are reserved for disabled guests and are located right in front of the main entrance.

Example of published photographs (*note: car license plates must not be visible*)**:**

Photo 1 – view of the parking



Photo 2 – detail of disabled parking



1.3. Interior

Include the following information and photographs in the Accessibility Guide:

1. Dining area
   - Barrier-free access to seating inside yes/no
   - Barrier-free access to seating outside yes/no
2. Barrier-free toilet:
   - Door width min. 80 cm yes/no
   - Cabin size min. 1,6 m x 1,6 m yes/no
   - Space around the toilet seat allows for side and front w/chair access yes/no
   - Grab bars on both sides of the toilet yes/no

Example of information provided on the website: Access to the seating area inside the restaurant is barrier-free. Round tables can be easily moved if needed. Barrier-free access to the outdoor seating area is available through an entrance to the courtyard, where there are cobblestones and a small step 1 cm high. Adapted toilet is located inside the restaurant, to the right upon entering.

Example of published photographs:

Photo 1 – dining area inside



Photo 2 – dining area outside



Benchmark: Kaunertal, Itävalta

Toimintaympäristö
- Kehitystyötä johti Tourismusverband Tiroler Oberland sekä Terra Raetica (vrt. AETC)
- Tavoitteena Esteettömyys osaksi alueellista matkailustrategiaa ja "Holidays for All", esteettömämpi luontomatkailu
- Lainsäädäntö linjaa, että arjen toimintaympäristöä voi käyttää mahdollisimman tavallisesti ilman erityisiä vaikeuksia ja toisen ihmisen apua

Yritysten sitouttaminen ja yhteistyö
- Yhteistyössä mukana Visit-organisaatio, Terra Raetica, kunnat sekä yritykset
- Yritykset saatiin mukaan yritystukien sekä alueellisen yhteistyön ansiosta

Yrityksille tarjotut työkalut
- Yrityksille tarjottiin tukena maksuton ensineuvonta, investointituet, barrier-free construction –asiantuntijat (vrt. esteettömyysasiantuntijat Suomessa)
- UN Tourism -materiaalit
- Terra Raetica –tietokanta

Esteettömyystiedot ja viestintä
- Asiakkaille tarjolla luontomatkailun apuvälineitä
- Esteettömyydelle koontisivusto alueorganisaation sivuilla
    - Matkailusivusto itse mainitsee, että yhtenäinen ja kattava esteettömyystieto puuttuu "selkeässä ja puoleensavetävässä muodossa"
    - Toisaalta verrattuna Suomeen, esteettömyystietoa on hyvin saatavilla useista aktiviteeteista sekä majoituskohteista
    - Useita inspiroivia videoita esteettömistä aktiviteeteista, ml. hiihto, vaellus, spa
- Tietoja on kerätty 80-luvulta alkaen – onko esteettömyys jo automaatio?

Selkeä hyöty:
- Noin **12 % eli jopa 36 000** Kaunertalin vuosittaisista yöpymisistä (room nights) syntyy alueen esteettömyyden ansiosta.
- Pyörätuolia käyttävien tai liikuntarajoitteisten asiakkaiden yöpymiset muodostavat noin **10–12 % kaikista yöpymisistä**, ja
- kun mukaan lasketaan heidän matkaseurueensa (perhe, ystävät jne.), osuus nousee jopa noin 30 %:iin.

Keskeiset havainnot Kittilälle
- Esteettömyys on alueellinen kilpailuetu
- Selkeä, videoita hyödyntävä viestintä kertoo asiakkaalle, mitä hän voi tehdä (vs mitä ei voi tehdä)
- Yrityksiä tuetaan investoinneissa
- Alueellinen yhteistyö on pitkäjänteistä.

Noin **12 % eli jopa 36 000** Kaunertalin vuosittaisista yöpymisistä (room nights) syntyy alueen esteettömyyden ansiosta

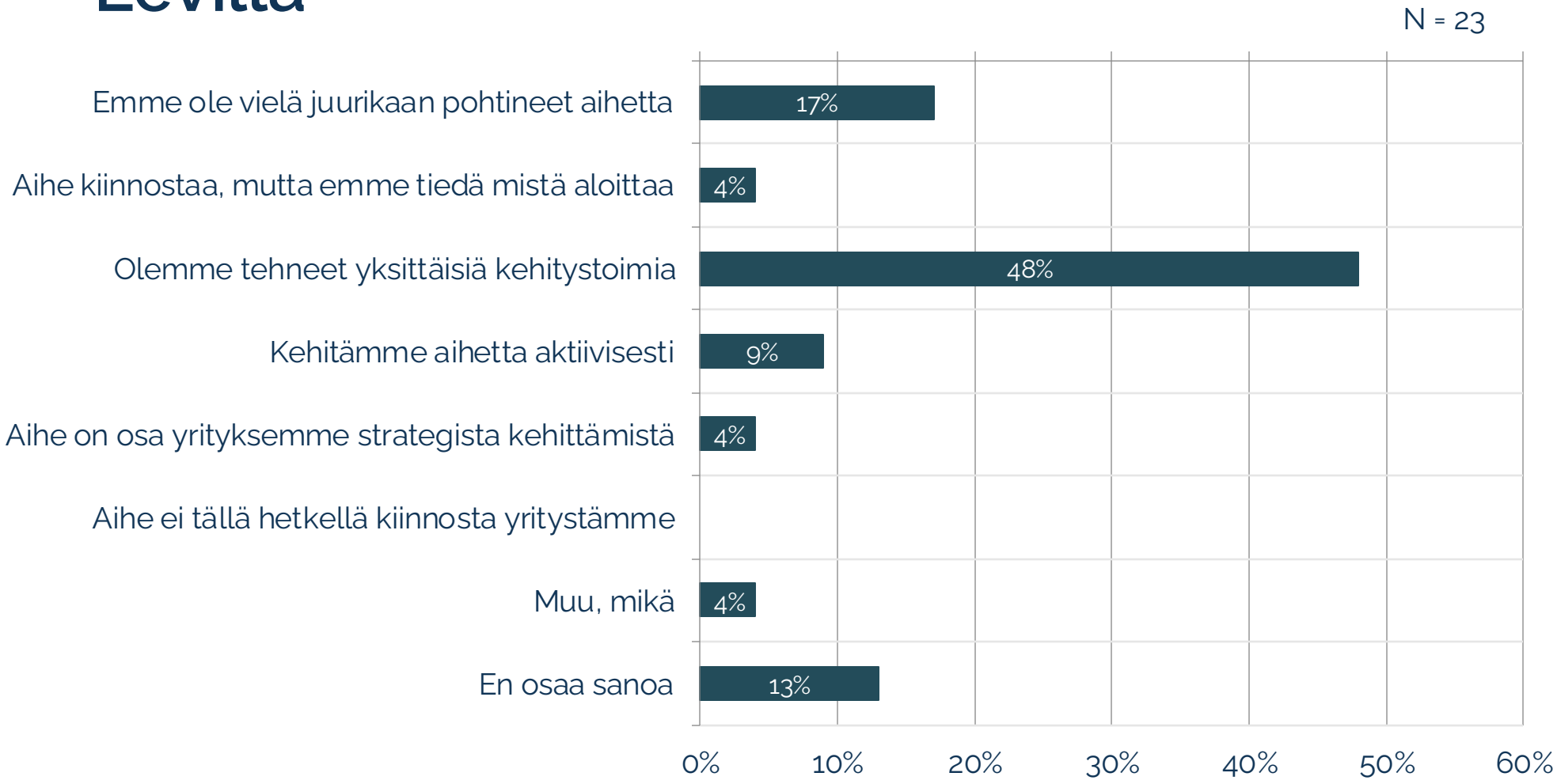
3. Inklusiivisen matkailun nykytila Levillä ja Kittilässä

Inklusiivisuuden määritelmä tunnistetaan hyvin

- Inklusiivisuuden arvioidaan tarkoittavan esimerkiksi erilaisten tarpeiden huomioimista ja niiden ratkaisemista, kulttuurisensitiivisuutta, kaikille avoimuutta ja yhdenvertaisuutta
- Inklusiiviset ja esteettömät ratkaisut tunnistetaan liiketoiminnan näkökulmana
  - Inklusiivisuus liitetään erityisesti tasa-arvoiseen kohteluun, kaikille avoimiin palveluihin ja erilaisten asiakkaiden tarpeiden huomioimiseen
  - Inklusiiviset ja esteettömät ratkaisut nähdään mahdollisuutena tavoittaa uusia asiakasryhmiä ja parantaa palvelukokemusta
- Toisaalta inklusiivisuus ei vielä ole itsestään selvä osa yritysten kehittämistä ja johtamista: osa haastateltavista ei ole koskaan miettinyt inklusiivista matkailua ennen haastattelutilannetta
  - Inklusiivisuuden merkitys tunnistetaan silti käytännön asiakaspalvelun kautta, vaikka itse käsite ei olisi entuudestaan tuttu
- Inklusiivinen matkailu tunnistetaan tulevaisuuden ratkaisuna
  - Inklusiivisuus koetaan yhtenä kiristyvän kilpailutilanteen ratkaisuna ja tapana erottua
  - Yrityksille on tärkeää, että asiakas haluaa palata uudelleen
  - Tällä hetkellä palveluntuottajien henkilökohtaiset kokemukset ja intressit toimivat inklusiivisen matkailun ajurina
  - Inklusiivista matkailua ei vielä kehitetä Levillä osana strategista kehittämistyötä
- Selkeä ristiriita: **vaikka inklusiiviset ja esteettömät ratkaisut tunnistetaan liiketoiminnan tulevaisuuden ratkaisuna, sitä ei silti kehitetä osana strategista kehittämistyötä**

estea

Inklusiivisuus ei ole vielä osa strategista kehittämistä Levillä



Suurin osa (n=11) kyselyyn vastanneiden organisaatioista oli kuitenkin tehnyt vähintään yksittäisiä kehitystoimia inklusiivisuuden eteen

estea

Inklusiivisen matkailun maturiteetti on Levillä vielä alhainen

Levillä yritykset ovat askelmilla 1-3: suurimmaksi osaksi joko tiedostamattomia tai korkeintaan tunnistavia, yksittäisten henkilöstön edustajien kiinnostusten pohjalta. Muutamat yritykset tekevät jo konkreettisia kehittämistoimia yksittäisinä toimenpiteinä

1. Tiedostamaton

Palvelut suunnitellaan oletusasiakkaalle, eikä erilaisten asiakkaiden tarpeita huomioida järjestelmällisesti.

Inklusiiviisuutta ei nähdä investoinnin arvoisena.

2. Tunnistava

Organisaatiossa ymmärretään inklusiivisuuden merkitys ja yksittäisiä kehittämistoimia tehdään esimerkiksi lainsäädännön, asiakaspalautteen tai henkilöstön kiinnostuksen pohjalta.

3. Kehittyvä

Yritys toteuttaa konkreettisia kehittämistoimia, kuten saavutettavuuden parantamista, henkilöstön koulutusta tai palveluiden mukauttamista. Toimet ovat kuitenkin vielä yksittäisiä eivätkä muodosta yhtenäistä kokonaisuutta.

4. Strateginen

Inklusiivisuus on kirjattu tavoitteisiin ja sitä johdetaan suunnitelmallisesti. Asiakasymmärrystä hyödynnetään palveluiden kehittämisessä ja saavutettavuus huomioidaan palvelupolun eri vaiheissa.

5. Integroitu

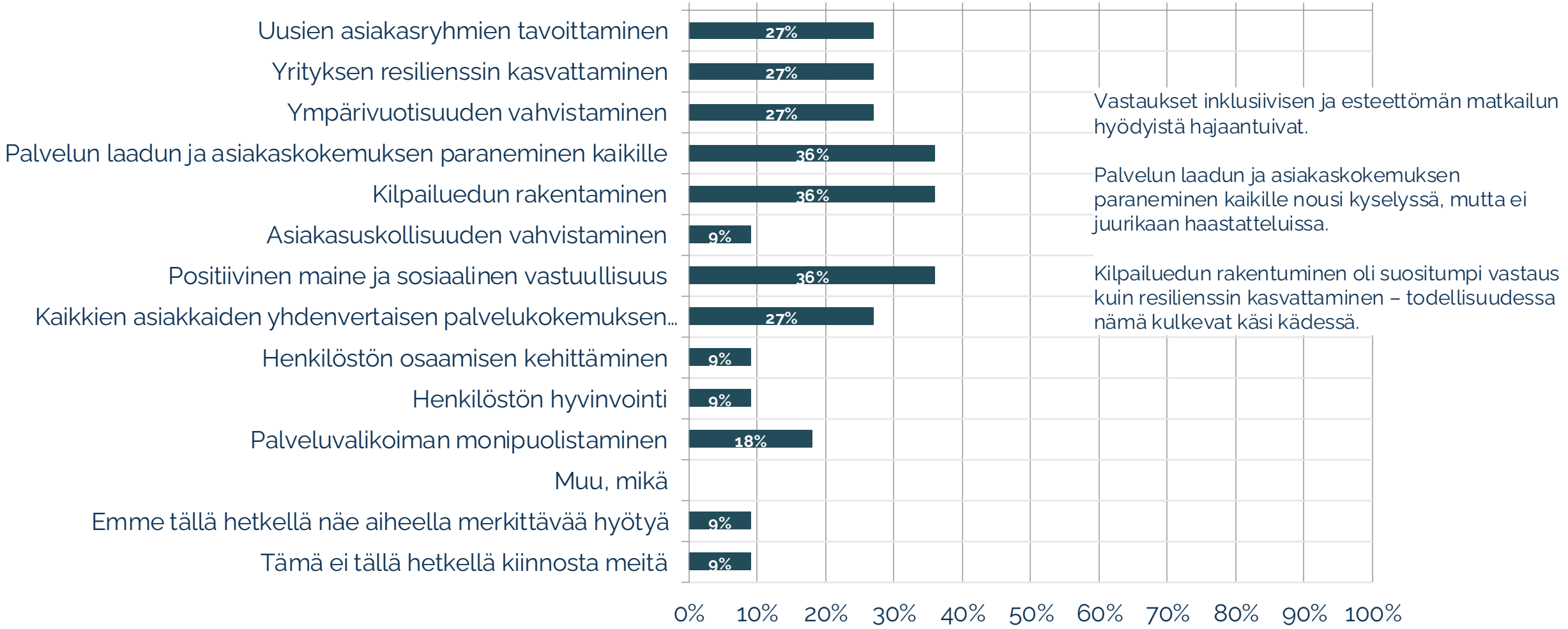
Inklusiivisuus on osa organisaation toimintakulttuuria, palvelumuotoilua, viestintää, markkinointia ja kumppanuuksia. Palvelut suunnitellaan lähtökohtaisesti erilaisille asiakkaille, eikä mukautuksia tehdä vasta asiakkaan pyynnöstä.

