

24 todellista tapaa ostaa tuliaisia – tunnistatko niistä omasi?

Nyt on noloa suosia matkamuistoja, joissa lukee lomakohteen nimi. Sen sijaan ostetaan arkitavaraa, ettei näytetä turisteilta. Tosi asiassa mikä tahansa krääsä käy, jos asenne on oikea.

[Anna-Stina Nykänen](#)

[Helsingin Sanomat](#)

Akseli Valmunen / HS



[Kuuntele](#)

•

-
-
-

Aurinko paahtoi Pantheonilla. Eläkeläisrouva osti matkamuistomyyjältä suojakseen lakin. Siinä luki Ateena. Hänen nelikymppinen hipsterityttärensä oli kauhuissaan: eihän kukaan enää pane päähänsä tuollaista.

Mikä lakissa oli vikana? Siinä luki paikan nimi. Ennen matkoilla tehdyistä ostoksista piti nähdä, missä oli päästy käymään. Mutta 2000-luvulla matkustus on arkipäiväistynyt.

Miten se näkyy tuliaisissa?

1. Ihannetuliainen on 2000-luvulla – leipä.

”Se on käyttötavaraa, ei tule roskaa eikä jää roinaa. Helppo hankkia joka paikasta, löytyy aina läheltä”, kertoo kolmikymppinen mies.

Leipä vastaa tämän ajan arvoja: paikallista käsityötä, ei teollinen massatuote. Ruoka on trendikästä. Eikä tarvitse jäädä ikuista muistoa, koska samaan paikkaan voi mennä uudelleen.

Toki tämäkin mies tuo leivän lisäksi usein muutakin.

”Kun ollaan Virossa, tuodaan viinaa.”

Kyllä hän yhä ostaa myös perinteisiä matkamuistoja. Ne hän vie työpaikalle. Ironiseksi vitsiksi. Sinne on kertynyt kokoelma kuninkaallisten kuvilla varustettuja mukeja.

Arvot vaikuttavat, mutta asenne ratkaisee.

2. Hamstraus. Ennen haettiin Ruotsista halpaa voita. Aurinkolomien turistioppaissa neuvottiin, mitä paikan päältä saa halvalla.

Nyt Virosta rahdataan viinaa ja lankoja. Euroopasta hamstrataan hienompaa.

”Tuon pieniä, sieviä syötäviä: Keksejä. Pateepurkkeja. Kusmi-teetä kenkälankin kokoisissa peltipurkissa”, kertoo paljon matkustava nainen.

Suomessa kaikki, mikä on kauniissa purkissa, on kallista. Eivät pikkusyötävät olekaan tuliaisiksi, ne ovat viemisiä. Mukava antaa, kun kutsutaan kylään.

Akseli Valmunen / HS



3. Klassikot. Kautta aikojen on tuotu maailmalta mausteita.

”Sahramia ostan aina. Se on sikahintaista Suomessa”, sanoo nainen.

Myös kasvien siemeniä ja taimia tuodaan yhä. Samoin silkkiä. Ne ovat hienoja ja järkeviä hankintoja. Vaikka ehkä sittenkin jäävät kaappiin ja käyttämättä.

4. Rutiinit. Ostokset eivät enää korosta matkan erikoisuutta, vaan paikan tuttuutta. Kun käy usein samoissa paikoissa, jotkut asiat tulevat tavaksi. Tyyliin aina kun käyn Kajaanissa ostan Pekka Heikkisen ruisleipää.

”Ranskasta tuon aina pursotettavaa wasabia. Zürichistä ostan yhdenlaisia housuja. Samaa merkkiä myydään Suomessakin, mutta juuri sitä lyhytjalkaisten leveäperseisten mallia ei täältä saa”, sanoo paljon matkustava nainen.

Kyllä huomaa, että hän on noissa paikoissa kuin kotonaan. Ei mikään ensikertalainen helposti huijattava turisti eli ”turre”, kuten kokeneet suomalaismatkaajat ummikoita kutsuvat.

