

KIINNOSTAAKO SUOMI KULTTUURIMATKAILUKOHTENA?

Kartoitus Isossa-Britanniassa, Ranskassa, Ruotsissa, Saksassa ja Venäjällä

MEK A: 167

ISBN 978-952-5682-33-5

ISBN 978-952-5682-34-2 (PDF)

ISSN 0355-6204

Sisällys	sivu
1 Johdanto	1
1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja kohderyhmä	1
1.2 Tutkimuksen toteuttaminen.....	2
2 Viimeksi tehdyt kulttuurimatkat	3
3 Kulttuurimatkailun sisällöstä	8
4 Kulttuurimatkailun elementtien kuluttaminen kotimaassa	12
4.1 Kulttuurin kuluttamisen ryhmät	12
4.2 Suomen matkailun keskeiset kohderyhmät.....	21
5 Suomeen suuntautuva kulttuurimatkailu	24
5.1 Tehdyt matkat	24
5.2 Suomeen suuntautuvan kulttuurimatkailun erityispiirteet	27
6 Suomi tulevan kulttuurimatkailun kohdemaana	33
6.1 Kiinnostus matkustaa Suomeen	33
6.2 Toivotut kohteet ja aktiviteetit	40
6.3 Preferoidut ajankohdat ja majoitusvaihtoehdot	49
6.4 Rahankäyttöön liittyviä tekijöitä.....	52
7 Suomeen kohdistuvan kulttuurimatkailun kysynnän määrästä ja suunnasta	56
8 Kulttuurimatkailun haasteet Suomessa	63
LIITEKUVAT	66

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja kohderyhmä

Tässä yhteenvetoraportissa esitetään keskeiset tulokset tutkimuksesta, missä tarkasteltiin viiden maan kansalaisten ajatuksia kulttuurimatkailusta sekä heidän halukkuuttaan saapua Suomeen kulttuurimatkalle.

Suomen vahvuksiin matkailumaana on luettu modernin ja luontoon pohjautuvan perinteisen toiminnan sujuva vastakohtaisuus, idän ja lännen kohtaaminen, teknologia ja suomalaiseen elämäntapaan kuuluvat asiat ja luovuus. Vetovoimaisten kulttuurikäyntikohteiden on kuitenkin sanottu puuttuvan.

Erilaiset kulttuuritekijät muodostavat varsinkin kansainvälisessä matkailussa nykyisin vahvan kilpailutekijän. On katsottu, että esimerkiksi Baltian maissa kulttuuriperintöä, perinteitä, tapoja ja historiaa hyödynnetään matkailussa paremmin kuin Suomessa.

Käsitteenä kulttuurimatkailu on moniulotteinen. Kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen toimintaohjelmassa 2009 – 2013 (OPM 2008:34) ja Kulttuurimatkailun kehittämisstrategiassa kansainvälisille markkinoille (MEK) todetaan, että kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille liiketoiminnallisista perusteista.

Tavoitteena on luoda elämyksiä ja mahdollisuus tutustua näihin kulttuurisiin voimavaroihin, oppia niistä tai osallistua niihin. Näin voidaan vahvistaa ihmisten identiteetin rakentumista, sekä oman että muiden kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta.

Strategian mukaan kulttuurimatkailun voimavaroja ovat kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama; historia, kulttuurimaisemat, rakennettu ympäristö, arkeologiset kohteet, museot, esittävä taide, visuaalinen taide, tapahtumat, käsityö, kieli, maut, perinteet, tavat, arvot, aatteet, elämäntyyli, uskonto, luonteenpiirteet sekä saavutukset tieteessä, taiteessa, teknologiassa ja elinkeinoissa.

Kehittämistoimissa pyritään hyödyntämään em. mainittuja matkailun voimavaroja. Näitä tuodaan esiin sekä tuotteen tuottavuuden ja kannattavuuden että matkailun yleisen vetovoimaisuuden kannalta. Pääpanostus on kansainvälisesti vetovoimaisissa teemoissa ja tuotteissa. Lisäksi edistetään muiden kehityskelpoisten teema- ja tuotekokonaisuuksien vahvistamista. Kulttuuristen tukielementtien kuten perinteet ja käsityö matkailullista tuotteistamista tuetaan esimerkiksi koulutuksen ja verkostoitumisen avulla.