6. Edelläkävijä

Organisaatio kehittää uusia ratkaisuja, jakaa osaamistaan ja toimii suunnannäyttäjänä. Inklusiivisuus on kilpailuetu, joka näkyy asiakaskokemuksessa, liiketoiminnan tuloksissa ja koko matkailualueen kehittämisessä.

estea

Hyötyjä inklusiivisesta ja esteettömästä matkailusta



Vastaukset inklusiivisen ja esteettömän matkailun hyödyistä hajaantuivat.

Palvelun laadun ja asiakaskokemuksen paraneminen kaikille nousi kyselyssä, mutta ei juurikaan haastatteluissa.

Kilpailuedun rakentuminen oli suositumpi vastaus kuin resilienssin kasvattaminen – todellisuudessa nämä kulkevat käsi kädessä.

estea

Inklusiivisuutta ei ajatella osana koko asiakkaan asiakaspolkua

- Alhaisen maturiteetin taso johtuu enimmäkseen tiedon ja ymmärryksen puutteesta
  - Monet haastateltavat eivät osanneet juuri nimetä inklusiivisen matkailun kohderyhmiä tai hahmottaa, miten eri kohderyhmiä pitäisi huomioida
  - Esteettömyyteen liittyvät tarpeet tunnistetaan helpoiten, mutta niitä ei aktiivisesti kehitetä
- Inklusiivisuus on asiakaskohtaamisten lisäksi myös palveluiden suunnittelua, saavutettavuutta, ennakoivaa viestintää, markkinointia sekä tiedon tarjoamista jo ennen asiakkaan yhteydenottoa. Näihin liittyviä toimia ei Levillä juuri tehdä
  - **Asiakkaan näkökulmasta inklusiivinen palvelu alkaa jo silloin, kun hän arvioi, onko palvelu hänelle sopiva ja uskaltaako hän varata sen**.
  - Tämä edellyttää, että tieto palvelun saavutettavuudesta, mukautusmahdollisuuksista ja soveltuvuudesta on helposti löydettävissä ilman erillistä yhteydenottoa.
  - Kehittämispotentiaalia onkin erityisesti siinä, **että inklusiivisuus nähtäisiin yksittäisten asiakaskohtaamisten sijaan osana koko asiakaspolkua.**

"Inklusiivisuus on niin vahva osa meidän arvopohjaa, että ei me kiinnitetä huomiota asiakkaiden erilaisuuteen"

Yhdenvertaisuus koetaan tärkeäksi, mutta tosiasiallista yhdenvertaisuutta ei tunnisteta

Vaikka yhdenvertaisuus koettiin tärkeäksi ja itsestään selväksi arvoksi, muodollisen ja tosiasiallisen yhdenvertaisuuden eroa ei todennäköisesti tunnisteta kovin hyvin

Muodollinen yhdenvertaisuus: Kaikkia ihmisiä kohdellaan aina samalla tavalla. Esimerkiksi ajatus siitä, ettei ketään tarvitse huomioida erikseen, koska kaikki asiakkaat ovat samanarvoisia.

Tosiasiallinen yhdenvertaisuus: Huomioidaan erilaisten ihmisten eroja ja erilaisia tarpeita. Kaikille pyritään luomaan yhdenvertaiset mahdollisuudet. Esimerkiksi huomioidaan ennakkoon esteettömyyttä tarvitsevat esteettömysytiedoilla ja sateenkaariasiakkaat toivotetaan erikseen tervetulleiksi sateenkaariviestinnän avulla. Henkilöstö on koulutettu huomioimaan sensitiivisesti erilaisia asiakasryhmiä

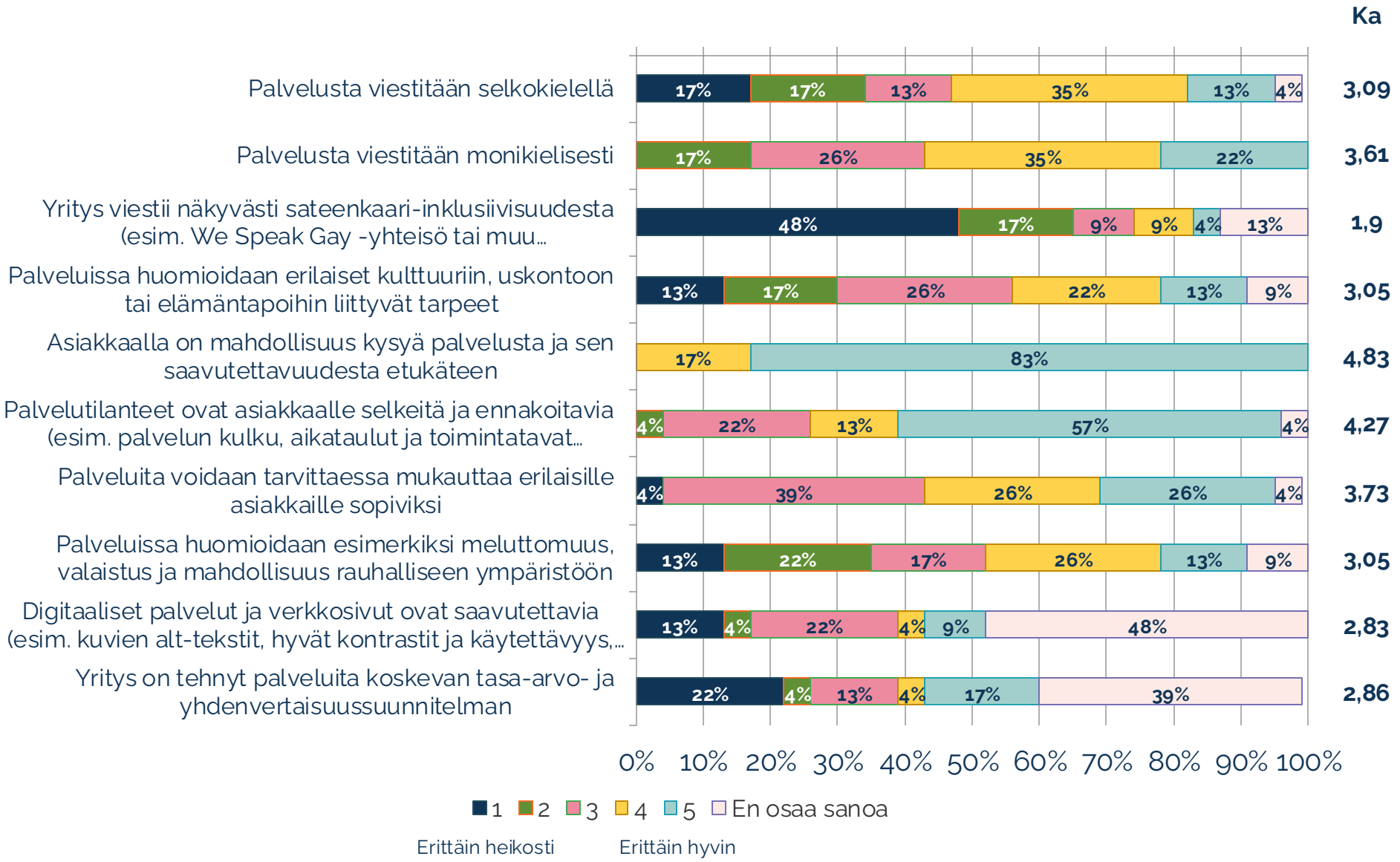
Yhdenvertaisuus.fi

Inklusiivinen matkailu Levillä nojaa henkilökunnan osaamiseen

- Vaikka inklusiivisen matkailun maturiteetti on alhainen, yhdenvertaisuus nähdään ja koetaan Levin yrityksissä tärkeäksi
- **Inklusiivisuus nähtiin usein sisäänrakennettuna arvona: koska kaikki asiakkaat kohdataan yksilöinä, erillisiä inklusiivisuustoimia tai eri asiakasryhmien huomioimista ei koettu tarpeelliseksi**
    - Inklusiivisuus toteutuu lähinnä asiakaskohtaamisissa
    - Asiakaspalvelijoiden ammattitaitoa käytettiin haastatteluissa **selityksenä** sille, ettei inklusiivisuuteen ole tarvetta kiinnittää huomiota erikseen missään kohderyhmässä
- Asiakaspalvelijat ovat Levillä ammattilaisia ja osaavat kohdata asiakkaat yksilöinä sekä tilanteessa reagoida erilaisiin tarpeisiin
- Yrityksissä luotetaan siihen, **että asiakaspalvelijat hoitavat inklusiiviseen matkailuun liittyvät tilanteet**
    - Oletetaan, että työntekijä automaattisesti osaa tunnistaa ja kohdata erilaisia asiakkaita
    - Oletetaan, että työntekijä suhtautuu avoimesti erilaisuuteen ja osaa toimia sensitiivisesti
- T**oisaalta henkilökunnalle ei juuri anneta onnistumisen eväitä** inklusiivisuuteen liittyen:
    - Koulutusta aiheeseen on tarjonnut vain muutama yritys
    - Perehdytyksessä ei juuri huomioida inklusiivista matkailua tai sen kohderyhmien kohtaamista
- Henkilökunnan varaan nojaaminen vahvistaa tulkintaa siitä, että inklusiivisen matkailun nähdään tapahtuvan vain asiakaskohtaamisissa, ei osana koko asiakaspolkua

estea

Inklusiivisen matkailun toimenpiteet yrityksissä



Sateenkaari-inklusiivisuudesta ei juuri viestitä. Haastattelut tukevat kyselyn havaintoa.

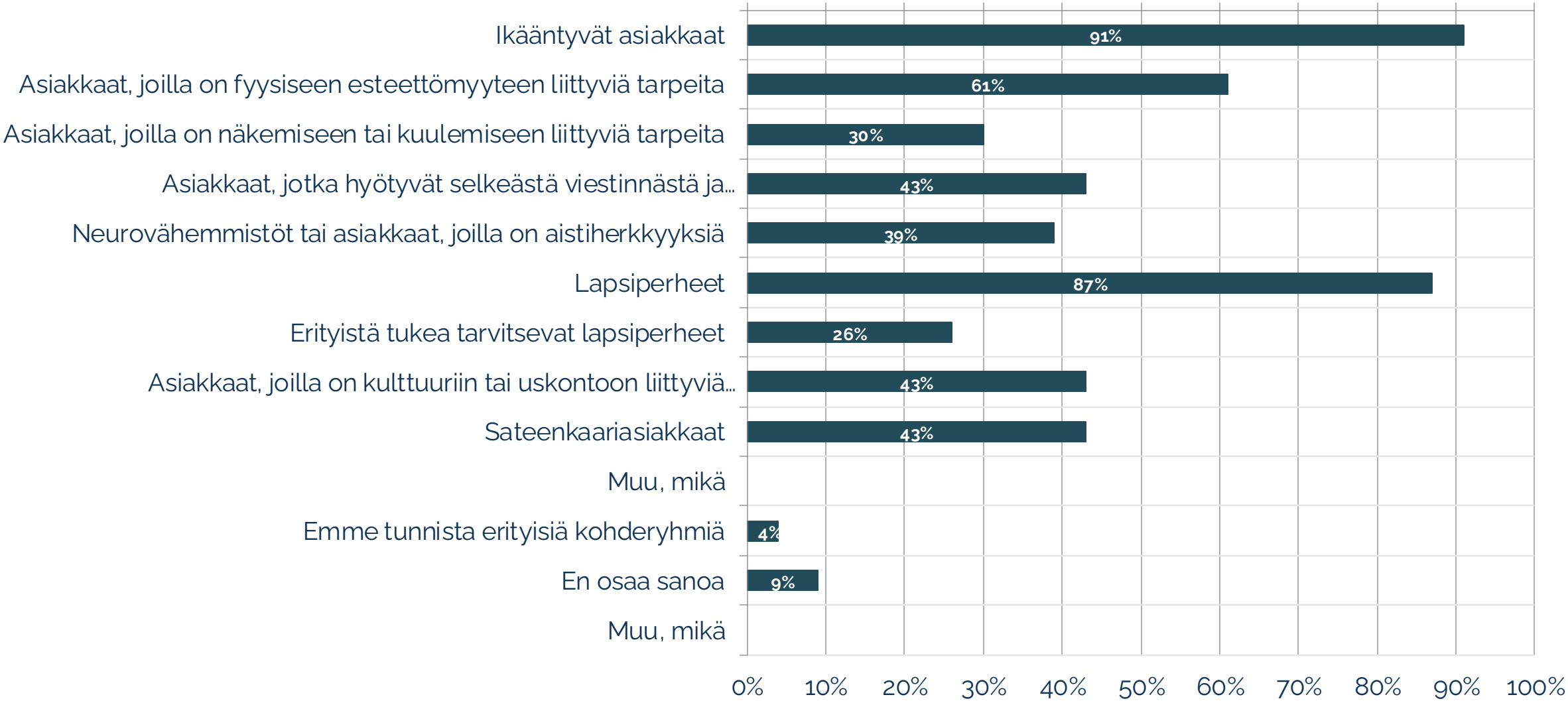
Yritykset kokevat palvelutilanteiden olevan selkeitä, mutta asiakkaiden näkökulmaa ei tiedetä.

Digitaaliseen saavutettavuuteen ei ole juuri kiinnitetty huomiota, ja 48% ei osaa sanoa, ovatko verkkosivut saavutettavia. Erityisesti verkkokauppojen tulee olla saavutettava 2025 voimaan tulleen EU-direktiivin myötä.

