

## Luonto tarjoaa ilmaisia hyvinvointipalveluita – kuka tuottaa, tuotteistaa ja markkinoi ne kuluttajille?

*Maarit Timonen, MMM, metsänhoitaja, lehtori, luonnonvara-ala, Lapin ammattikorkeakoulu*

Luonto tarjoaa ilmaisia palveluita, joita me useimmat käytämme huomioimatta, että ne ovat palveluita, joita ilman emme voisi elää. Tällaisia ovat esimerkiksi hengittämämme puhdas ilma ja juomamme vesi, hyönteisten mahdollistamat pölytyspalvelut ja niistä syntyvät syöntikelpoiset elintarvikkeet. Niitä kutsutaan ns. ekosysteemipalveluiksi. Listaamalla voidaan lisätä myös luonnon omat säätelymekanismit katastrofien kuten tulvat ja eroosio varalta, mediassa esillä olleet hiilinielut, visuaaliset lähi- ja kaukomaisemat sekä luonnon oma jätehuolto maapallolla eli maatuviin orgaanisten aineiden kierrätys ja uudelleenkäyttö.

Luonto tarjoaa myös ns. hyvinvointipalveluita ja ne ovat kaikkien saavutettavissa, kun vain löydämme ja osaamme ottaa vastaan hyvinvointieliksiiriä ilmaiseksi lähiluonnosta. Me kaikki tarvitsemme niitä, ja ne täytyy kokea henkilökohtaisesti, aidosti ja oikeassa ympäristössä, jotta saisimme niistä tarjolla olevan hyvän vaikutuksen ja tehon. Tällaisia palveluita ovat esimerkiksi kauniin maiseman katseleminen, tulen tai virtaavan veden tuijottaminen ja luonnon äänien tai hiljaisuuden kuunteleminen, tai liikkuminen erilaisessa maastossa fyysistä kuntoa kehittäen. Näistä me Suomessa nautimme pitkälti jokamiehen oikeuksien tuomilla valtuuksilla.

Nykytietämyksen mukaan jo noin 20 minuutin luontohetki laskee verenpainetta, stressiä ja sydämen sykettä. Luonto rauhoittaa mieltä ja avaa meidät kuuntelemaan itseämme ja kehoamme. Se kohentaa meidän mielialaamme ja lisää onnellisuutta. Tämä nykytermein ”green care” on ollut arkipäivää esi-isillemme, mutta useimpien meidän nykyihmisten täytyy erityisesti hakeutua sen äärelle johonkin erityiseen paikkaan, luontokohteeseen, halutessamme ”hoitaa itseämme”.

Luonnon ekosysteemipalvelut tai green careen sopivat luontoympäristöt eivät ole itsestäänselvyys nykyaikana, eivätkä ne myöskään tule säilymään jälkipolville itsestään. Säilyneiden tai säilytettyjen ja hoidettujen luontoympäristöjen takana on tietoa, käytännön

osaamista ja tekoja, ymmärrystä niiden arvosta ihmisille ja koko elävälle planeetalle. Tätä kokonaisvaltaista luonto-osaamista jatkossa tarvitaan lisää nimenomaan luonnonvara-alankoulutuksessa, mutta myös laajasti kaikilla koulutusaloilla. Meiltä valmistuvat luonnonvara-alan ammattilaiset ovat paljon vartijoina toimiessaan toisaalta tiukassa talousohjauksessa kentällä, jossa samaan aikaan pitäisi huomioida puhtaan rahan tekemisen lisäksi ne muut luonnon tarjoamat arvot ja tuotteet, joista ei ehkä saada tiliä heti työkoneiden poistuttua palstalta tai pellolta, kuten green care – ja virkistyskäyttöluontoympäristöt.

