

Kestävän matkailun trendit 2025 – eväitä eteläpohjalaisen matkailun kehittämiseen

30.5.2025

Maaliskuussa järjestetty *Matkailun kestävä siirtymä* -hankkeen webinaari kokosi yhteen ajankohtaisimmat näkökulmat kestävän matkailun kehitykseen. Tilaisuuden pääpuhujana toimi kestävän matkailun asiantuntija Helena Egan, joka esitteli kymmenen tärkeintä globaalisti nousevaa trendiä matkailualalla.

Egan oli koonnut trendit maailmalla järjestetyistä matkailualan tapahtumista ja seminaareista, ja hän oli valinnut webinaariin erityisesti ne suuntaukset, jotka hänen mukaansa sopivat parhaiten eteläpohjalaiseen matkailukenttään. Nämä trendit tarjoavat konkreettisia suuntaviivoja sille, miten alueellista matkailua voidaan kehittää kestävämmin ja houkuttelevammin tulevaisuudessa.

Kestävän matkailun kymmenen trendiä vuonna 2025

1. Paikallisuus ja yhteisöllisyys

Matkailijat etsivät yhä enemmän autenttisia kokemuksia ja haluavat päästä tutustumaan paikalliseen elämään ja kulttuuriin entistä syvällisemmin. Paikallisuutta arvostetaan edelleen esimerkiksi ruokailussa, nähtävyyksissä ja matkamuistoissa, mutta matkailija haluaa entistä enemmän päästä elämään paikallisen tavoin ja tutustua tavallisten ihmisten elämään ja rutiineihin. Maailmalla on jo monia ohjelmia, kuten temporary

citizen ja live like a local, joissa matkailijat otetaan osaksi paikallista yhteisöä.

2. Dupes eli vastaavien matkailukohteiden etsintä

Sana “dupe” tulee englannin sanasta “duplicate”, eli kopio tai vastine. Tämä trendi tarkoittaa sitä, että matkailijat etsivät vaihtoehtoisia kohteita, jotka tarjoavat samanlaisen kokemuksen kuin suositut matkailukohteet. Suositut matkailukohteet ovat usein ruuhkaisia, ja niihin matkustaminen on kallista. Vastaavan matkailukohteen löytämällä matkailija voi kokea samoja elämyksiä, tunnelmaa ja maisemia ilman suurta turistimäärää ja korkeita hintoja.

3. Noctourism eli yömatkailu

Noctourismissa matkailijat etsivät yöllisiä elämyksiä, kuten tähtikylpyjä, revontulien metsästystä, tähtitaivaan katselua, yövaelluksia, auringon laskuja, kuutamouinteja ja muita yön ja hämärän ajan kokemuksia. Ilta- ja yöaikaan sijoittuvia palveluita haluavat erityisesti ne, jotka haluavat illan viileydessä ja ilman suuria turistimääriä nauttia nähtävyyksistä rauhassa. Tämä trendi vie matkailijat kauemmaksi perinteisistä päiväretkistä ja avaa mahdollisuuksia uusille yöaikaan järjestettäville aktiviteeteille.

4. Rauha ja hiljaisuus eli calmcation ja quietcation

Nykyelämän kiireet ja stressi saa matkailijat kaipaamaan paikkoja, joissa voi rauhoittua, rentoutua, palautua ja irtautua hektisestä arjesta. Aktiivisen tekemisen ja suurkaupunkien sykkeen sijasta hakeudutaankin paikkoihin, joissa saa kokea rauhaa, kiireettömyyttä, hiljaisuutta ja digitaalista irrottautumista luonnon keskellä ilman aikataulu- ja somepaineita.

5. Läpinäkyvyys ja rehellisyys

Yhä useampi matkailija haluaa tietää, miten heidän lomansa toteutuu ympäristön ja paikallisyhteisöjen näkökulmasta. Läpinäkyvyys ja rehellisyys ovat nousseet keskiöön vastuullisessa matkailussa. Tämä tarkoittaa sitä, että matkailuyritykset kertovat avoimesti esimerkiksi hiilijalanjäljestään, energiankulutuksestaan, jätehuollostaan sekä siitä, miten ne tukevat paikallista taloutta. Viestinnän vastuullisuutta korostaa myös ensi vuoden alusta voimaan astuva Euroopan Unionin Green Claims -direktiivi, joka velvoittaa yrityksiä todentamaan viestintänsä ympäristöväitteet.

6. Coolcation eli matkustetaan sinne, missä on viileää tai siedettävän lämmintä

Coolcation trendissä matkailija etsii hellelukemien sijaan lomakohdetta viileämmästä tai siedettävän lämpimistä olosuhteista. Moni perinteinen Euroopan kesälomakohde on muuttunut jo ilmastonmuutoksen myötä tuskastuttavan kuumaksi. Yhä useampi matkailija suuntaakin katseensa pohjoiseen, vesistöjen läheisyyteen tai korkeampiin paikkoihin, joissa on miellyttävämpi sää lomailuun.

7. Etätyö ja diginomadit

Covid-19-pandemian jälkeen alkanut työn murros on muuttanut tapaa, jolla ihmiset yhdistävät nykyisin työn ja vapaa-ajan. Monille työntekijöille on avautunut mahdollisuus työskennellä missä ja milloin tahansa, ja tämä on synnyttänyt uudenlaisen matkailijaprofiilin, diginomadin. Etätyötä tekevät diginomadit etsivätkin nyt kohteita, joissa on hyvät digitaaliset palvelut ja yhteydet sekä samalla mahdollisuus kokea elämyksiä ja harrastaa monipuolisesti erilaisia lajeja.