4. Kohderyhmät ja inklusiivisuus palveluissa

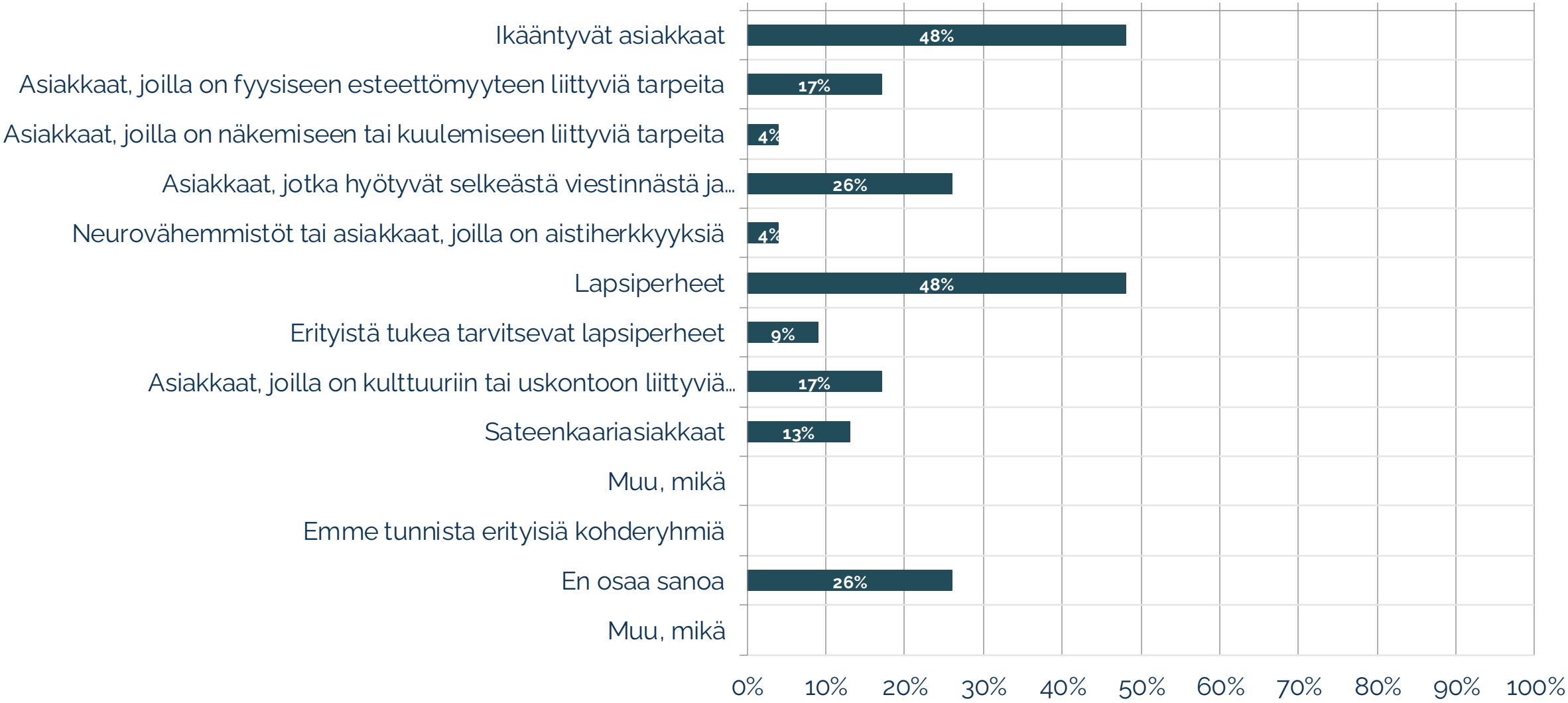
estea

Näkyvimmät kohderyhmät nyt



estea

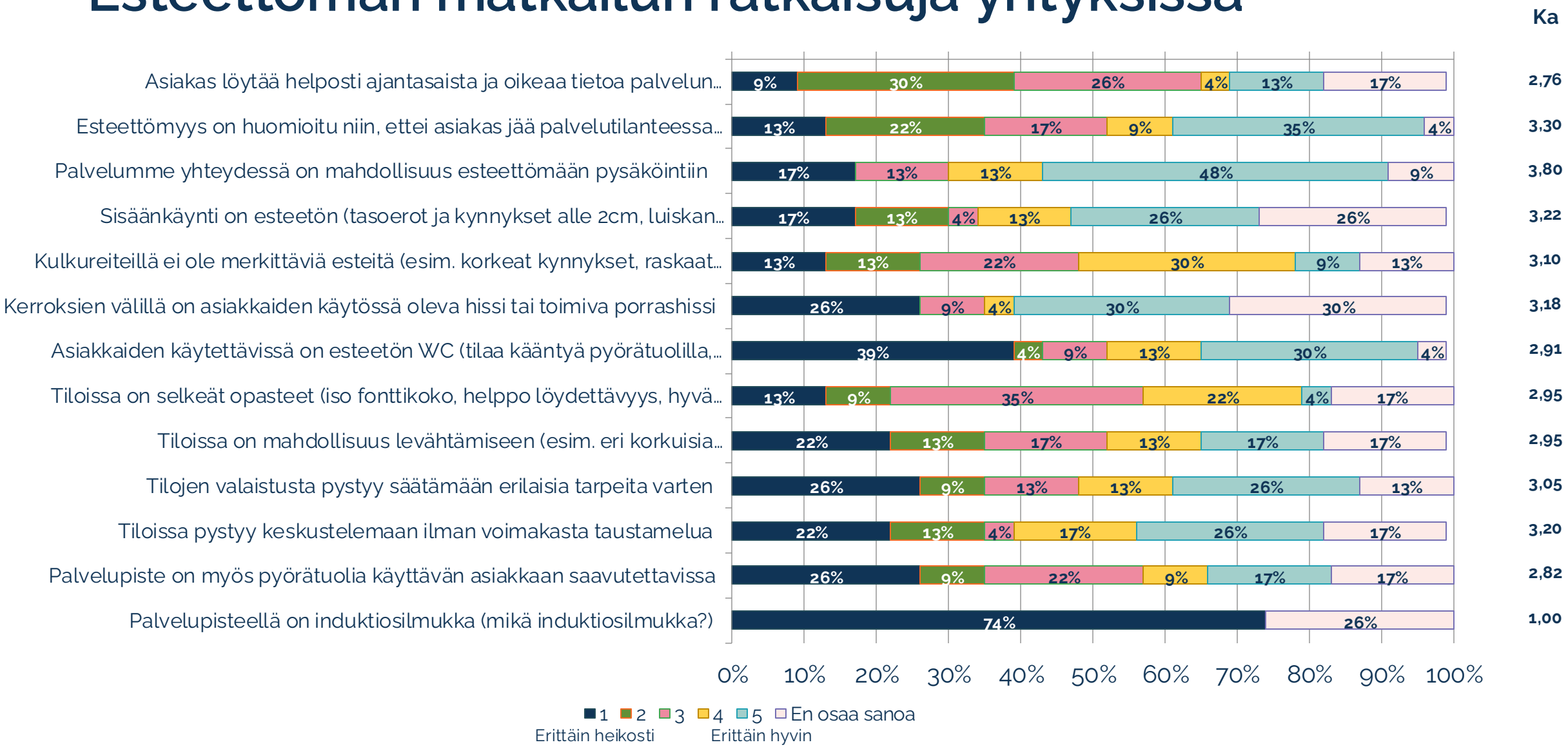
Tulevaisuudessa tärkeimmät kohderyhmät



4.1 Fyysinen esteettömyys

estea

Esteettömän matkailun ratkaisuja yrityksissä



estea

Esteettömyysratkaisuissa on puutteita

"Työntekijöiden ja asiakkaiden kokemuksia pitäisi hyödyntää nykyistä enemmän tilojen suunnittelussa"

- Induktiosilmukoita ei Levillä ole
  - Induktiosilmukka välittää äänen mikrofonista suoraan kuulijan kuulokojeeseen
  - Tyypillisesti induktiosilmukoita voisi olla palvelupisteillä
  - Induktiosilmukasta on tärkeä käyttää standardisoitua symbolia kertomaan sen olemassaolosta, jotta kuulokojeen käyttäjä osaa laittaa kuulokojeensa induktiosilmukka-asentoon
- Noin 40% vastaajista kokee, ettei heidän tiloissaan ole esteetöntä wc:tä. Todennäköisesti luku on vielä tätä suurempi
  - Tiimin kokemuksen mukaan Levillä on jonkin verran esteettömiksi merkittyjä wc-tiloja, joiden tila ei ole riittävän suuri (1.5m x 1.5m kalustamatonta tilaa) ollakseen aidosti esteetön
- Melkein 50% vastaajista kokee, että heillä on mahdollisuus esteettömän pysäköintiin
  - Tiimin kokemuksen mukaan Levillä on erittäin harvoin merkitty esteettömiä autopaikkoja
  - Esteettömän autopaikan merkitseminen on tärkeää, jotta lähellä sisäänkäyntiä oleva paikka on aidosti varattu esteettömyyttä tarvitseville
  - Myös pysäköintipaikan leveys (>3,6m) ja sivuttaiskaltevuus (<2%) ovat tärkeitä esteettömän käytön kannalta

“Aktiviteettien tarjoajana on mahdotonta kehittää "esteetön aktiviteetti", koska jokaisen esteettömyyttä tarvitsevan tarpeet ovat erilaiset.”

“Ikävä kyllä kaikki aktiviteetit ei vain sovi kaikille”

Esteettömyys tunnistetaan vastuullisuusnäkökulmaksi

- Esteettömyys nähdään kysyttäessä osana vastuullisuutta
  - Yrityksissä myös tunnistetaan, että esteettömyyden puute rajaa osan asiakkaista ulos
- Esteettömyyden edistämiseen liittyy tunne siitä, ettei itsellä ole mahdollisuutta vaikuttaa asiaan
  - Esimerkiksi lumiset olosuhteet, pehmeä hiekkapohjainen maasto tai vanhat, esteelliset kiinteistöt ovat haastavia
  - Toisaalta voidaan ajatella, että jos ei ole täydellisen esteetöntä, ei muitakaan esteettömyyden edistämisen toimenpiteitä kannata tehdä
    - Esimerkiksi huskysafarilla talvella on todettu, että pyörätuolilla on vaikea liikkua lumella, joten pyörätuolia käyttäviä asiakkaita kuljetetaan alueella moottorikelkalla
    - Osana aktiviteetteja käytettävään kotaan ei ole luiskaa ja se on tunnistettu puutteeksi. Luiskaa ei oltu kuitenkaan ajateltu rakentaa, koska ”kaikki on ollut enemmän kuin ok sen kanssa että nostetaan kainaloista tarvittaessa"
    - Todellisuudessa tilanne on vammaiselle haastava, eikä luiskaa tarvitseva välttämättä uskalla tai halua vaatia esteettömyyttä tai ei halua joutua erilleen seurueestaan. Ilman luiskaa hänellä ei ole muita vaihtoehtoja kuin kannettavaksi antautuminen
- Esteettömyyden vaatima tilantarve voi olla myös ristiriidassa liiketoiminnan tavoitteiden kanssa, esimerkiksi ravintolasalissa asiakaspaikat vs. esteetön liikkuminen tilassa

Esteettömyys nähdään marginaalisena ongelmana

- Esteettömyyden kehitystä hidastaa se, että se nähdään marginaalisena ongelmana, vain pientä asiakasryhmää koskevana
  - Esteettömyys mielletään helposti vain pyörätuolinkäyttäjien tarpeeksi, vaikka länsimaisesta väestöstä varovaistenkin laskelmien mukaan noin 16% on jollakin tavalla vammaisia
- Mielikuvaan esteettömyyden marginaalisuuteen liittyen nousee haastattelussa ainakin kaksi syytä :
  - Kyselyitä esteettömyyteen liittyen tulee joihinkin yrityksiin säännöllisesti, mutta vielä melko harvoin.
  - Levi ei ole brändäytynyt erityisen esteettömänä matkakohteena, jolloin esteettömyyttä tarvitsevat eivät ohjaudu Leville
    - Toisin kuin tiimin huomioiden mukaan Keski-Euroopassa kesällä 2026: täysin esteettömissä kohteissa suhailtiin ties millaisilla apuvälineillä
  - Muutamassa haastattelussa nousi sivulauseessa huoli, että koska muu Levi ei ole esteetön, kannattaako investointi yksittäisenä yrityksenä
- Haastatteluissa kuitenkin nousi suuria puutoksia esteettömyysosaamisen puolella. Asiakaspalvelija ei välttämättää osaa kysyä asiakkaalta oikeita kysymyksiä tai edes kertoa oman yrityksensä tai alueen esteettömyydestä
- Päällepäin näkymätöntä vammaisuutta, esimerkiksi neurovähemmistöön kuulumista, kuvailtiin sellaisena, johon yrityksen tuntui olevan lähes mahdoton ennakolta valmistautua tarpeiden poiketessa niin suuresti asiakaskohtaisesti
  - Toisaalta neuroesteettömyyttä ei haastatteluiden tai kyselyn perusteella juuri huomioida: ennakoitavia toimintamalleja, selkokielistä ennakkotietoa, opastusta tai aistiherkkyyksien huomioimista

estea

Esteettömyyden arvioimiseen ei ole osaamista yrityksissä

- Yrityksissä ei ymmärretä, miten laaja käsite esteettömyys on ja miten moninaisen kohderyhmän mahdollisuuteen osallistua se vaikuttaa
  - Esteettömyys nähdään helposti vain pyörätuolia käyttävien tarpeena
  - Esimerkiksi erään haastattelun lopuksi tarjottiin mahdollisuutta kysyä esteettömyysasiantuntijan neuvoja tai vinkkejä, mutta sille ei nähty tarvetta. Kyseisessä kiinteistössä on kuitenkin useita esteettömyyspuutteita alkaen jo sisäänkäynnistä
- Esteettömyyden eteen ei ole juuri tehty toimenpiteitä: haastatteluissa tai kyselyissä ei noussut konkreettisia esimerkkejä jo tehdyistä toimenpiteistä



“Matalalla roikkuvia hedelmiä”
Lisätään tietoisuutta pienparannuksina tehtävistä esteettömyystoimenpiteistä:
- induktiosilmukoiden merkityksestä
- esteettömien pysäköintipaikkojen merkitsemisestä
- kynnysluiskien merkityksestä
- eri korkuisten tuolien ja levähdyspaikkojen merkityksestä

Ja mistä niitä voi tilata

Huolehtiiko rakennusvalvonta esteettömyysmääräysten toteutumisesta?

- Tutkimuksen aikana tiimi teki myös havainnon, että Levillä on kiinteistöjä, jotka eivät täytä kiinteistöjen rakennusvuoden rakennuslain esteettömyysasetuksen rakennusmääräyksiä
  - Esimerkiksi majoituskiinteistöjä ilman, että 5% tai vähintään yksi majoitustila olisi esteetön
  - Tulisiko erillismajoituskohteissa huomioida uusia kohteita rakentaessa esteettömyysvaatimus, että vähintään yhden majoitusyksikön tulisi olla esteetön?
- Tiimin huomion mukaan useiden Levin alueen vuoden 2017 jälkeen rakennettujen kiinteistöjen sisäänkäynneissä on puutteita, jotka estävät esteettömän kulun
  - Liian jyrkkiä kulkuväyliä, sisäänkäynnin edusta ei ole tasainen, sisäänkäynnillä yli 20mm kynnyksiä, luiskan materiaali ei ole tasainen ja märkänäkin luistamaton jne
- Osaako Kittilän kunnan rakennusvalvonta huomioida esteettömyyden osana rakennuslupia ja -tarkastuksia?

4.2 Kohderyhmäkohtaiset havainnot

estea

Ikääntyvien asiakkaiden esteettömyystarpeita ei tunnisteta

- Ikääntyvät asiakkaat tunnistetaan tällä hetkellä hyvin asiakasryhmäksi (91%), mutta heitä ei nähdä yhtä tärkeiksi asiakkaiksi tulevaisuudessa (48%)
  - Haastattelujen perusteella ikääntyvien toimintakykyyn liittyviä tarpeita ei tunnisteta kovin hyvin
  - Vain yksi haastateltava oli tunnistanut, että ikääntyvillä voi olla toimintakykyyn liittyviä tarpeita, mutta niille ei oltu tehty mitään tai ei ollut suunnitteilla
    - Revontuliretken rekeen nouseminen oli haastavaa ikääntyville, mutta yrityksessä ei oltu harkittu muunlaisia rekiä, joihin olisi helpompi nousta kyytiin
  - Yksi haastateltava sen sijaan oli tunnistanut ikääntyvät tärkeäksi yrityksensä kohderyhmäksi, mutta ei ollut tunnistanut heillä voivan olla esteettömyyteen liittyviä tarpeita. Hän koki ainoan toimenpiteen olevan markkinoinnin kohdentamisen heille
- Ikääntymiseen liittyy usein toimintakyvyn heikkenemistä, esimerkiksi tasapainon ja voiman heikentymistä sekä kuulon ja näön alentumista

> "Ikääntyvät ei aina pääse helposti meidän rekeen. Kenen kanssa ollut oikeasti selkeästi ongelmaa, oppaat tukevat ja auttavat miten pystyvät. Se on ainoa asia, mitä on pystytty tekemään."