Kulttuurimatkailun tuotekehittämisen tavoitteena ovat korkealaatuiset ja helposti ostettavat matkailutuotteet ja -palvelut sekä niiden saaminen vahvemmin kansainvälisten myyjien tarjontaan. Sitä varten on luotu kulttuurimatkailun seuraavat markkinointitoimenpiteet:

- tuotteistamisen ja markkinoinnin kehittämisen pohjaksi tarvittavan tietopohjan tuottaminen,
- pääteemojen ja kohderyhmien määrittäminen,
- perinnettä ja historiaa nostaminen esille oheistuotteina,
- kansainvälisesti vetovoimaisten Suomen luontaisiin vahvuksiin pohjaavien kulttuurikohteiden luomisen edistäminen,
- kulttuuri- ja matkailualan toimijoiden vuoropuhelun ja yhteistyön lisääminen kulttuuritarjonnan matkailullisessa tuotteistamisessa.

Toteutettu tutkimus palvelee kyseistä kokonaisuutta. Erityisesti sen tarjoama informaatio antaa eväitä kahdelle ensin mainitulle.

Tutkimuksen perusteella saadaan tietoa kulttuurimatkailun luonteesta viidessä maassa. Sen kohde-ryhmän muodostivat sellaiset saksalaiset, britannialaiset, ruotsalaiset, venäläiset ja ranskalaiset henkilöt, jotka ovat kuluneen kolmen vuoden aikana matkustaneet ulkomaille sekä kyseisten matkojensa aikana joko vierailleet jossain tai joissakin paikoissa tai osallistuneet sellaisiin aktiviteetteihin, mitkä kuuluvat käytettävän (strategian ilmaiseman) määritelmän mukaan kulttuurimatkailun alaan.

Ensiksi kiinnitettiin huomiota tutkimukseen osallistuneiden tekemiin kulttuurimatkoihin: mitkä olivat olleet heidän tuoreimpien matkojensa kohteet, minkä tyyppisiä nämä olivat olleet sekä mitä tietolähtettä matkoja valmisteltaessa oli käytetty.

Lisäksi selvitettiin mitä kulttuurimatkailun elementtejä heidän tuoreimmat ulkomaanmatkansa olivat sisältäneet ja minkälaisia asioita kulttuurimatkailun käsitteeseen liitetään.

Tutkimuksen toinen kokonaisuus keskittyi Suomeen: kuka on vierailut maassamme, minkälaisia kulttuurimatkasisältöjä heidän tekemänsä matkat ovat mahdollisesti käsittäneet ja mihin maamme osiin ne ovat suuntautuneet.

Vastaajilta tiedusteltiin myös sitä, kuinka kiinnostavana he pitävät Suomea kulttuurimatkailukohteena ja kuinka todennäköistä on, että he vierailivat maassamme lähivuosina. Tällaisista matkoista haaveilevia ja niitä mahdollisina pitäviä pyydettiin vielä kertomaan, minkälainen tarjonta kiinnostaisi, minkälainen majoitus tuntuisi parhaalta vaihtoehdolta ja kuinka paljon rahaa oltaisiin valmiita sijoittamaan eri asioihin kyseisten Suomeen suuntutuvien matkojen aikana.

Tutkimuksen sisältöä varten muodostettiin työryhmä, joka sisälsi tutkimuksen toimeksiantajan Matkailun edistämiskeskuksen sekä opetusministeriön ja tutkimuksen toteuttaneen TNS Gallup Oy:n edustajat.

1.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Neljän maan aineistot kerättiin TNS:n paneelissa (6th dimension Europa online panel). Ruotsin aineisto kerättiin TNS Gallup Ruotsin omassa, vastaavalla periaatteella toimivassa paneelissa.