Tulevaisuudessa ovat arvossa arvaamattomassa taidot: tuottaa, tuotteistaa ja markkinoida luonnon ekosysteemi- ja hyvinvointipalveluita pelkän raaka-aineen tuotannon lisäksi siitä riippumatta, onko raaka-aine sitten metsässä kasvanut tukkipuu, pellolla kasvanut peruna tai kauniisti kukoistava rauhoitettu, harvinainen kasvi kuten tikankontti. Yritystoiminta voi ollakin raaka-aineen tuottamisen lisäksi tai sijaan toimintaympäristöjen ja eliöyhteisöjen hoitoa hyvinvointipalveluiden tarpeisiin tai tiettyjen muutoin katoamassa olevien ekosysteemipalveluiden ylläpitämistä rauhoitus-, suojelu- tai hoitotoimenpitein. Näistä on jo esimerkkejä niin maa- kuin metsätaloudessa. Metsänomistaja voi saada vapaaehtoisesti suojelemastaan erityisestä metsäluontokohteesta korvausta suojelussa menettämästään taloudellisesta tulosta (esimerkiksi harvinaiset lehdot, suotyypit sekä vanhat metsät). Tai maanviljelijä maatalouden ympäristötuen erityistukea ns. perinnebiotoopista kuten ahosta, kedosta tai tulvaniitystä. Erityistuki maksetaan kohteella tehtävistä hoitotoimenpiteistä kulukorvausperiaatteella.

Meillä on runsaasti muitakin kuin ns. lain voimalla suojeltavia luontokohteita, joiden arvo on määritelty yleensä harvinaisuudella ja pienialaisuudella. Mikä tahansa luonnonkohde voi olla arvokas jollekulle jollakin muulla mittarilla mitattuna kuin harvinaisuudella ja lain suojaamana. Edellä esitetyt esimerkit maa- ja metsätaloudesta olivat luonnon ekosysteemi- ja luonnonhoitokohteiden hoitamista, ylläpitämistä, tuottamista julkisin varoin. Se toki voi olla jossakin vaiheessa jopa yksityisten ihmisten ja yritysten rahoittamaa toimintaa, kun luonnonhoito tehdään täysin omista tarkoituksista kaupalliseen käyttöön. Bisnestä tehdään rajoitetun käyttöoikeuden myymisellä luonnonhoitokohteelle sitä tarvitsevalle ja haluavalle esimerkiksi Green Care-yritystoimintaan harjoittavalle yritykselle tai yksittäiselle luonnonhyvinvointivaikutuksista nauttimaan haluavalle henkilölle/henkilöille.

Seuraavaksi tulee kysymys tuotteen eli tässä tapauksessa luontokohteen tuotteistamisesta ja sen jälkeen kuluttajille markkinoinnista. Miten tuotteistetaan luontokohde tai ekosysteemipalvelut

luonnon yhtenä tuotteena? Miten markkinoit tällaisia harvinaisuuksia kuluttajille? Tästä hyvänä tuotteistamisesimerkkinä pidän Metsähallituksen kesäisiä lammaspaimenlomaviikkoja jossain salokämpällä kiirettä pakoon pyrkiville city-ihmisille. He maksavat vielä mieluusti lomaviikostaan saadessaan olla yksin lampaiden kanssa keskellä erämaata. Toinen vastaava luontokohteen ympärille luotu tuote on metsä/puistojoogat, joissa luonnon läheisyydessä, kauniissa hoidetussa maisemassa, keskitytään vain oman kehon ja mielen tasapainottamiseen.

Entä sitten se näiden luonnonpalveluympäristöjen markkinointi luonnonhyvinvointipalveluista kiinnostuneille asiakkaille? Kukas sen hoitaa ja millä menetelmin? Ei tarvinne nykyaikana asiaa kauan ihmetellä. Sosiaalinen media on tälläkin saralla tänä päivänä tehokkain. Kanavia ja menetelmiä markkinointiviestin eteenpäin saattamiseksi kyllä löytyy, kunhan tuote on kunnossa. Ja tuotteen kunnostamiseen ja kunnossa pitämiseen tarvitaan niitä osaavia luonnonvara-alan ammattilaisia jatkossakin. Heidän koulutustaan vaan täytyy vahvistaa tuon tuotteistamisen, markkinoimisen ja tuotteen hinnoittelun osalta jatkossakin niin, että hoidetuille luontokohteille ja ekosysteemipalveluille löytyy maksaja. Maksajana voi olla kuntayhtymä, yritys tai vaikka yksityinen asiakas.

Asiasanat: ekosysteemipalvelut, luonnon hyvinvointipalvelut, green care, yritystoiminta, ilmaiset palvelut, jokamiehen oikeudet, luonnonhoitokohteen tuottaminen, tuotteistaminen, markkinoiminen ja hinnoittelu