Esteettömyysratkaisuja ikääntyville ovat erityisesti

- Turvallisuutta lisäävät tukikaiteet portaissa, vessoissa ja suihkuissa
- Korkeammat tuolit (55cm +), joissa on selkä- ja käsinojat ja joilta on helpompi nousta ylös
- Induktiosilmukat
- Hyvät opasteet ja selkeä näköympäristön hahmotettavuus

estea

Sateenkaariasiakkaita ei nähdä erillisenä asiakasryhmänä muista asiakkaista

"En näe mitä voisimme tehdä, miten sen [sateenkaariasiakkaat] voisi ottaa huomioon."

- Sateenkaarivähemmistöä eli mm. seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjä ei nähdä muista asiakkaista erillisenä kohderyhmänä, jonka tarpeisiin tulisi kiinnittää erityistä huomiota
- Haastatteluissa haastateltavat yhdenmukaisesti kuvasivat, että sateenkaariasiakkaat ovat yhdenvertaisia asiakkaita muiden kanssa eikä heitä kohdella mitenkään erityisesti
- Yrityksissä ei tunnisteta, että sateenkaariasiakkaat kaipaisivat varmuutta ja tietoa etukäteen siitä, että he todella ovat tervetulleita
  - Esim. viestinnän kuvaston monimuotoisuus, pride-liputus, We Speak Gay –merkit jne
  - Kyselyssä vain 1 vastaaja vastasi, että he viestivät näkyvästi sateenkaari-inklusiivisuudesta
  - Sen sijaan 13 vastaajaa vastasi, että eivät millään tavalla viesti sateenkaari-inklusiivisuudesta
- Yksi haastateltava mainitsi, että ei välttämättä uskaltaisi ehdottaa yrityksen omistajalle Pride-liputusta
  - Haastateltavan mukaan yrityksen asiakaskunta näyttäytyy hyvin stereotyppisenä: paljon kantasuomalaisia, vanhoillinen sukupuolijakauma: miehekkään miehet ja naiselliset naiset
  - Pelko: Menetettäisiinkö Pride-liputuksella nykyisen asiakaskunnan luottamus?



- Sateenkaariviestinnän kehittäminen, ml. Pride-liputus
- Monimuotoinen viestintäkuvasto, myös mies- ja naispareja
- We Speak Gay –yhteisöön liittyminen ja työkalujen hyödyntäminen

estea

Miksi sateenkaariasiakkaat tulisi huomioida?

- Tutkimuksen aikana Helsingin Sanomat julkaisi mielipidekirjoituksen, jossa miespari oli kokenut vähemmistöstressiä hotellikohtaamisessa
  - Meiltä kysyttiin hotellissa, haluammeko varmasti parisängyn, HS 9.7.2026
  - Asiakaspalvelija oli kysynyt muutamaan otteeseen, haluavatko he varmasti huoneeseensa parisängyn
  - “Meistä kummastakaan ei välttämättä päällepäin huomaa, että olemme homoja. Juuri siksi hetero-oletukset tulevat usein vastaan yllättävissä arjen tilanteissa tai työpaikalla: uusissa sosiaalisissa kontakteissa, satunnaisissa kohtaamisissa ja palvelutilanteissa.”
- Tapaus on hyvä esimerkki siitä, **miksi inklusiivisella kielellä on merkitystä**
  - On mahdollista sekä varmistaa asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden mukainen palvelu (esim. parisänky vai erilliset sängyt) ilman, että tilanteesta aiheutuu asiakkaalle vähemmistöstressiä ja hämmennystä
  - “Yritysten sateenkaariystävällisyys ei voi jäädä arvoihin, verkkosivuille tai kampanjaviestintään. Jos yritys kertoo sitoutuneensa yhdenvertaisuuteen, sen **pitää näkyä myös tavallisissa asiakaskohtaamisissa**. Se edellyttää henkilökunnan perehdytystä ja ymmärrystä siitä, miten tiedostamattomat oletukset voivat ohjata toimintaa ilman pahaa tarkoitustakin.”

estea

Kulttuurien moninaisuus on Levillä arkipäivää

- Parhaiten inklusiivisen matkailun kohderyhmistä haastatteluiden perusteella osataan huomioida eri kulttuuri- ja kielitaustoista tulevat henkilöt
  - Kv-matkailijat ovat Levillä arkipäivää
  - Eri kulttuuritaustoista tulevien tarpeita ja esimerkiksi kommunikointitapoja perehdytetään jonkin verran uusille työntekijöille

- Yksi haastateltu yritys oli tunnistanut, että työyhteisön vahvuus on monimuotoisuus joka tuo työyhteisöön osaamista, erilaisia näkökulmia sekä positiivista ilmapiiriä.
  - Yrityksessä työnkentelee eri kansalaisuuksia, ikäisiä ja taustaisia
  - Työvuorosuunnittelun ja arjen johtamisen kannalta on tosin tunnistettu haaste: konsernilta tullut vaatimus, että vähintään yhden työvuorossa olevan työntekijän täytyy osata suomea

"Jos tulee joku tietty kulttuurinen tai kieliryhmä, niin pystytään etukäteen jo turvallisuudenkin kannalta tarjoamaan omaa kieltä puhuva opas"

4.3 Palveluiden mukauttaminen

Käytössä olevia ratkaisuja inklusiiviseen ja esteettömään matkailuun Levillä

- Haastatteluissa nousi esiin lukuisia arjen pienempiä ja suurempia ratkaisuja inklusiivisen ja esteettömän matkailun haasteisiin
  - Henkilökunnan osaaminen ja rautainen ammattitaito
  - Ohjelmapalveluiden soveltaminen yksilöllisesti
  - Erilaisten ruokavalioiden huomioiminen
  - Sertifikaatit, esim. STF ja Green Key
- Pienet esteettömyysparannuksia oltiin tehty verrattain vähän, mutta joitakin:
  - Selkeät opasteet
  - Näköesteettömät ruokalistat, riittävän suuri fontti, hyvät kontrastit, ei laminoitua mainosta toisen muovin alle (heijastaa)
- Inklusiivinen ja monipuolinen välineistö mahdollistaa kokemuksen useammille. Erilaisiin tarpeisiin käytössä olevia välineitä:
  - Esimerkiksi huskyreki joko satula- tai kuppimallisena – asiakas voi valita parhaiten omalle toimintakyvylleen soveltuvan
  - Moottorikelkka liikuntarajoitteisten kuljettamiseen lumisessa maastossa
  - Kynä ja paperia asiakaspalvelutilanteissa kuuroille ja kuulovammaisille asiakkaille
  - Lapsille sopivat ahkiot
  - Toisaalta yhdessä yrityksessä oltiin huomattu iäkkäiden asiakakiden vaikeuksista nousta rekeen, mutta asialle ei oltu tehty mitään

Ohjelmapalveluissa tasapainoillaan inklusiivisuuden, mukautusten ja turvallisuuden välillä

- Ohjelmapalveluissa inklusiivisuus konkretisoituu. **Yleinen tahtotila on soveltaa palveluita kaikille sopiviksi**
  - Ohjelmapalveluissa asiakkaiden yksilölliset tarpeet tulevat näkyväksi muita matkailupalveluja useammin, minkä vuoksi palveluita myös mukautetaan aktiivisesti. Henkilöstöllä on usein mukauttamisesta kokemusta.
  - Haastatteluissa kuvattiin useita onnistuneita mukautuksia, kuten huskyajeluiden soveltamista sokeille asiakkaille tai musiikkiin perustuvien elämysten rakentamista näkövammaisille.
  - Ohjelmapalveluissa inklusiivisuus näyttäytyy käytännön asiakastyönä, jossa ratkaisuja etsitään yksilöllisesti asiakkaan tarpeiden mukaan.
- Toisaalta **mukauttamisen rajat ovat epäselviä**
  - Haastatteluissa nousi kuitenkin esiin tilanteita, joissa asiakkaan osallistuminen oli evätty turvallisuuteen vedoten, vaikka päätöksen perusteet eivät olleet yksiselitteisiä. Esimerkiksi kuurolta asiakkaalta, jolla oli tulkki mukana, oli evätty mahdollisuus ajaa huskyvaljakkoa viestintään liittyvien huolien vuoksi, vaikka vastaavat tilanteet ratkaistaan muiden kieliryhmien kohdalla tulkkauksen tai muun viestinnän avulla.
  - Toisaalta osa rajoituksista perustuu aidosti turvallisuuteen. Esimerkiksi tietyissä aktiviteeteissa asiakkaan toimintakyky voi vaikuttaa siihen, voidaanko palvelu toteuttaa turvallisesti.
  - Lisäksi on nähtävissä asenne, että “ei kaikki ole kaikille”, eikä esimerkiksi tunturiretkiä voi soveltaa kaikille. Todellisuudessa soveltaminen on usein mahdollista jollakin tavalla.
    - Tunturiretkien kaltaisissa esimerkeissä korostuvat myös esteettömät reitit, joita ei Levin alueella juurikaan ole.

“Koitan kaikille luoda tätä meidän palvelua. Mut sitten jossain vaiheessa tulee vaan yksinkertaisesti raja vastaan. Eli olen myös toisaalta sitä mieltä, että ikävä kyllä kaikki palvelut eivät vaan ole kaikille. Varsinkin tää huskyhomma on semmoista, että tässä on luonnonvoimia, mitä me ihmiset emme pysty hallitsemaan.”

estea

Osaaminen inklusiivisuudesta tukee sekä turvallisuutta että yhdenvertaisuutta

- Tulokset viittaavat siihen, että ohjelmapalveluissa turvallisuusosaaminen on vahvaa, mutta **vammaisuuteen, kohtuullisiin mukautuksiin ja syrjimättömyyteen liittyvä osaaminen on vielä vaihtelevaa.**
- Ilman riittävää osaamista palvelua voidaan rajoittaa tarpeettomasti tai toisaalta turvallisuuteen liittyviä riskejä ei osata tunnistaa riittävän hyvin.
    - Yhdenvertaisuuslaki määrittää, että palveluntarjoajien tulee tarjota yhdenvertaisia palveluita kaikille ja tehdä kohtuullisia mukautuksia palveluihinsa
    - Palvelun epäämisessä esimerkiksi kuurouteen perustuen liikutaan hyvin harmaalla alueella syrjinnän näkökulmasta

- Asiakkaan toimintakyvystä tai tuen tarpeesta ei voida tehdä johtopäätöksiä pelkän apuvälineen tai vamman perusteella, mutta myöskään asiakkaan ei voida aina olettaa tunnistavan kaikkia palveluun liittyviä riskejä, erityisesti vieraassa ympäristössä tai olosuhteissa.
    - Esimerkiksi kaikkia pyörätuolinkäyttäjiä ei voi niputtaa toimintakyvyn perusteella samaan ryhmään
    - Toisaalta talviolosuhteita ymmärtämätön asiakas ei osaa kuvitella talven ja kylmyyden riskitekijöitä
- Vuoropuhelun merkitys korostuu: turvallinen ja yhdenvertainen palvelu edellyttää, että asiakkaan tarpeet selvitetään yhdessä hänen kanssaan ja että henkilöstöllä on riittävä osaaminen arvioida palvelun **toteuttamista yhdessä asiakkaan kanssa.**

"Viime kaudella sain soiton, että voiko henkilö tulla huskyvaljakkoilemaan, sillä ei ole käsiä eikä jalkoja. Ikävä kyllä mä joudun siihen vetää rajan kun en mä saa sitä yksinkertaisesti mitenkään tuonne huskyrekeen saatikka että mitä jos jotain tapahtuu. Me tehdään riskianalyysiä ja tiedetään itse minkälaista toi homma on"

estea

Inklusiivisuus voisi synnyttää myös uusia palveluita

- Haastatteluissa inklusiivisuus näyttäytyi pääasiassa nykyisten palveluiden mukauttamisena yksittäisille asiakkaille
- Harvemmin pohdittiin, voisiko erilaisille asiakasryhmille kehittää kokonaan uudenlaisia palvelukonsepteja
- Huskyyrityksessä täysin sokealle asiakkaalle mahdollistettiin onnistunut ajokokemus henkilökunnan tuella – opas seisoi jalaksilla sokean takana ja mahdolisti elämyksen
    - Samassa haastattelussa kerrottiin, että osa täysin toimintakykyisistä asiakkaista yllättyy ja jopa pelästyy sitä, että heidän odotetaan ajavan valjakkoa itse
    - Tunturi-Lappi365 –markkinatutkimuksessa löydökseen siitä, että saksalaisessa kohderyhmässä kiinnostaa aktiviteetin sijaan vaivattomuus
    - Voisiko markkinoilla olla kysyntää myös valmiiksi tuotteistetuille, matalamman kynnyksen huskyelämyksille ja muille ohjelmapalveluille?

"Tutkimuksen perusteella Tunturi-Lapin lumettomalle ajalle on selkeä markkinamahdollisuus saksalaisessa kohderyhmässä. Kiinnostus ei rakennu ensisijaisesti aktiivisen seikkailun varaan, vaan **vahvimmin vetoaa useamman päivän luontoloma, jossa yhdistyvät maisemat, rauha, kevyt aktiivisuus, omatoimisuus ja vaivaton liikkuminen**."