Tutkimuksen kohdehenkilöt hyödyntävät Internet-yhteyttä vastatessaan kyselyihin. Kaikki panelistit on erikseen kutsuttu osallistumaan TNS:n tutkimuksiin. Itsekrytointia ei ole käytetty eli kukaan ei ole voinut vain ilmoittautua vastaajaksi. Tämä luetaan yleisesti yhdeksi laadukkaan paneelin tunnusmerkiksi, ja tällä tavoin ne pystytään rakentamaan paremmin perusjoukkoa edustaviksi kokonaisuuksiksi.

TNS Gallup Oy hoiti kaikesta ohjelmointityöstä Suomesta käsin. Kenttätyövaiheen loppuun valmiit haastatteluaineistot kerättiin siellä yhdeksi kokonaisuudeksi. Näin voitiin varmistua, että aineiston kerääminen tapahtuu kaikissa kohdemaissa yhdenmukaisesti siten, että maakohtaiset aineistot ovat keskenään hyvin vertailukelpoisia.

TNS:n kyselyn kohdemaissa asuvat asiantuntijat arvioivat käännettyjen lomakkeiden toimivuutta omassa kulttuurissaan. Ainoat kommentit liittyivät ruotsinkieliseen lomakkeeseen, siinä olleisiin eräisiin suomen- ja riikinruotsin välisiin ilmaisutapaeroihin.

Yhteensä haastateltiin 5.006 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä siten, että haastattelut jakautuivat taiseesti näiden maiden välille (jokaisessa tehtiin noin 1.000 haastattelua). Analyysia varten tulokset painotettiin vastaamaan tutkimuksen perusjoukkoa kussakin maassa. Aineiston edustavuutta parannettiin käyttämällä lisäksi ikä-, sukupuoli- ja aluepainotusta.

Lähtökohtana oli kussakin maassa edustava otos 18 vuotta täyttäneestä väestöstä pl. Venäjä, missä otanta kohdistettiin keskiseen ja luoteiseen federaatiopiiriin.

Taulukko 1. Tutkimuksen edustamat väestömäärät (1.000 henk.).

Saksa	42 100
Ranska	20 000
Venäjä	14 100
Ruotsi	4 900
Iso-Britannia	35 100
Yhteensä	116 200

Lomakkeen alkuun sijoitettiin kysymyksiä kuluneen kolmen vuoden aikana tehdyistä ulkomaanmatkoista ja kulttuurikohteiden sekä aktiviteettien hyödyntämistä niissä. Ne, jotka läpäisivät tämän kysymyksen, saivat vastataksaan muut kysymykset (tällaisia henkilöitä siis kerättiin 5.006 kpl.), ja muodostivat näin tutkimuksen kohderyhmän. Oheiseen taulukkoon (taulukko 1) on merkitty haastatellun joukon estimoitu vastaavuus kunkin maan väestöstä.

Raportointi jakaantuu kahteen osaan. Tässä yhteenvetoraportissa tuodaan esiin keskeisimmät havainnot. Yksityiskohtaiset väestöryhmittäiset vastaukset kuhunkin esitettyyn kysymykseen käyvät ilmi erillisestä taulukkoraportista. Tutkimusaineisto kerättiin marraskuussa 2009.

2 Viimeksi tehdyt kulttuurimatkat

Kaikki tutkimuksessa käytetyt määritelmän mukaiset kulttuurimatkakohteet tai -aktiviteetit olivat tulleet kyseeseen tutkimukseen osallistuneiden tuoreimmilla ulkomaanmatkoilla. Yksikään mahdollisista vaihtoehtoista ei siis jäänyt vaille mainintoja. On kuitenkin todettava, että eräiden vierailukohteiden ja aktiviteettien suosio nousi selvästi muita suuremmaksi.