8. Hiilijalanjälki: vähennä vaikutuksia, mittaa tulokset

Kestävä matkailu alkaa tiedosta. Yksi keskeisimmistä kestävän matkailun mittareista on hiilijalanjälki, joka kertoo, kuinka paljon kasvihuonekaasuja syntyy matkailijan valinnoista kuten lentämisestä, majoituksesta, ruokailusta ja liikkumisesta kohteessa. Ilman tarkkaa tietoa on mahdotonta tehdä parempia valintoja. Siksi yhä useammat matkailuyritykset ja kohteet panostavat nyt läpinäkyvään päästölaskentaan ja tarjoavat asiakkailleen konkreettista tietoa matkan ympäristövaikutuksista. Kun päästöjä mitataan, niitä voidaan myös vähentää, kompensoida ja vertailla.

9. Hyvinvointimatkailu

Matkailu ei ole vain pakoa arjesta, vaan yhä useammin halua parantaa omaa hyvinvointiaan. Matkailijat etsivät nyt kokemuksia, jotka rauhoittavat hermostoa, palauttavat elinvoimaa ja tukevat kokonaisvaltaista terveyttä. Halutaan esimerkiksi joogaretriittejä, turvekylpyjä, meditaatiota tai hakeudutaan paikkaan, jossa voi nukkua hyvin. Samalla korostuu yksilöllisyys: yksi kaipaa liikettä ja hikeä, toinen hiljaisuutta ja lepoa. Hyvinvointimatkailu ei ole enää luksusta harvoille, vaan yhä useammin tietoinen valinta arjen vastapainoksi ja sijoitus omaan jaksamiseen.

10. Tekoäly

Tekoäly on yksi merkittävimmistä globaaleista trendeistä, eikä ole yllättävää, että sen vaikutukset näkyvät myös matkailussa. Se on muovaamassa matkailua entistä älykkäämmäksi, tehokkaammaksi ja asiakaslähtöisemmäksi. Yhä useammat matkailijat hyödyntävät jo tekoälyä matkasuunnitelmiensa laatimisessa ja varausten tekemisessä. Sen avulla voidaan nopeasti vertailla kohteita, suunnitella reittejä ja räätälöidä palveluita omien mieltymysten mukaan entistä yksilöllisemmin.

Kuinka matkailutrendit käännetään eteläpohjalaisen matkailun eduksi?

Helena Eganin kokoamaa kestävän matkailun trendilistaa lukiessa huomaa nopeasti, että Etelä-Pohjanmaalla on erinomaiset edellytykset kehittyä houkuttelevaksi ja omaleimaiseksi matkailukohteeksi. Alueelta löytyy juuri niitä asioita, joita yhä useampi matkailija tänä päivänä arvostaa. Eteläpohjalaisen matkailun vahvuuksia ovat

aidot kohtaamiset, yhteisöllinen ilmapiiri, rauha, hiljaisuus ja kokemukset, jotka syntyvät yksinkertaisista asioista kuten puhtaasta ilmasta, avaristа maisemista ja lämpimästä vieraanvaraisuudesta.

Kun ihmiset etsivät vaihtoehtoja ruuhkaisille ja kuormittuneille matkailukohteille, Etelä-Pohjanmaa voi tarjota levollisen ympäristön, jossa voi kokea paikallista arkea, nauttia tähtitaivaan hiljaisuudesta tai palautua luonnon rytmissä. Samalla alueella on potentiaalia houkutella diginomadeja tarjoamalla viihtyisiä ja toimivia yhteisöllisiä työskentelytiloja, joissa yhdistyvät etätyön mahdollisuudet ja aito paikallinen tunnelma.

Jotta nämä ainutlaatuiset mahdollisuudet tavoittavat matkailijat, ne täytyy osata sanoittaa selkeästi ja näkyvästi. Jos palvelua ei ole kuvattu verkossa, matkailija ei sitä löydä. Hakukoneet ja tekoälyä hyödyntävät sovelluksetkin tunnistavat vain sen, mitä on kirjoitettu ja julkaistu digitaalisessa muodossa. Nyt olisi hyvä hetki nostaa verkkosivujen palvelukuvauksiin majoituksen lisäksi esimerkiksi lähiluonnon retkeilymahdollisuuksia, luonnon hiljaisuutta, kuutamouinteja ja rauhallisten yöunien mahdollisuutta.

Etelä-Pohjanmaan ei tarvitse jäljitellä muiden alueiden menestystä. Se voi rakentaa oman matkailubrändinsä niistä asioista, jotka tekevät siitä ainutlaatuisen. Täällä korostuvat vahvat juuret, yhteys maahan ja ihmisiin sekä vapaus hengittää ja elää omaa tahtia.

Tämä artikkeli on kirjoitettu osana Matkailun kestävä siirtymä -hanketta. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama. Hanketta toteuttavat yhdessä SEAMK ja Helsingin Yliopiston Ruralia-instituutti.

Maarit Liikala
asiantuntija, TKI
SEAMK

Artikkelin kirjoittaja työskentelee Seinäjoen ammattikorkeakoulussa yrittäjyyteen, kasvuun ja matkailuun liittyvissä hankkeissa. Hän seuraa aktiivisesti erilaisia trendejä ja käsitteli opinnäytetyössään trendien hyödyntämistä liikeideoiden innovoinnissa.