Lähde: Markkinatutkimus, Tunturi-Lappi365 – hanke 2026



Inklusiivisuus voisi toimia myös **palveluinnovaatioiden lähteenä** eikä pelkästään **mukauttamisen tarpeena**

5. Viestintä

Asiakas joutuu selvittämään palvelun soveltuvuuden itse ennakoivan viestinnän sijaan

- Kaikki kyselyyn vastanneet kokivat, että asiakkailla on mahdollisuus kysyä palvelusta ja sen saavutettavuudesta etukäteen.
- Myös haastatteluissa korostui, että asiakkaat ottavat usein yhteyttä selvittääkseen palvelun soveltuvuutta omiin tarpeisiinsa.
- Mahdollisuutta keskustella asiakkaan kanssa pidettiin yrityksissä vahvuutena, ja palvelun räätälöinnistä oltiin ylpeitä.
- Tulokset viittaavat kuitenkin siihen, että tieto palveluiden saavutettavuudesta ja soveltuvuudesta välittyy pitkälti asiakkaan oman aktiivisuuden kautta: asiakas kysyy tai kertoo tarpeistaan, ja yritys reagoi niihin.
- Sen sijaan ennakoiva tiedon tarjoaminen ei noussut yhtä vahvasti esiin. Asiakkaan näkökulmasta jokaisen palvelun soveltuvuuden erillinen selvittäminen voi olla kuormittavaa ja aikaa vievää.
    - Saavutettavuuden kannalta olisi tärkeää, että palveluiden ominaisuuksista, esteettömyydestä ja mahdollisista mukautuksista olisi kattavat tiedot helposti saatavilla jo ennen yhteydenottoa.
    - Esimerkiksi esteettömässä matkailussa ennakkotiedon merkitystä pidetään keskeisenä, koska sen avulla asiakas voi arvioida itsenäisesti, soveltuuko palvelu hänen tarpeisiinsa.
    - Kun tieto on valmiiksi saatavilla, asiakkaan ei tarvitse toistuvasti kysyä samoja asioita, mikä säästää sekä asiakkaan että yrityksen aikaa ja vähentää epävarmuutta.
    - Ennakkotiedot lisäävät asiakkaan oloa siitä, että hän on tervetullut

"Hienoa että asiakkaat itse silleen tosi aktiivisesti kysyy"

estea

Viestintä on inklusiivisen matkailun perusta

- Asiakas muodostaa käsityksen palvelun soveltuvuudesta jo ennen varaamista. Siksi **viestinnällä on keskeinen rooli inklusiivisen asiakaskokemuksen rakentumisessa**.
    - Esteettömyysviestinnän tavoitteena ei ole arvioida asiakkaan toimintakykyä, vaan kuvata palvelun ominaisuudet mahdollisimman tarkasti. Kun esimerkiksi kynnysten korkeudet, kulkureitit, ovien leveydet tai muut olennaiset tiedot kuvataan objektiivisesti, asiakas voi itse arvioida, soveltuuko palvelu hänen tarpeisiinsa. Tämä tukee sekä asiakkaan autonomiaa että tosiasiallisen yhdenvertaisuuden toteutumista.
    - Esimerkiksi erään matkailukohteen verkkosivuilla todetaan, että pyörätuolia käyttävä henkilö tarvitsee avustajan. Tarkempi tarkastelu osoittaa kuitenkin, että suositus perustuu muutamaan noin 30–40 mm korkeaan kynnykseen. Monelle pyörätuolin käyttäjälle tällaiset kynnykset eivät edellytä avustajaa. Asiakkaan kannalta hyödyllisempää olisi kertoa kynnysten lukumäärä ja korkeus, jolloin hän voi arvioida itsenäisesti palvelun soveltuvuuden omiin tarpeisiinsa.
- Esteettömyys- ja saavutettavuustietoa on Levillä vielä erittäin vähän
    - Jos tietoa on, se on hajallaan eri kanavissa (verkkosivut, tuotekortit, matkanjärjestäjien materiaalit, esitteet, opasteet, asiakasmateriaalit ja suullinen viestintä).
    - Tiedon hajanaisuus lisää riskiä ristiriitaiselle, vanhentuneelle tai puutteelliselle viestinnälle
- Haastattelujen perusteella esteettömyysviestintä perustuu usein asiakkaan yhteydenottoon sen sijaan, että tieto olisi helposti saatavilla jo ennen varauspäätöstä
- Toisaalta haastatteluissa havaittiin, että palveluntuottajilla ei aina ole riittäviä valmiuksia arvioida tai kuvata palveluidensa esteettömyyttä ja inklusiivisuutta
    - Alueen yhteisessä viestintämallissa on tärkeää ohjata palveluntuottajia kuvaamaan esteettömyyttä oikein ja objektiivisesti

"Esteettömyystieto on meidän myyntitoimiston hallussa. He viestii sitä kautta asiakkaille eli periaatteessa mä olen kertonut sen tonne meidän myyntitoimistolle. Me ei varsinaisesti olla asiakkaaseen suoraan yhteydessä muuta kuin ihan ihan tosi erikoistapauksissa"

estea

Hyvä inklusiivinen viestintä

- Tieto löytyy helposti
- Palvelun ominaisuudet kuvataan realistisesti
- Esteettömyys- ja saavutettavuustieto on riittävän yksityiskohtaista
- Viestintä käyttää yhtenäisiä käsitteitä ja kuvaustapoja
- Asiakas pystyy arvioimaan palvelun soveltuvuuden ilman erillistä yhteydenottoa
- Tieto välittyy tarvittaessa myös palveluntarjoajalle ennakkoon



Rakennetaan Levin alueen esteettömyyden viestintämalli

- Opastaa esteettömyydestä kertomiseen oikealla ja hyödyllisellä tavalla
- Yhtenäistää esteettömyysviestinnän alueellisesti
- Voidaan jatkokehittää ottamaan huomioon myös muita inklusiivisuuden osa-alueita
- Voidaan kehittää jatkossa esimerkiksi Levin alueen esteettömyysstandardiksi
- Ensimmäinen versio syntyy tämän nykytilaselvityksen lopputuloksena

estea

Myyntipalvelut toimivat keskeisinä tiedon välittäjinä

- Haastatteluissa huomattiin, että myös palveluntuottaja, erityisesti ohjelmapalveluissa, **tarvitsee ennakkoon tietoa asiakkaan tarpeista voidakseen mukauttaa palvelun sopivaksi**
    - Erityisesti ohjelmapalveluyrityksissä on halua ja osaamistakin soveltaa ja muokata palveluita asiakkaiden tarpeisiin sopiviksi.
    - Ennakkotietoa tarvitaan erityisesti palvelun valmisteluun, resurssien suunnitteluun sekä turvalliseen ja sujuvaan toteutukseen.
    - Haastattelujen perusteella tiedonkulku ei kuitenkaan ole systemaattista. Asiakkaalta kerätty tieto ei aina välity palveluntuottajalle riittävän tarkasti tai oikea-aikaisesti, tai ei välity ennakkoon lainkaan.
- Myyntipalvelu toimii keskeisenä tiedon välittäjänä asiakkaan ja palveluntuottajan välillä. Jos tiedon keräämiselle ja välittämiselle ei ole yhtenäisiä toimintamalleja, asiakkaan tarpeita koskeva tieto voi jäädä puutteelliseksi tai välittyä liian myöhään.
    - Eri palveluntuottajien käyttämät kuvaukset, käsitteet ja toimintatavat eivät ole aina yhtenäisiä, mikä vaikeuttaa sekä myyntityötä että asiakkaan mahdollisuuksia vertailla palveluita.
    - Myyntipalvelu ja matkanjärjestäjät käyttävät usein omia materiaalejaan, jotka eivät aina vastaa palveluntuottajan ajantasaisia tietoja. Tiedon siirtyessä usean toimijan kautta sen sisältö voi muuttua, yksinkertaistua tai jäädä osittain välittymättä.
    - Haastatteluissa nousi esiin tarve yhtenäisille käsitteille, tuotekuvauksille ja tietosisällöille, jotta sama tieto välittyisi asiakkaalle yhdenmukaisena riippumatta siitä, minkä myyntikanavan kautta palvelu ostetaan.

"Olen sanonut, että me voidaan täällä todellakin tehdä ihmeitä ja tehdäänkin, kunhan niistä [myyntipalvelu] soitetaan ja kysytään. Eli se vaatii erikoisjärjestelyitä"



Inklusiivinen, erityisesti esteetön, matkailu edellyttää kaksisuuntaista tiedonkulkua:

- Asiakkaan on saatava riittävästi tietoa arvioidakseen palvelun soveltuvuuden itselleen
- Palveluntuottajan on saatava riittävästi tietoa valmistellakseen palvelun asiakkaan tarpeita vastaavaksi.
- Myyntipalvelut, kuten Visit Levi, toimivat tässä tiedonvälityksen solmukohtana, minkä vuoksi yhtenäiset viestintä- ja tiedonhallintaprosessit ovat keskeisessä roolissa

estea

Levin alueellinen viestintä on manuaalista ja kankeaa

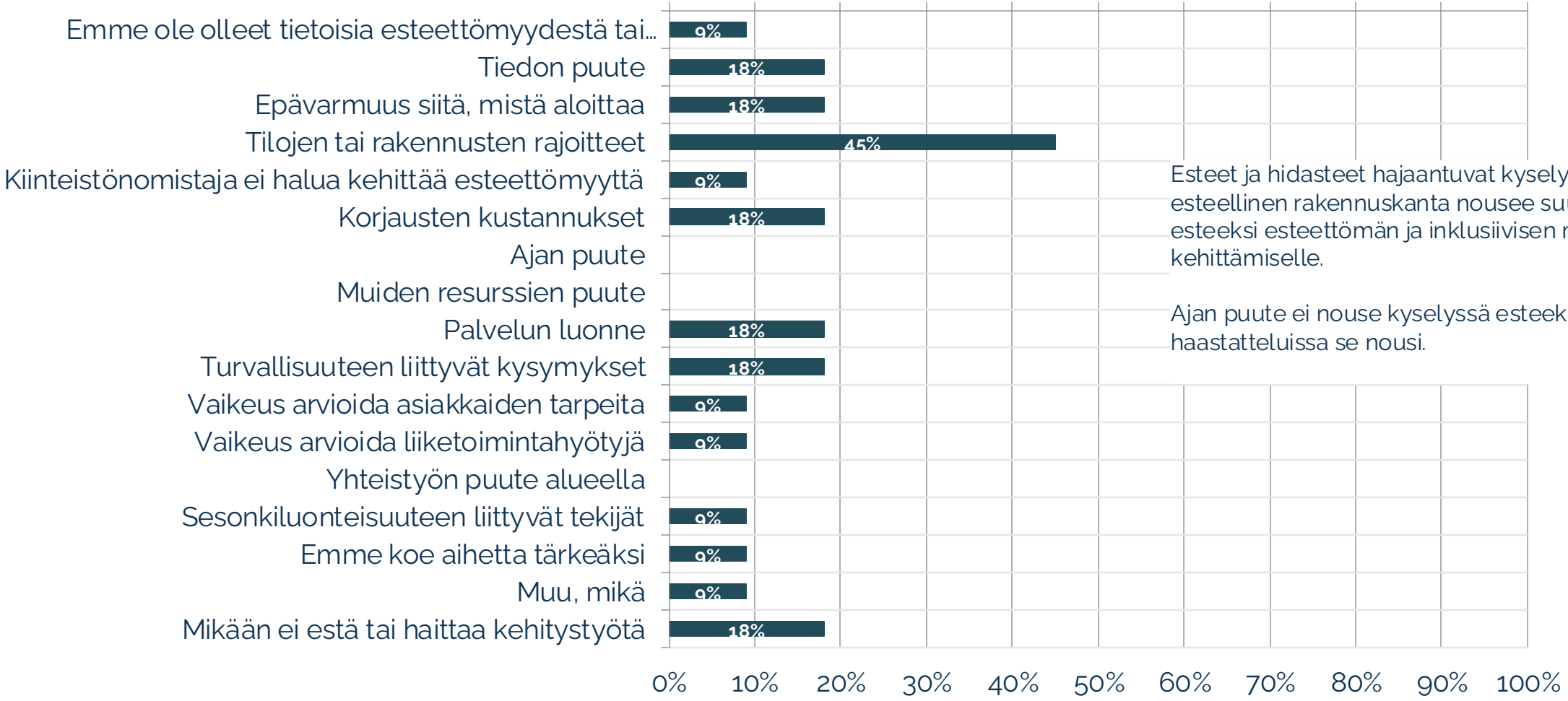
- Kideven ja Visit Levin viestintä ei välttämättä tavoita oikeaa henkilöä yrityksessä
  - Sähköpostit ohjautuvat usein omistajille, yrittäjille ja johtajille
  - Viestin vastaanottajasta muodostuu pullonkaula – tiedon välittäminen eteenpäin henkilökunnalle jää vastaanottajan harkinnan ja ehtimisen varaan, jolloin viestintä ei välttämättä tavoita yrityksissä oikeita henkilöitä
  - Toisaalta sähköposti koetaan yrityksissä luontevana viestintäkanavana

- Myös yritysten viestintä Visit Levin suuntaan voi hukkua sähköposteihin
  - Yrityksillä on vastuu toimittaa ajantasainen ja oikeellinen tieto Visit Leville sähköpostitse
  - Onko käytössä esimerkiksi automaattista sähköpostien lajittelua kansioihin tai tiketöintijärjestelmää?

6. Kehittämisen esteet ja resurssit

estea

Esteitä ja hidasteita inklusiivisen matkailun kehittämiselle



Esteet ja hidasteet hajaantuvat kyselyssä. Levin esteellinen rakennuskanta nousee suurimmaksi esteeksi esteettömän ja inklusiivisen matkailun kehittämiselle.

Ajan puute ei nouse kyselyssä esteeksi, mutta haastatteluissa se nousi.

estea

Resurssien puute nähdään kehittämisen esteenä

- Lähes kaikissa haastatteluissa ajan ja resurssien puute nousivat keskeisiksi esteiksi inklusiivisen matkailun kehittämiselle
  - Toisaalta kyselyssä kukaan ei todennut ajan puutteen olevan este tai hidaste kehittämiselle
  - Matkailualan vahva sesonkiluonteisuus voi vaikeuttaa pitkäjänteistä kehittämistyötä. Arjen kiireessä kehittäminen jää helposti operatiivisen toiminnan varjoon
- Nähdäänkö esteettömyys ja inklusiivisuus ylimääräisenä kehittämistehtävänä, vieläpä melko marginaalisena sellaisena, eikä osana normaalia palveluiden ja liiketoiminnan kehittämistä?
- Tulokset viittaavat kuitenkin siihen, että haaste ei liity pelkästään resurssien määrään, vaan myös niiden kohdentamiseen sekä kehittämistyön organisointiin
  - Yhteistyötä ei aina nähdä resurssina, vaikka yhteinen kehittäminen voisi vähentää päällekkäistä työtä ja jakaa kehittämisen kustannuksia alueen toimijoiden kesken.
- Esteettömyyttä ei myöskään aina tunnisteta investointina, joka voi laajentaa asiakaskuntaa, parantaa asiakaskokemusta ja lisätä liiketoiminnan kilpailukykyä muillekin kuin vammaisille

estea

Rahoituksen saaminen Kittilän alueelle on haastavaa

- Kittilän alueella rahoituksen saaminen ylipäänsä on haastavaa
  - Julkinen yritysrahoitus kohdistuu ensisijaisesti alueille, joilla matkailu on vielä kehittymässä.
  - Levin kaltaisilla vakiintuneilla matkailualueilla investointien odotetaan useammin toteutuvan markkinaehtoisesti.
  - Esimerkiksi pelkkää majoituskapasiteetin lisäämistä tai kiinteistöinvestointeja ei lähtökohtaisesti enää rahoiteta.
  - Toisaalta yritysryhmähankkeen avulla on mahdollista kehittää esimerkiksi yhteistä esteetöntä palvelukokonaisuutta.
- Esteettömyys ja inklusiivisuus eivät yleensä ole yksinään rahoituksen peruste, vaan ne kannattaa kytkeä osaksi laajempaa kehittämishanketta
- Benchmarkingissa Kaunertalin alueella esteettömyyttä kehitetään alueellisesti
  - Kehittämistä koordinoi alueellinen yhteistyöverkosto (Tourismusverband Tiroler Oberland ja Terra Raetica).
  - Yrityksille tarjotaan maksutonta neuvontaa, asiantuntijatukea ja investointien suunnittelun tukea.
  - Esteettömyystiedot kerätään keskitetysti ja viestitään yhtenäisellä tavalla matkailijoille.
- Potentiaali Kittilälle ja Leville
  - Levillä yritykset kehittävät esteettömyyttä pääosin omilla resursseillaan, eikä alueella ole vastaavaa pysyvää tukimallia.
  - Koska Levin kaltaiselle vakiintuneelle matkailualueelle on tarjolla vain rajallisesti julkista investointirahoitusta, **korostuu alueellisen koordinoinnin, asiantuntijatuen ja yhteisten toimintamallien merkitys.**
  - Kaunertalin toimintamalli osoittaa, että pienilläkin yrityksillä on paremmat mahdollisuudet kehittää inklusiivisuutta, kun ne eivät jää yksin.