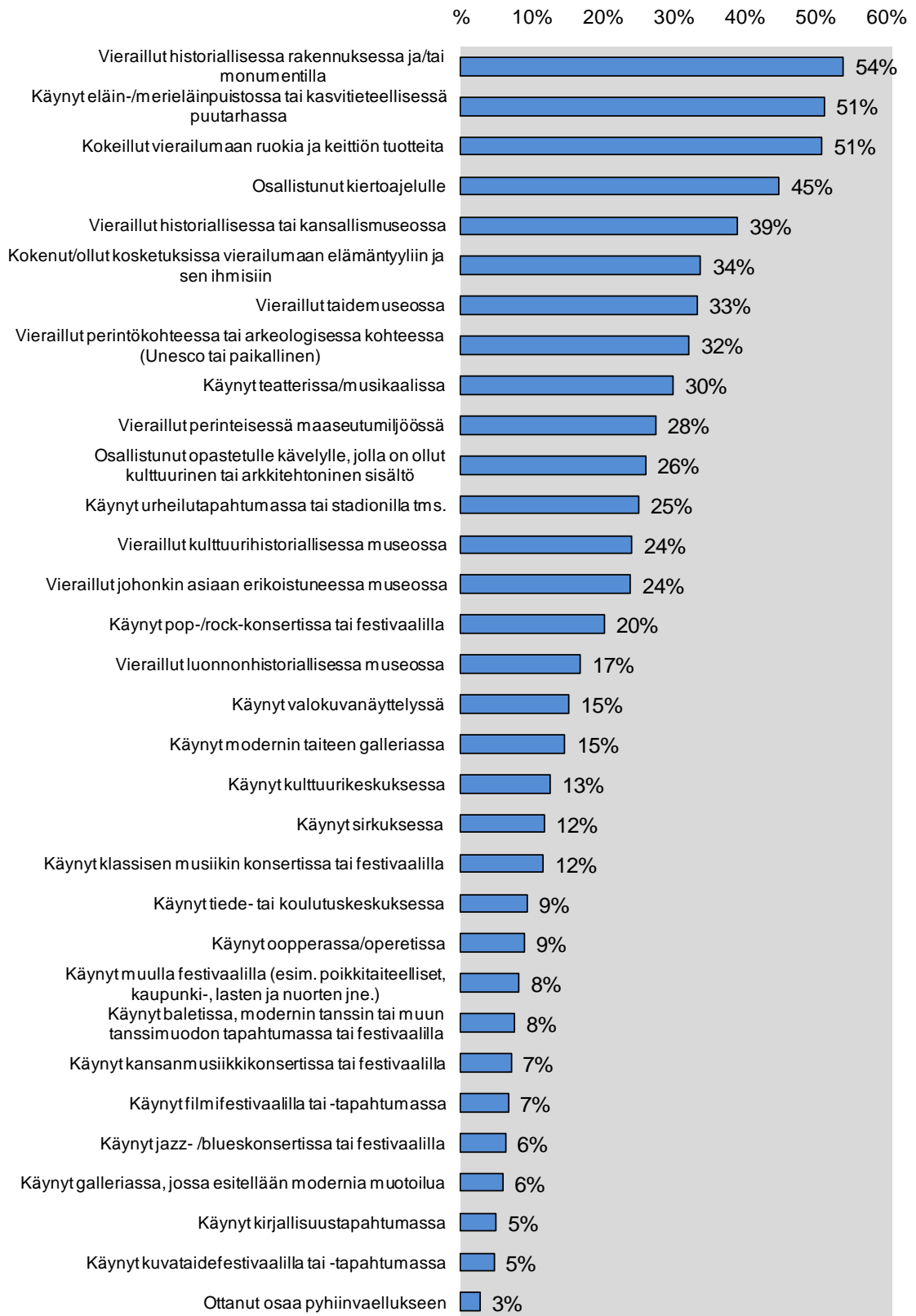
Enemmistö oli kuluneen kolmen vuoden aikana tehdyn ulkomaanmatkansa aikana vierailut kohde- maassa historiallisella rakennuksessa tai monumentilla. Kaikkiaan 54 prosenttia vastanneista kertoi tehneensä tällaisen vierailun.

Joka toisen (51 %) matkaohjelma oli sisältänyt käynnin eläin- tai merieläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa. Yhtä moni kertoi kokeilleensa vierailumaan ruokia ja keittiön tuotteita. Kiertoajelu oli kuulunut 45 prosentin matkaohjelmaan.