5. Edelläkävijyys. 60-luvulla tuotiin lapsille erikoisia Legoja ja Barbeja. Nuoriso osti Lontoosta levyjä, Leviksen farkkuja, afgaaniturkkeja ja klumppipohjakenkiä, joita meillä ei vielä myyty.

70-luvun lopulla reissattiin autolla Ruotsiin ostamaan sisustusta. ”Ikea oli ihme”, sanoo kuusikymppinen mies.

Suomi on yhä jälkijunassa. Varsinkin muodissa. Tiettyjä Lego-paketteja ostetaan yhä Yhdysvalloista, koska niitä ei myydä Suomessa.

Akseli Valmunen / HS



6. Välttämättömyys. Suomessa trendivaatteet on tarkoitettu vain slimmeille. Isot miehet ostavat kivat t-paidat Berliinistä, hauskat kesäpaidat Britanniasta.

”Suomesta saa vain ankeita ruutupaitoja ja torikaupasta tyyliä t-paitoja. En ole sellainen äijätyyppi”, sanoo iso mies.

7. Tukituotteet. Kun matkailu 60-luvulla yleistyi, Suomesta suunnattiin vauraampiin maihin. Nyt käydään myös köyhissä paikoissa ja halutaan tukea paikallisia. Mutta miten?

”Kehittyvistä maista pyrin aina löytämään paikallisia teollisia tuotteita. En käsitöitä ja kansanperinnettä”, sanoo työnsä puolesta paljon matkustava mies, joka haluaa edistää paikallisen talouden kehittymistä.

8. Kirppislöydöt. Käytetyissä tavaroissa on autenttisuuden tuntu. Pariisin ja Lontoon kirpputoreilla yksittäiset löydöt voivat joskus ollakin antiikkia tai merkkituotteita, todellisia aarteita.

”Jo Ruotsin kirpputoreilla näkee, että se on vauraampi maa kuin Suomi”, kertoo mies.

Ja entäs Kalifornia!

”Santa Monican kirppiksiltä löysi Christian Dioriakin. En ole ikinä edes ajatellut, että hankkisin sellaisia vaatteita itselleni. Nyt olen hulluna niihin”, sanoo nainen.

Akseli Valmunen / HS



9. Arkitarvikkeet. Halpamarketeissa, paikallisissa tokmanneissa ja anttiloissa pääsee kurkistamaan kunkin maan kulussien taakse tavallisten ihmisten arkeen.

”Pariisista ostin pesuaineita, ranskalainen paketti näyttää hienolta. Ja pieniä spraypulloja, joissa on kasvoille suihkutettavaa virkistävää vettä, 99 senttiä kappale. Jaoin ystäville”, kertoo nainen.

Mikä tahansa arkitavara kelpaa.

”Kun lähdin ensi kerran Englantiin, 12-vuotias pikkuveli kitisi tuliaisista. Matkustin junalla ja laivalla, ja joka välissä lähetin veljelle kirjeessä vessapaperia. Yllättävät erot niissä olivat: Hollannissa oli vihreää kreppiä. Ei ollut 70-luvulla joka paikassa Emboa”, kertoo nainen.

Veli oli arvostanut elettä ja tutkinut paperien erot tarkkaan.

10. Käyttötavarat. Moni haluaa, että matkoilta tuodut tavarat istuvat kodin tyyliin riippumatta siitä, mistä ne on ostettu.

”Ostan turkooseja astioita. On kivan hämäävää, että ne sopivat yhteen, vaikka ovat eri paikoista”, sanoo nainen.

”Hankin jotain spesiaalia. Kuten keramiikkaa paikallisilta taiteilijoilta, Italiasta, Kreikasta, monesta maasta. Käytän niitä koko ajan. En koskaan hanki rihkamaa”, toinen kertoo.

Näistä esineistä ei näe suoraan, mistä ne ovat. Silti ne herättävät illallisvieraisissa kiinnostusta.

”Mielelläni kyllä kerron, mistä ne on hankittu”, omatoimimatkailua harrastava nainen sanoo.