Millaisiin hankkeisiin rahoitusta voidaan myöntää?
- kansainvälistymiseen
- ympärivuotisuuden kehittämiseen
- uusien palveluiden ja elämysten kehittämiseen
- reittien ja toimintaympäristöjen parantamiseen
- palveluiden saavutettavuuden ja käytettävyyden kehittämiseen

Mitä rahoittaja arvioi?
- liiketoiminnan kasvupotentiaalia
- kansainvälisiä markkinoita
- uusien työpaikkojen syntymistä
- investoinnin vaikuttavuutta
- yrityksen taloudellisia edellytyksiä

Lähde: ELY-keskuksen rahoitusasiantuntijan haastattelu

7. Alueelliset roolit, yhteistyö ja luottamus

Kittilän kunnan merkitys inklusiivisen matkailun kehittämisessä

- Kittilän kunnan roolia tai mahdollisuuksia matkailun kehittämisessä ei välttämättä tunnisteta yrityksissä yhtä hyvin kuin Visit Levin roolia
  - Visit Levi nähdään selkeämmin suunnannäyttäjänä kuin Kittilän kunta
  - Esimerkiksi kyselyssä 45% valitsi yhteistyön malliksi Visit Levin fasilitoiman yhteistyön ja vain 18% Kittilän kunnan tukeman yhteistyömallin
- Kittilän kunnan roolin nähdään olevan **suunnan näyttämistä, pitkäjänteistä kehittämistyötä ja esimerkillä johtamista**
  - **Kunta nähdään pitkän aikavälin kehittäjänä - Visit Levi nähdään nopeampitempoisena, kampanjoihin perustuvana**
  - Kunta voi viestiä omilla toimillaan arvoista, esimerkiksi Pride-liputuksella tai edistämällä kunnan infrassa esteettömyyttä
  - Kittilän kunta voi tarjota tasapuolisesti tukea kaikille alueen yrityksille toisin kuin Visit Levi, joka tarjoaa tukea vain kumppaneilleen
- Kunnan tehtävä on huolehtia, että infra ja uudisrakentaminen on esteetöntä
  - Visit Levin johdossa nousi kysymys, huolehtiiko kunnan rakennusvalvonta ja yhdyskuntatekniikka esteettömyyden toteutumisesta vähintään lain vaatimalla tasolla
  - Kunnalta toivotaan myös infran näkyväksi tekemistä: esimerkiksi Kittilän kirkonkylän alueen reittien ja nähtävyyksien (museot, ateljeet) markkinoinnin kehittämistä
- Kittilän kunta nähdään koulutuksen ja opastuksen tarjoajana
  - Haastatteluissa koulutus koettiin selkeimmäksi ja helpoimmaksi tavaksi edistää inklusiivista matkailua
  - Myös tutkimuksen muiden löydösten perusteella on selkeää, että Levin alueella tarvitaan koulutusta ja tietoisuuden lisäämistä, jotta inklusiivisen matkailun maturiteettitaso voi nousta

"Kittilän kunta on muutakin kuin Levi"

"Kunnan rakennusvalvonnalla on iso merkitys alueen esteettömyyden kannalta"

estea

“Helpot” toimenpiteet Kittilän kunnalle



Pitkäjänteinen työ ja esimerkillä johtaminen

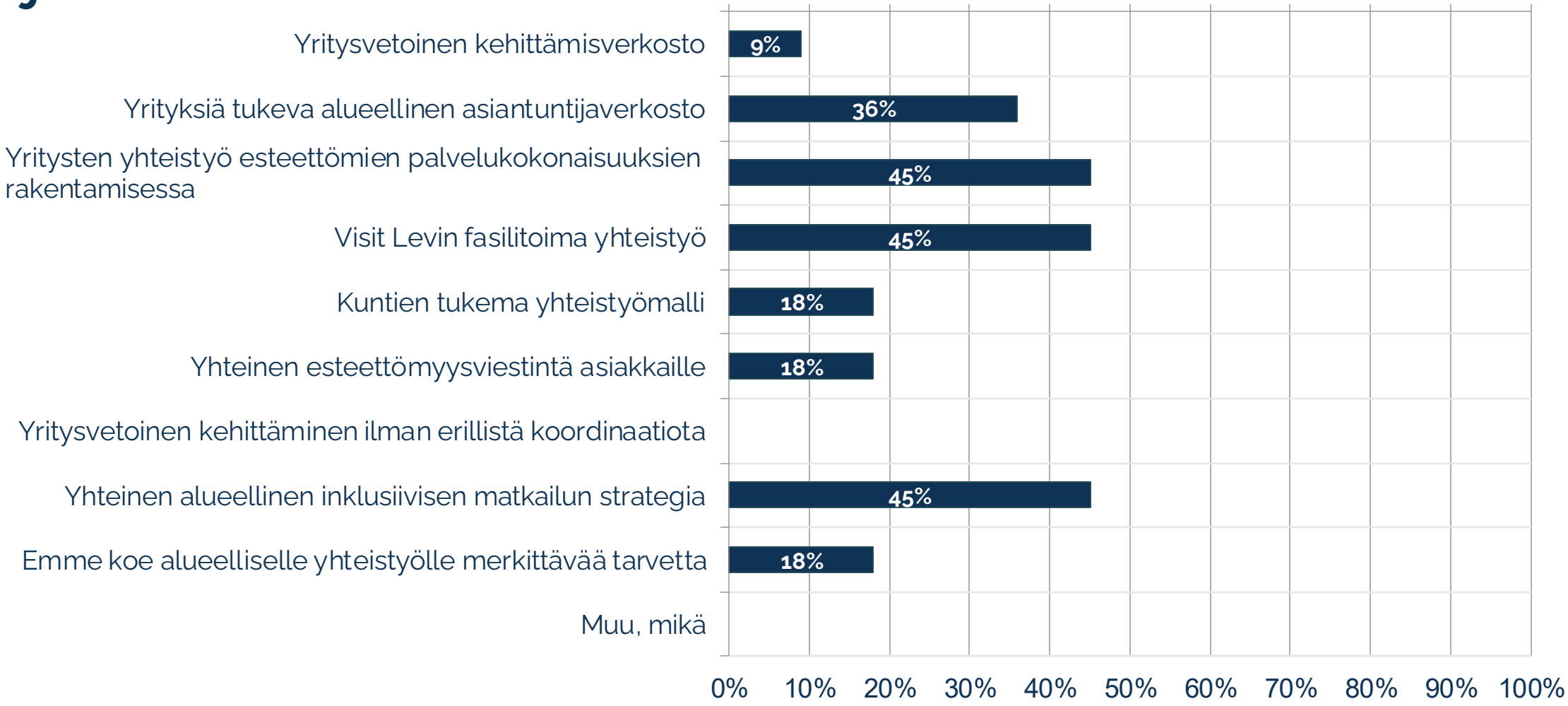
- Kunta voi viestiä omilla toimillaan arvoista, esimerkiksi Pride-liputuksella tai edistämällä kunnan infrassa esteettömyyttä
- Esteettömyyssuunnitelman teko kunnassa syksyllä 2026 huomioi myös matkailunäkökulman
- Inklusiivisen matkailun strategian kehittämistä tai sen upottamista alueen matkailustrategiaan

Koulutukset ja työkalut

- Kittilän kunta voi tarjota tasapuolisesti tukea ja koulutuksia kaikille alueen yrityksille toisin kuin Visit Levi, joka tarjoaa tukea vain kumppaneilleen
- Rakennusvalvonnan kouluttaminen esteettömyyden huomioimiseen
- Neuroesteettömyyden huomioiminen omissa tapahtumissaan sekä neuroestettömyyteen liittyvät koulutukset yrityksille
- Esteettömyysviestinnän malli tämän nykytilaselvityksen lopputuloksena

estea

Yhteistyölle kaivataan yritysten ulkopuolelta tulevaa johtamista



estea

Ulkopuolelta tuleva yhteistyön johtaminen voisi edistää luottamuksen rakentumista

- Yritykset kaipaavat ulkopuolelta tulevaa yhteistyön johtamista. Yhteistyö ei synny itsestään, vaan se edellyttää puolueetonta toimijaa, joka kokoaa yrityksiä yhteen, luo yhteiset tavoitteet ja rakentaa luottamusta pitkäjänteisesti.
- Kyselyssä 45% toivoo yhteistä alueen inklusiivisen matkailun strategiaa
  - **Voisiko seuraavassa alueen startegiapäivityksessä huomioida erityisesti inklusiivista matkailua?**
  - **Ei erillistä inklusiivisen matkailun strategiaa vaan inklusiivinen matkailu olisi linjassa koko alueen strategian kanssa?**

- Prosessien ja toimintamallien kehittymättömyys on myös haaste yhteistyön muodostumiselle
  - Yhteistyön lisääminen edellyttää luottamuksen lisäksi selkeitä toimintamalleja: yhteisiä pelisääntöjä, rooleja ja käytäntöjä, joiden avulla yhteistyö koetaan turvalliseksi ja hyödylliseksi kaikille osapuolille.
  - Voisitko Kittilän kunta luoda ja ylläpitää yhteistyömallia alueella?
- Tulokset viittaavat siihen, **että alueella on enemmän yhteistyöhalua kuin yhteistyötä mahdollistavia rakenteita**.
- Luottamuksen rakentaminen edellyttää yhteisiä prosesseja, säännöllistä vuorovaikutusta ja onnistuneita yhteistyökokemuksia.



Yhteistyömallin kehittäminen

- Kittilän kunnalla on paljon tietoa ja ymmärrystä yhteistyöverkoston tarpeista ja odotuksista lukuisista nykytilaselvityksistä
- Seuraavaksi aidon mallin kehittämistä yhteistyölle

8. Osaaminen ja kehittämisen tuki

estea

Levillä ei välttämättä tunnisteta, että inklusiivisesta matkailusta puuttuu osaamista

- Osa yrityksistä tunnistaa hyvin, ettei tiedä inklusiivisesta matkailusta tai sen kohderyhmistä riittävästi
- Tietoisuus aiheesta on ensimmäinen askel kohti inkusiivista matkailua
    - Levin alueen inklusiivisen matkailun maturiteettitaso on alhainen, jopa tiedostamaton**: koulutukset ja tietoisuuden ovat lisääminen ensimmäinen askel maturiteettitasolla nousuun**
    - Vaikka inklusiivisen matkailun merkitys tunnistetaan, varsinaista osaamista sen huomioimiseen Levin matkailupalveluissa on harvoilla. Osaaminen perustuu usein henkilökohtaiseen kokemukseen tai kiinnostukseen
- Inklusiivisuuteen liittyviä teemoja tai ilmiöitä ei välttämättä osata edes tunnistaa, jos itsellä ei ole kokemusta vähemmistöistä
    - Inklusiivisen matkailun kohderyhmien tarpeiden tunnistaminen vaatii ihan ensimmäiseksi tietoisuutta kohderyhmien ja erilaisten tarpeiden olemassaolosta



Koulutukset ja tietoiskut

- Esim. We Speak Gay
- Esteetön matkailu, myös ja/tai erityisesti ikääntyneiden ja neurovähemmistön näkökulmat?
- Miten saada yritykset kiinnostumaan ja osallistumaan?

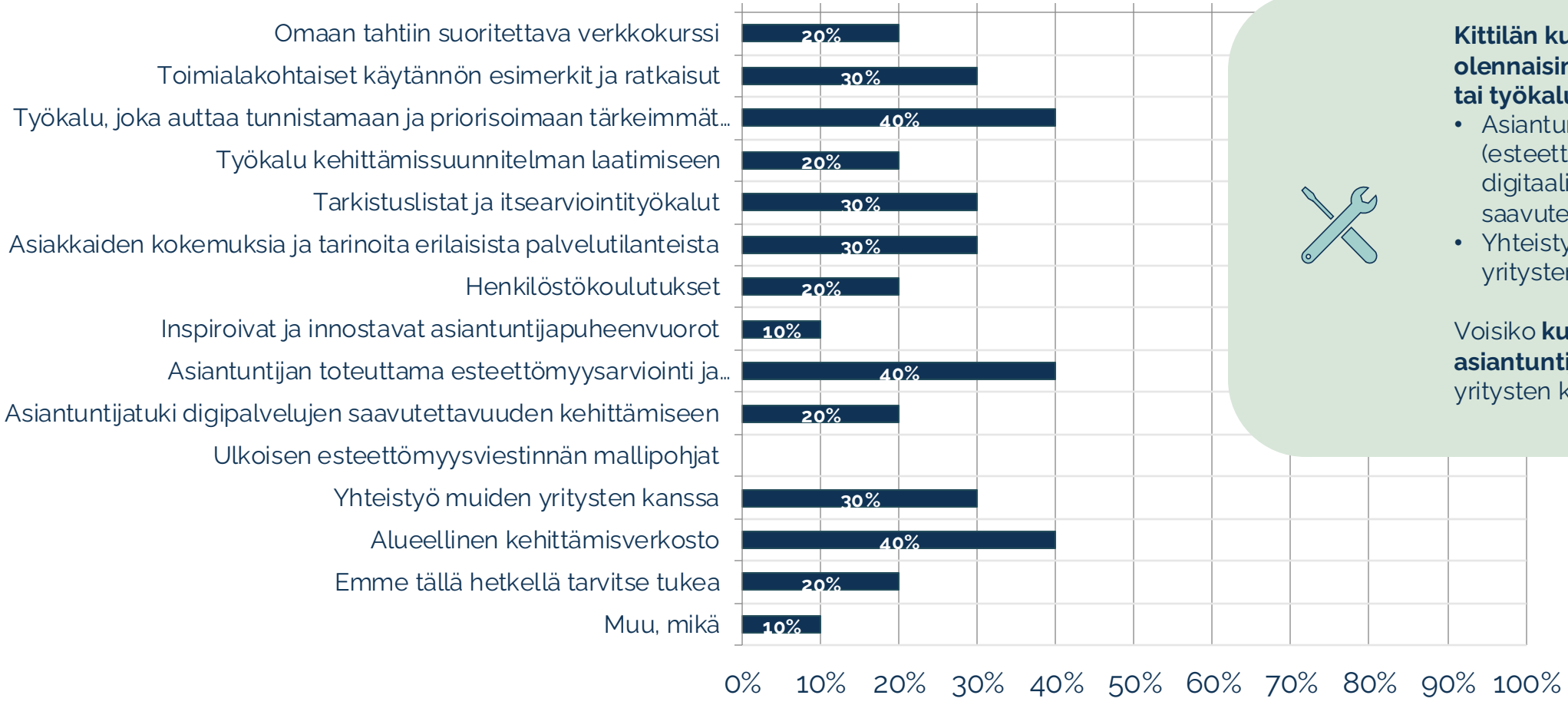
estea

Esteettömyyttä ei koeta teemana, joka vaatii asiantuntemusta

- Levillä inklusiivisuuden koetaan olevan vain asiakaskohtaamisia ja “kaikkia asiakkaita kohdellaan tasavertaisesti”, jolloin ei välttämättä edes tunnisteta inklusiivisen matkailun olevan teema, josta puuttuu osaamista
- Esimerkiksi sateenkaarimatkailijoita ei nähdä Levillä erillisenä kohderyhmänä, jolloin heidän tarpeitaan ei osata huomioda. Ei esimerkiksi välttämättä ole (ainakaan systemaattisesti) osaamista kohdata mies- tai naispareja sensitiivisesti (vrt. HS:n mielipidekirjoitus homoparin parisängyn tuplavarmistamisesta)
- Esteettömyyttä ei nähdä aiheeksi**, joka vaatii asiantuntemusta**
    - Tiimin huomioiden mukaan tämä näkyy arjessa: tehdään esteettömyysratkaisuja ilman asiantuntemusta tai kunnollista perehtymistä aiheeseen, jolloin syntyy helposti huonoja tai jopa vaarallisia ratkaisuja
    - Esim. Liian jyrkät luiskat, luiskat päättyvät oveen, luiskista puuttuu turvareunat – näitä on Levillä paljon!
    - Esteettömyys koetaan helposti myös vain pyörätuolinkäyttäjien tarpeeksi, vaikka todellisuudessa esteettömyys hyödyttää kaikkia asiakasryhmiä ja on välttämätöntä monelle muullekin kuin pyörätuolinkäyttäjälle
- Koulutusten nähdään olevan konkreettinen teko edistää alueen inklusiivisuutta. Haastatteluissa melkein jokainen toivoi koulutuksia aiheesta

estea

Millainen tuki tai työkalu auttaisi eniten esteettömän ja inklusiivisen matkailun kehittämisessä?



Kittilän kunnan kannalta olennaisimpia tukikeinoja tai työkaluja ovat

- Asiantuntija-apu (esteettömyys ja digitaalinen saavutettavuus)
- Yhteistyö muiden yritysten kanssa

Voisiko **kunta tarjota asiantuntija-apua** yritysten käyttöön?

Neuromoninaisuus koskee sekä asiakkaita että työntekijöitä

Neuromoninaisuus koskee kaikkia ihmisiä: Noin 20% ihmisistä kuuluu johonkin neurovähemmistöön. Kyse voi siis olla jopa joka viidennestä asiakkaasta tai työntekijästä.

Asiakaskokemus

- Neurovähemmistöt huomioidaan tällä hetkellä usein vasta palvelutilanteessa
    - Palveluntuottajat toivovat tietoa neurovähemistöön kuuluvien asiakkaiden tarpeista ennakkoon, koska tieto helpottaa valmistautumista, palvelun mukauttamista sekä sujuvaa ja turvallista toteutusta.
- Haastatteluissa neurovähemmistön asiakkaiden huomioimista pidettiin tärkeänä, mutta henkilöstö kaipasi lisää tietoa ja koulutusta erityisesti autististen asiakkaiden kohtaamisesta.
    - Haastatteluissa neurovähemmistön asiakkaiden tarpeet nousivat esiin erityisesti lapsiasiakkaiden ja ohjelmapalveluiden yhteydessä.
    - Henkilöstö kaipaa lisää käytännönläheistä osaamista erityisesti autistien sekä muiden näkymättömien toimintarajoitteiden kohtaamiseen. Koulutustarve koskee sekä asiakasrajapintaa että esihenkilöitä.

Työyhteisö

- Neuromoninaisuus koskee myös työyhteisöjä.
- Neuroesteettömyyttä ei koettu huomioitavan yrityksissä vielä riittävästi. Haastattelussa työntekijöiden onnistumiseen yhdistettiin ohjeiden selkeys, ympäristön rauhallisuus, perehdytyksen rakenne ja palautteen antamisen tapa.



Neuromoninaisuusosaamisen vahvistaminen

- Koulutusta koko organisaatiolle
- Selkeät toimintamallit asiakas- ja työtilanteisiin
- Ennakoiva asiakasviestintä ja ymmärrettävät palvelukuvaukset
- Neuroinklusiivisuus osaksi perehdytystä ja esihenkilötyötä

9. Johtaminen ja inklusiivinen työyhteisö

estea

Inklusiivisen matkailun kehittäminen on ennen kaikkea johtamiskysymys

- Haastattelujen perusteella monet inklusiivisen matkailun kehittämisen haasteet eivät liity tahtotilan puutteeseen, vaan johtamiseen, resursseihin ja toimintamalleihin
    - Puutteelliset prosessit, hajautunut tiedonhallinta, epäselvät vastuut ja vähäinen yhteistyö hidastavat kehittämistä myös muilla osa-alueilla kuin inklusiivisuudessa
    - Inklusiivinen matkailu ei siten näyttäydy erillisenä kehittämiskohteena, vaan osana organisaation yleistä kehittämiskyvykkyyttä.

- **Selvityksen perusteella inklusiivisen matkailun kehittämisen suurimmat esteet eivät liity yksittäisiin saavutettavuusratkaisuihin, vaan organisaatioiden kykyyn johtaa muutosta, tehdä yhteistyötä ja kehittää toimintatapojaan systemaattisesti.**

- Kehittämisen lähtökohtana tulisi olla selkeät vastuut, toimivat prosessit ja systemaattinen johtaminen, joiden päälle myös inklusiivisia käytäntöjä voidaan rakentaa.

estea

Johtamisessa korostuvat myös ihmiset

- Inklusiivinen johtaminen näkyy henkilöstön rekrytoinnissa, monimuotoisuuden huomioimisessa sekä työyhteisön toimintatapojen kehittämisessä
- Tiimin keskusteluissa analyysin pohjalta nousi esiin tarve vahvistaa erityisesti neuroinklusiivista johtamisosaamista. Erilaisten tiedonkäsittely- ja työskentelytapojen tunnistaminen auttaa rakentamaan työympäristöjä ja johtamiskäytäntöjä, jotka tukevat koko henkilöstöä.
- Neuroinklusiiviset johtamiskäytännöt eivät hyödytä ainoastaan neurovähemmistön työntekijöitä, vaan selkeä viestintä, ennakoitavat toimintamallit ja joustavat työskentelytavat parantavat usein koko työyhteisön toimivuutta.
- Sekä henkilöstöltä että asiakkailta kertyy arvokasta tietoa palveluiden kehittämisestä, mutta tätä tietoa ei vielä hyödynnetä järjestelmällisesti johtamisen ja kehittämisen tukena.

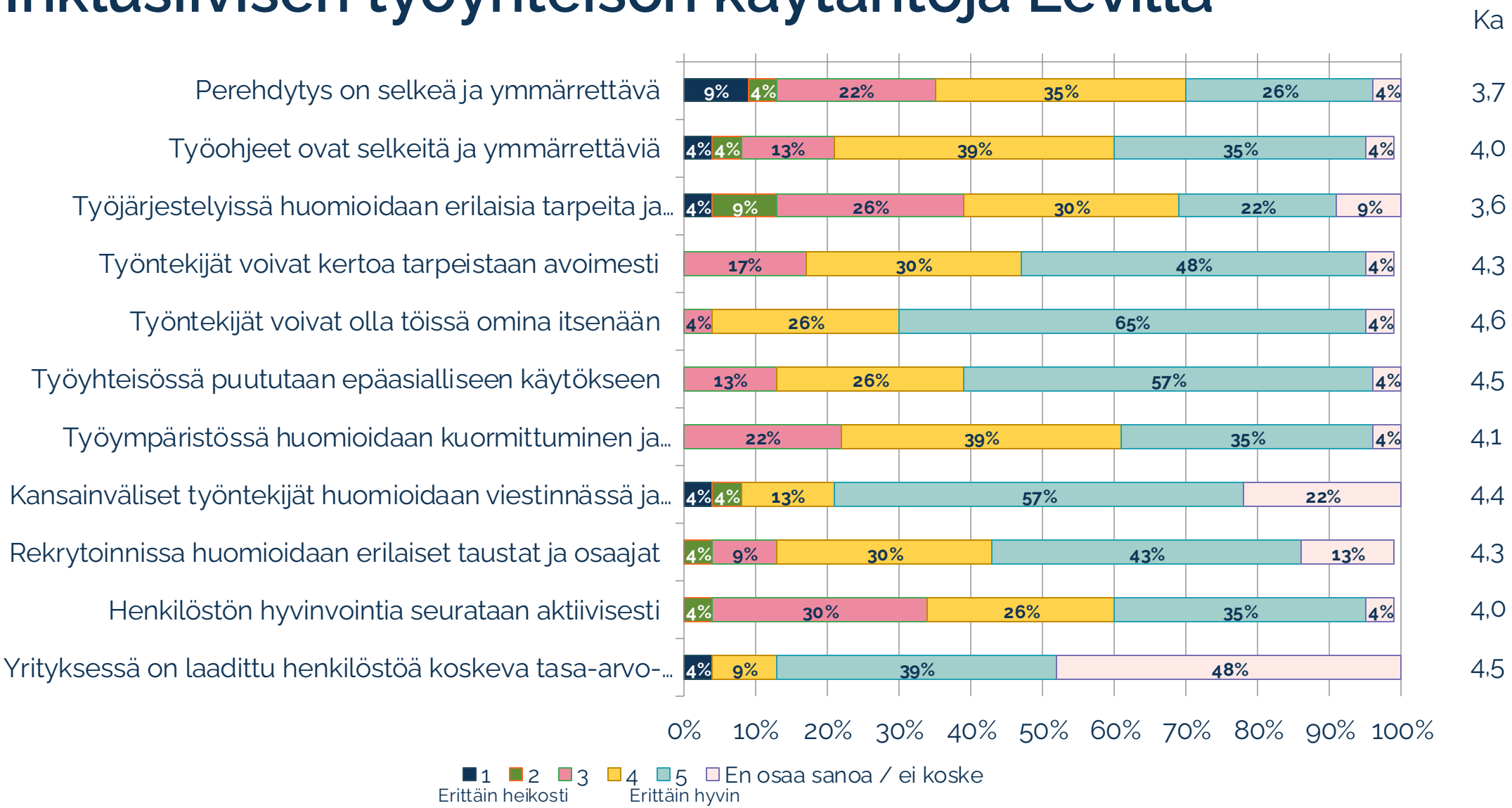
"Työntekijöille annettujen ohjeiden selkeys vaikuttaa merkittävästi siihen, miten hyvin työntekijät onnistuvat työssään"



Johtamisen ja kehittämistyön maturiteettitason nostaminen Levillä

estea

Inklusiivisen työyhteisön käytäntöjä Levillä



estea

Kokemukset inklusiivisen työyhteisön käytännöistä eroavat hieman johdon ja asiakasrajapinnassa työskentelevien välillä

Väittämä	Johdon ka	Asiakasraja-pinnan ka	Ero
Perehdytys on selkeä ja ymmärrettävä	4,40	3,08	- 1,32
Työohjeet ovat selkeitä ja ymmärrettäviä	4,40	3,67	- 0,73
Työjärjestelyissä huomioidaan erilaisia tarpeita	4,20	3,09	- 1,11
Työntekijät voivat kertoa tarpeistaan avoimesti	4,80	3,92	- 0,88
Työntekijät voivat olla töissä omina itsenään	4,90	4,42	- 0,48
Työyhteisössä puututaan epäasialliseen käytökseen	4,80	4,17	- 0,63
Työympäristössä huomioidaan kuormittuminen ja palautuminen	4,50	3,83	- 0,67
Kansainväliset työntekijät huomioidaan viestinnässä ja perehdytyksessä	4,78	4,11	- 0,67
Rekrytoinnissa huomioidaan erilaiset taustat ja osaajat	4,60	4,00	- 0,6
Henkilöstön hyvinvointia seurataan aktiivisesti	4,60	3,50	- 1,00
Yrityksessä on laadittu henkilöstöä koskeva tasa-arvo- ja yhdenvertaisuussuunnitelma	5,00	3,80	- 1,20

Johto arvioi työyhteisön inklusiivisuuden järjestelmällisesti myönteisemmin kuin asiakasrajapinnassa työskentelevät. Erot näkyvät jokaisessa väittämässä.

Suurimmat erot näkyvät erityisesti perehdytyksessä (-1,32) ja työjärjestelyissä (-1,11). Vähiten eroja löytyy työyhteisön ilmapiiriin liittyvissä teemoissa.

Näkemyserot johdon ja asiakasrajapinnassa työskentelevien välillä **korostuvat erityisesti johtamiseen, prosesseihin ja rakenteisiin liittyvissä kysymyksissä**, kun taas työyhteisön päivittäinen vuorovaikutus arvioidaan huomattavasti yhdenmukaisemmin.

Huom. Kyselyn otos on pieni, n=23, johdon (yrittäjät + johto) n=11 ja asiakasrajapinnan n=12.

estea

Henkilökunnan vaihtuvuus haastaa inklusiivisuuden huomioimista perehdytyksessä

- Monimuotoisuus nähdään luontevana osana matkailualan arkea, myös henkilöstön osalta
    - Levillä työskentelee paljon eri kulttuuritaustoista tulevia, eri kielisiä jne
    - Kyselyn mukaan kv-työntekijät huomioidaan melko hyvin viestinnässä ja perehdytyksessä
- Rekrytoinnissa pyritään löytämään työntekijöitä, joilla on luontainen kyky kohdata erilaisia ihmisiä – inklusiivisen matkailun nähdään tapahtuvan asiakaskohtaamisissa, jolloin henkilökunnan osaaminen on tärkeää
- Perehdyskäytännöt ovat alalla vaihtelevia
    - Muutamassa haastattelussa nousi esiin, että joitain inklusiivisen matkailun kohderyhmiä perehdytetään osana työntekijöiden perehdytystä
    - Erityisesti eri kulttuuritaustoista tulevien tarpeita ja tapoja perehdytetään
    - Vammaisten kohtaamista tai esteettömyyttä (esim. Oman yrityksen esteettömyystietoja tai alueen esteettömiä kohteita) ei kukaan maininnut osana perehdytystä
- **Henkilökunnan vaihtuvuus ja vahva sesonkiluonteisuus haastavat inklusiivisuuden huomioimista perehdytyksessä**
    - Yrityksissä tunnistetaan inklusiivisuuskoulutuksen tarve, mutta osaamisen tasainen levittäytyminen henkilöstölle on haaste
    - Mitä pysyvämpi henkilökunta, sitä paremmin pystytään myös inklusiivisuutta huomioimaan osana henkilökunnan osaamista
    - Miten taattaisiin osaaminen inklusiiviseen matkailuun vaihtuvilla työntekijöillä?