Ystäville hän tuo sellaista, minkä voi käyttää loppuun ja heittää pois: käsipyyhkeitä, oliiviöljyä tai sherryä.

Akseli Valmunen / HS



11. Sosiaaliset pelimerkit. ”Matkalta ostetun pitää olla sellaista, että sen tietää muualta tuoduksi ilman paikannimeä. Katsojan pitää itse älytä se. Ennen piti lukea paikan nimi, kun kukaan ei ollut käynyt missään eikä olisi ymmärtänyt”, selittää yksi suomalaisnainen.

Matkamuistot ja tuliaisets ovat osa sosiaalista peliä. Erot ovat hienovaraisia.

”Ei saa olla olohuoneen pöydällä vaasia, jossa lukee Palma de Mallorca. Mutta voi olla keittiössä tiskiharjan vieressä keraaminen pönttö, jossa lukee jotain”, nainen selittää oman piirinsä elämäntyliä.

Ironiselle älykölle Mallorca-vaasi voisi jo olla törkeän hieno ja yllättävä veto. Vaikka vastustaa kulutusta, voi ostaa krääsää, jos kyseessä on ironia, nostalgia, huumori, retroilu, fanitus tai rakkaus.

12. Keräily. Eniten matkoilta ehkä kerätään elefanteja. Kirjahyllyyn.

Ennen kerättiin seinälautasia. Nyt magneetteja jääkaapin oveen. Magneetissa saa lukea Ateena, vaikka lippiksessä ei saa.

Omaperäisyys on silti valttia.

”Kerään magneetteja vain tuppukylistä”, kertoo paljon matkustava nainen.

Ennen hän keräsi vitsikkäitä pyllymagneetteja, mutta lopetti, kun niitä alkoi saada Kiasmasta.

13. Merkkituotteet. Nuoret ostavat matkoilta Vansia, Conversea, Nikea ja Adidasta. Ihan samoja kuin Suomestakin. Miksi?

Joskus ne ovat halvempia. Muualla on erikoisuuksia. Tai sitten he vain haluavat ostaa asioita, joita muutenkin ostaisivat. Eivät matkamuistoja.

Osalle heistä matkustaminen voi olla niin arkipäivää.

14. Uskonnollisuus. Maallistunutkin matkaa käy usein ulkomailla turistina kirkoissa ja pyhillä paikoilla.

”Pyhältä paikalta haetaan aina ratkaisua johonkin asiaan, siinä on eri vire kuin Eiffel-tornin äärellä. Se hämmästyttää ja vetää vakavaksi. Uskonnollinen matkamuisto on osa siitä ihmeestä”, selittää paljon matkaava nainen.

Pyhien paikkojen kiville ja muovijeesuksille voi tietysti myös nauraa.

”En toisi kenellekään Eiffel-tornia, mutta voin tuoda Madonnan, joka hohtaa. Irlannista toin pyhitettyä vettä ja viskelin sitä kaikkien päälle, että nyt te olette pyhitettyjä. Suomi on niin maallistunut, että näin voi tehdä”, sanoo nainen.

15. Paikallisbrändit. Lissabonissa on kauppa, jossa myydään vain runoilija [Fernando Pessoaan](#) liittyvää turistikorua: kyniä, mukeja, suklaata. Portossa on kauppa, jossa myydään vain sardiineja: kankaisia, puisia, keraamisia.

”Sardiini on Välimeren elukka. Aika kiva”, sanoo tyytyväinen turisti.

Akseli Valmunen / HS



16. Valovirheet. Kirkkaassa auringossa voi ostaa värikkäitä vaatteita, jotka eivät kotona näytä miltään. Myös tunnelma ja tilanne voivat hämätä.

”Ostin Siennasta kokoelman italialaisia iskelmiä, joita en jaksanut kotona kuunnella kertaakaan”, sanoi yksi nainen.

17. Villitykset. Porukassa aikuisetkin villiintyvät. ”Lasisia kynsiviiloja minulla on nyt tuossa naistenmatkalta. Kun yksi keksii, että nämä ovat nyt uutta, kaikki innostuvat ja ostavat.”