11. Esteettömyyden viestintämalli Levillä

Yhtenäinen viestintämalli esteettömyystiedon tueksi

- Viestintämallin lähtökohtana ovat **benchmark-selvityksen kansainväliset ja kotimaiset esimerkit**, erityisesti Etelä-Määrin Accessibility Guide sekä Scandicin ja Kainuun yhtenäiset tavat kerätä ja esittää esteettömyystietoa. Benchmark osoitti, että yhtenäinen ja konkreettinen tieto helpottaa asiakkaan päätöksentekoa ja voi vahvistaa koko alueen esteettömyysmielikuvaa.
- Mallin tavoitteena on auttaa Levin ja Kittilän yrityksiä **kertomaan palvelujensa esteettömyydestä yhdenmukaisesti, konkreettisesti ja helposti ymmärrettävästi**. Lisäksi malli kannustaa ja ohjaa edistämään esteettömyyttä kertomalla tavoitetason tai -suositukset
- Asiakkaalle annetaan riittävästi tietoa, jotta hän voi **itse arvioida palvelun soveltuvuutta omiin tarpeisiinsa** ilman erillistä yhteydenottoa.
- Mallissa vältetään pelkkää *"esteetön / ei esteetön"* -luokittelua. Sen sijaan kerrotaan olennaiset **mitat, olosuhteet, mahdolliset rajoitteet ja mukautusmahdollisuudet** sekä hyödynnetään valokuvia.
- Malli on tarkoituksella **kevyt ja helposti täytettävä**: kaikille yhteisten tietojen lisäksi mukana ovat palvelukohtaiset tiedot majoitukseen, ravintoloihin ja ohjelmapalveluihin.
- Yhtenäinen malli mahdollistaa jatkossa myös esteettömyystiedon **systemaattisen keräämisen ja hyödyntämisen alueellisessa matkailuviestinnässä**.

Viestintämalli toimitetaan raportin erillisenä liitteenä.

Esteettömyysviestintämalli Levillä

Saapuminen

Tieto	Kohteen arvo	Ohje / suositus
Esteetön pysäköintipaikka merkitty	kyllä / ei	Kyllä / ei
Esteettömän pysäköintipaikan mitat	m	3.6 x 5 m
Kulkureitin pintamateriaali		Esim. asvaltti, laatta, sora.
Kulkureitin kaltevuus		Ilmoita prosentteina (%) mahdollinen kaltevin kohta
Talvikunnossapito		Esim. aurataan päivittäin

Sisäänkäynti

Tieto	Kohteen arvo	Ohje / suositus
Sisäänkäynti on valaistu	kyllä / ei	Valaistu sisäänkäynti helpottaa hahmottamista
Oven edessä olevan tasanteen koko	m	Suositus min. 1.5 x 1.5 m. Tasanteella ei ole kaltevuutta - jos oven edusta on kalteva, ilmoita kaltevuus
Mahdollisen luiskan leveys ja kaltevuus	cm %	Leveyssuositus yli 90cm Kaltevuussuositus max 5-8%
Mahdollisissa portaissa on käsijohteet	kyllä / ei	Käsijohteet parantavat turvallisuutta kaikille

Euroopan unionin osarahoittama
LAPIN LIITTO
KITTILÄ

10. Yhteenveto: suositukset Kittilän kunnalle jatkoon

1. Johdetaan inklusiivista matkailua pitkäjänteisesti

- Tuodaan inklusiivinen **matkailu osaksi alueen matkailustrategiaa** ja muuta pitkäjänteistä kehittämistä.
- Kittilän kunta toimii suunnannäyttäjänä ja huomioi esteettömyyden omassa infrassaan, rakentamisessa, tapahtumissa ja viestinnässä.
    - Esteettömyys huomioidaan järjestelmällisesti uusissa rakennuksissa, korjausrakentamisessa, kulkureiteissä, opasteissa ja muussa matkailuinfrassa.
    - **Esteettömien luontoreittien** ja **helposti saavutettavien luontoelämysten** määrää lisätään.

- Syksyllä 2026 laadittavassa esteettömyyssuunnitelmassa **huomioidaan myös matkailun näkökulma**.
- Rakennusvalvonnan ja yhdyskuntatekniikan **esteettömyysosaamista** vahvistetaan.
- Kehittämiselle määritellään selkeät vastuut ja jatkuvuus yksittäisten hankkeiden yli.

2. Tehdään esteettömyystiedosta yhtenäistä ja helposti löydettävää

- Otetaan tässä työssä laadittu **esteettömyyden viestintämalli alueelliseen käyttöön.**
  - Yrityksiä ohjataan kuvaamaan esteettömyyttä konkreettisilla mitoilla, kuvilla ja realistisilla palvelukuvauksilla.
  - Pyydetään **Kideven omissa tapahtumissa** ulkopuolisten tilojen vuokraajilta estettömysytiedot viestintämallin mukaisesti

- Selvitetään **mahdollisuus koota alueen esteettömyystiedot yhteen paikkaan** asiakkaan löydettäväksi.
  - Sovitaan tiedon ylläpidosta ja vastuista, jotta esteettömyystieto pysyy ajantasaisena.
  - Myös Kittilän omien kohteiden lisääminen esteettömyystietopankkiin: Levin, Kittilän kirkonkylän ja muun Levin ulkopuolisen alueen esteettömät kohteet ja palvelut tehdään nykyistä näkyvämmiksi.
  - Kehitetään tiedonhallintaa yhdessä Visit Levin kanssa niin, ettei synny uusia rinnakkaisia tiedonkeruuprosesseja.

3. Tarjotaan yrityksille osaamista ja konkreettista tukea

- Järjestetään **käytännönläheisiä koulutuksia** esteettömyydestä, neuroesteettömyydestä, saavutettavuudesta ja eri asiakasryhmien kohtaamisesta.
  - Koulutukset **tarjotaan tasapuolisesti** kaikille alueen yrityksille.
  - Koulutuksessa painotetaan **konkreettisia ratkaisuja** ja sitä, miten inklusiivisuus näkyy **koko asiakaspolulla**, ei vain asiakaskohtaamisessa.

- Tarjotaan mahdollisuuksien mukaan **asiantuntijan tukea esteettömyyden ja inklusiivisuuden kehittämiseen**: esimerkiksi esteettömyysarviointeja ja yrityskohtaisia kehittämisehdotuksia.

4. Rakennetaan alueelle toimiva yhteistyömalli

- Kehitetään **yleinen alueellinen yhteistyömalli**, jota voidaan hyödyntää eri matkailun kehittämisteemoissa.
  - Määritellään yhteistyölle selkeät tavoitteet, roolit, pelisäännöt ja toimintatavat.
  - Kunta tai muu puolueeton toimija toimii yhteistyön kokoajana ja mahdollistaa yritysten tasapuolisen osallistumisen.

- **Inklusiivisen matkailun kehittämistä voidaan käyttää yhteistyömallin pilottina:** yhteinen tavoite on konkreettinen ja edellyttää yritysten, kunnan ja Visit Levin yhteistyötä.
  - Pilotissa voidaan esimerkiksi rakentaa esteettömiä palveluketjuja, ottaa käyttöön yhteinen viestintämalli ja toteuttaa yhteisiä koulutuksia.
  - Pilotin kokemusten perusteella toimintamalli voidaan vakiinnuttaa ja laajentaa muihin alueen kehittämisteemoihin.

- Selvitetään **yritysryhmähanketta**, jossa yritykset rakentavat **esteettömien paveluiden kokonaisuuden** (vrt. Kainuun 5 päivän reitti) yhteistyössä Estean, Juurrén ja RingArtin kanssa

5. Tuetaan matkailuyritysten johtamisen ja liiketoiminnan kehittämistä

- Selvitetään alueen matkailuyritysten **johtamisen ja liiketoiminnan kehittämisen maturiteettia**: missä yritykset ovat nyt ja missä niiden keskeiset kehittämistarpeet ovat.
- Tarkastellaan esimerkiksi **strategista johtamista, taloutta ja kannattavuutta, asiakaslähtöisyyttä, henkilöstöjohtamista, myyntiä ja markkinointia, vastuullisuutta sekä tiedolla johtamista**.
- Kohdennetaan Kideven koulutuksia, asiantuntijatukea ja yrityspalveluita tunnistettujen tarpeiden ja yritysten eri kehitysvaiheiden perusteella.
- Seurataan maturiteetin kehittymistä, jotta yritysten kehittämisen lisäksi voidaan arvioida **alueen yrityskentän kehittymistä pidemmällä aikavälillä**.
- Inklusiivisuuden kehittämistä voidaan hyödyntää yhtenä **pilottiteemana**, jossa maturiteettiperusteista kehittämismallia kokeillaan käytännössä.

Estea & Juurré kehittämisen tukena

Estea kehittämisen tukena

Estea & mahdolliset kumppanit, esimerkiksi:

Esteettömyystietopilotti

- Pilotoidaan raportissa laadittu viestintämalli **5–10 erityyppisen matkailuyrityksen** kanssa.
- Kartoitetaan yritysten keskeiset esteettömyystiedot ja tuotetaan niistä mallin mukaiset kuvaukset.
- Testataan, mikä tiedonkeruussa ja julkaisemisessa toimii käytännössä ja viimeistellään malli kokemusten perusteella.
- Luodaan toimintatapa, jota voidaan laajentaa alueen muihin yrityksiin.

Asiantuntijatuki yrityksille

- Tarjotaan yrityksille **matalan kynnyksen esteettömyyskatselmuksia ja asiantuntijasparrausta.**
- Tunnistetaan tärkeimmät kehittämiskohteet ja priorisoidaan realistiset seuraavat toimenpiteet.
- Tuetaan esimerkiksi fyysisen esteettömyyden, esteettömyysviestinnän ja palvelujen mukauttamisen kehittämisessä.
- Tuki voidaan toteuttaa yrityskohtaisesti tai esimerkiksi osana yritysryhmähanketta.

Yhteistyömallin rakentaminen palvelumuotoilun keinoin

- Kartoitetaan yritysten, kunnan, Visit Levin ja muiden toimijoiden **tarpeet, tavoitteet ja nykyiset yhteistyön haasteet**.
- Määritellään yhdessä yhteistyön tavoitteet, roolit, vastuut ja käytännön toimintatavat.
- Rakennetaan ja pilotoidaan **konkreettinen yhteistyömalli** yhteiskehittämisen keinoin.
- Inklusiivisen matkailun kehittäminen voi toimia ensimmäisenä pilottina, jonka kokemuksia hyödynnetään mallin laajentamisessa muihin matkailun kehittämisteemoihin.

Juurré kehittämisen tukena

Tiedolla johtaminen ja raportoinnin kehittämisklinikat

- Autetaan yrityksiä tunnistamaan, **mitä tietoa niiden kannattaa kerätä ja miten sitä voidaan hyödyntää päätöksenteossa**.
- Klinikoilla voidaan käsitellä esimerkiksi myyntiä, asiakasvirtoja, kapasiteettia, henkilöstöä, asiakaspalautetta ja operatiivista tietoa.
- Yritykset rakentavat asiantuntijoiden tuella omaan toimintaansa soveltuvia **mittareita, raportointikäytäntöjä ja tiedon hyödyntämisen malleja**.

Yhteisiä havaintoja voidaan hyödyntää myös alueellisen matkailun kehittämisessä.

Hiljainen tieto näkyväksi ja hyödynnettäväksi

- Rakennetaan yrityksille käytännön menetelmiä, joilla **kausihenkilöstön ja lähtijöiden osaaminen, havainnot ja kehitysideat eivät poistu sesongin päättyessä**.
- Klinikoilla voidaan pilotoida esimerkiksi exit-keskustelun malleja, kauden päätöskeskusteluita, henkilöstön havaintopohjia ja tiedon siirtämistä seuraavan kauden perehdytykseen.
- Samalla yrityksiä autetaan tunnistamaan, **mikä tieto kannattaa muuttaa yhteiseksi toimintatavaksi eikä jättää yksittäisen työntekijän osaamisen varaan**.
- Toimivista käytännöistä muodostetaan yritysten itsenäisesti hyödynnettäviä työkaluja.

Tämä on **erittäin tärkeä kehittämisteema** juuri suuren kausivaihtuvuuden vuoksi.

Juurré matkailun johtamisen maturiteettitason nostamisen tukena

Inklusiivisuuden kehittäminen nosti esiin laajemman tarpeen vahvistaa matkailuyritysten johtamisen ja kehittämisen kyvykkyyttä

TUNNISTA
Missä olemme nyt?

Tunnistetaan yrityksen kehittämisen maturiteettia johtamisen rakenteiden, tiedonkulun, henkilöstön osallistamisen, vastuiden ja toimintamallien näkökulmista.

PRIORISOI
Mikä nostaa maturiteettia seuraavaksi?

Tunnistetaan yrityksen lähtötasoon nähden olennaisimmat kehittämisvalmiudet, joiden vahvistaminen mahdollistaa uuden tiedon ja uusien toimintatapojen siirtymisen käytäntöön.

KOKEILE & KEHITÄ
Viedään uusi kehittämisteema käytäntöön

Yritysklinikoilla sovelletaan uutta tietoa yrityksen omaan toimintaympäristöön ja rakennetaan konkreettisia ratkaisuja.

ARVIOI & SKAALAA
Onko maturiteettitaso noussut?

Arvioidaan tehtyjä muutoksia sekä sitä, vahvistuiko yrityksen kyky tunnistaa,priorisoida ja toteuttaa kehittämistä. Toimivaa mallia voidaan hyödyntää myös muissa kehittämisteemoissa.

MONIALAINEN NYKYTILAKUVA + YRITYSKLINIKAT

Juurré kokoaa **matkailun asiantuntijan, johtamisen asiantuntijan ja palvelumuotoilijan tarkastelemaan yritysten kehittämiskyvykkyyttä eri näkökulmista**. Nykytilakuvaa ei muodosteta vain johdon itsearvioinnista, vaan tietoa kerätään myös operatiiviselta henkilöstöltä sekä esimerkiksi kauden päättäviltä ja yrityksestä lähteviltä työntekijöiltä. Sieltä, missä johtamisen käytännöt näkyvät arjessa.

Nykytilan perusteella tunnistetaan yhteiset kehittämistarpeet ja viedään niitä yritysklinikoissa käytäntöön. Näin uusi tieto ei jää koulutus- tai strategiatason tavoitteeksi, vaan yrityksiä tuetaan sen soveltamisessa toimintamalleihin, henkilöstön arkeen ja asiakaskokemukseen.

estea