18. Tatuoinnit. Ennen tatuointeja hankkivat matkoilta merimiehet. Nyt kuka tahansa täti ottaa etelässä olkaan perhosen tai nilkkaan papukaijan.

19. erotiikka. Matkoilta ostetaan erotiikkaa ja pornoa, kun kotona ei kehdata. 1700-luvun Roomassa myytiin turisteille daktylioteekkeja, korukiviin kaiverrettuja eroottisia kuvia kuin konvehtirasioissa.

Turistipuodeista saa hävyttömiä avaimenperiä, sytyttimiä ja kyniä, joita kääntäessä nainen riisuu vaatteet paikallisessa maisemassa. Nuori äiti voi tuoda mammakaverille tuliaisiksi nopat, joissa on numeroiden sijaan asentojen kuvia. Lomalla vapautuu.

20. Feikkituotteet. Merkkituotteiden vääreännöksiä ostettiin ennen vahingossa tai ihan siksi, että ne olivat halpoja. Nyt ne käyvät vitsistä.

”Kiinasta ostin katukauppiaalta ison kasan rantarolexeja ja jaoin kotona kavereille”, kertoo mies.

21. Luksus. Ennen matkoilta ostettiin yllleistä kosmetiikkaa, kun sitä saatiin halvemmalla. Nyt hintaeroa ei ole ja kaikkea saa Suomestakin.

Silti lentokentiltä yhä ostetaan hienoa vartalovoidetta, hajuvettä ja deodoranttia. Luksus tekee loman. Ja kelpaa aina.

”Kun jotain haluaa antaa”, kertoo vanhempi nainen.

Akseli Valmunen / HS

22. Roska. Jotkut eivät halua ostaa mitään. Ehkä kukkaroon jää muistoksi ratikkalippu ja museon tarra. Suurina aarteina säilytetään lipaston laatikossa selvää jätettä. Netistä löytyy ohjeita, joilla kassinpohjalle kertyneistä karkkipapereista tehdään kotona matkamuistotauluja.

23. Materia. Kuinka monella onkaan kotona matkoilta tuotua hiekkaa, vettä, simpukoita, kiviä! Jäämereltä tuotiin autossa kassikaupalla pyöreitä kiviä puutarhan kukkamaan reunaan, kun se oli muotia.

Gorista, Stalin-museon pihalta, voi poimia raidallisia kiviä. Nizzasta soikeita. Islannista laavakiveä. Leväpyörylöitä Sardiniasta. Lepikontorpan multaa Kekkonen lapsuuskodin pihalta. Kuolleen meren hiekkaa. Santaa Terijoelta, Normandiasta ja Raatteen tieltä.

”Minulla on lasipurkissa latvialaista hiekkaa, joka on kulkenut mukani 14 vuotta asunnosta toiseen. En kai minä sitä nyt enää heitä pois”, sanoo kolmekymppinen nainen.

Joskus aika on kypsä.

”Heitin ukin tuoman Saharan hiekan menemään, kun lähdin opiskelemaan. Veljet pilkkasivat, että olivat jo monta kertaa vaihtaneet sen”, kertoo toinen nainen.

24. Tarinanpala. Matkamuiston syvin olemus on tarina. Turistikojusta hankittuja pieniä Eiffel-torneja on viety koteihin eri puolille maapalloa. Ne näyttävät kaikki samalta, mutta jokaisella niistä

on omistajalleen ainutlaatuinen merkitys. Hetki, menneisyys, muisto. Jota kukaan ei voi päältä nähdä.

Suhde matkamuistoihin muuttuu iän ja kokemuksen myötä. Silti myös lapsenmielisyys säilyy. Ateena-lippiksen ostanut rouva muistaa yhä ensimmäisen matkansa.

”Olin kuusivuotias. Kaikki oli Ruotsin puolella erilaista: talot, tiet, kaupat. Tiesin, että haluan täältä jotain itselleni. Haluan jotain, mitä voin näyttää muille ja sanoa, että siellä kulkaas kaikki on toisin.”