Myös vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa ja taidemuseoissa sijoittuvat suosituimpien kohteiden listan kärkipäähän. Ne ovat tulleet kyseeseen vähintään kolmasosalle. Saman voi sanoa käynneistä arkeologisissa tai perintökohteissa sekä pyrkimyksestä päästä kosketuksiin vierailumaan ihmisiin ja elämäntyylisiin.

Museot ovat tärkeitä kohteita lomamatkoilla. Kuudestatoista yleisimmästä vierailukohteesta kolmasosa (5 kpl.) on museoita. Jo mainittujen lisäksi moni oli käynyt kulttuurihistoriallisissa, luonnonhistoriallisissa sekä johonkin erityisaiheeseen erikoistuneissa museoissa. Retki perinteiseen maaseutumiljöösseen on täydentänyt runsaan neljäsosa tutkimuksia kohdemaan elämäntyylisiä ja olosuhteista.

SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet KULUNEEN KOLMEN
VUODEN AIKANA TEHDYILLÄ ULKOMAANMATKOILLA (%), n=5006



Myös musiikki ja esittävä taide ovat keskeisiä matkailun kulttuurikohteita. Melkein joka kolmas kertoi käyneensä matkansa teatterissa tai musikaalissa, joka viides pop- tai rock-konsertissa tai festivaalilla.

Neljäsosa on ottanut osaa opastetulle kävelyllä, jolla on ollut jokin erityinen kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö. Yhtä moni on vierailut (suosikkijoukkueensa?) stadionilla tai jossain urheilutapahtumassa.

Muut vaihtoehdot mainittiin selvästi harvemmin. Suhteellisen esittämistavan ei kuitenkaan pidä antaa hämätä. Haasteltuja kuvaava perusjoukko on valtava, 116 miljoonaa henkilöä. Näin pienemmätkin prosenttiluvut kätkevät taakseen valtavia ihmismassoja.

Raportin loppuun on liitetty graafiset esitykset, joista käy seikkaperäisesti selville, kuinka tutkimukseen osallistuneet kansallisuudet ovat hyödyntäneet kulttuurimatkailutarjontaa tekemillään lomamatkoilla. Yhteenvedon omaisesti asiasta voi todeta seuraavan.

saksalaiset

Saksalaiset ovat sisällyttäneet matkoihinsa kulttuurimatkailun piirteitä enintään koko joukon keskiarvon verran. He kyllä ovat osallistuneet erilaisiin aktiviteetteihin. Moni heistä on vierailutkin eri kohteissa, mutta yleensä hieman säästeliäämmin tai enintään yhtä usein kuin muut tutkitut kansallisuudet. Verrattuna muuhun tarjontaan, teatteri- ja musikaaliesityksistä nauttiminen on kuitenkin kuulunut saksalaisten matkaohjelmaan varsin usein.

ranskalaiset

Ranskalaiset muistuttavat kulttuurimatkailijoina saksalaisia. Silloin, kun kyseessä ovat vierailut historiallisessa rakennuksessa tai monumentilla, perintökohteessa, historiallisessa, kansallis- tai taidemuseossa, he kuitenkin ovat itänaapureitaan selvästi aktiivisempia.

venäläiset

Venäläiset sisällyttävät matkoihinsa huomattavasti enemmän kulttuurimatkailullisia piirteitä kuin muut. Varsinkin heidän käyntinsä teatteri- tai musikaaliesityksissä, valokuvanäyttelyissä, kulttuurihistoriallisissa museoissa, urheilutapahtumissa, sirkuksessa sekä filmi- ja myös muilla festivaaleilla erottavat heidät muusta tutkitusta joukosta.

ruotsalaiset

Ruotsalaiset eivät erotu toisista tutkimukseen osallistuneista kansallisuuksista missään suhteessa yksin. He kuitenkin kuuluvat siihen ryhmään, joka käy kiertoaajeluilla, aktiivisesti kokeilee vierailumaan ruokia ja keittiön tuotteita, pyrkii kosketuksiin sen elämäntyyliin kanssa ja sisällyttää matkaansa (samoin kuin venäläiset) vierailun perinteiseen maaseutumiljööseen.

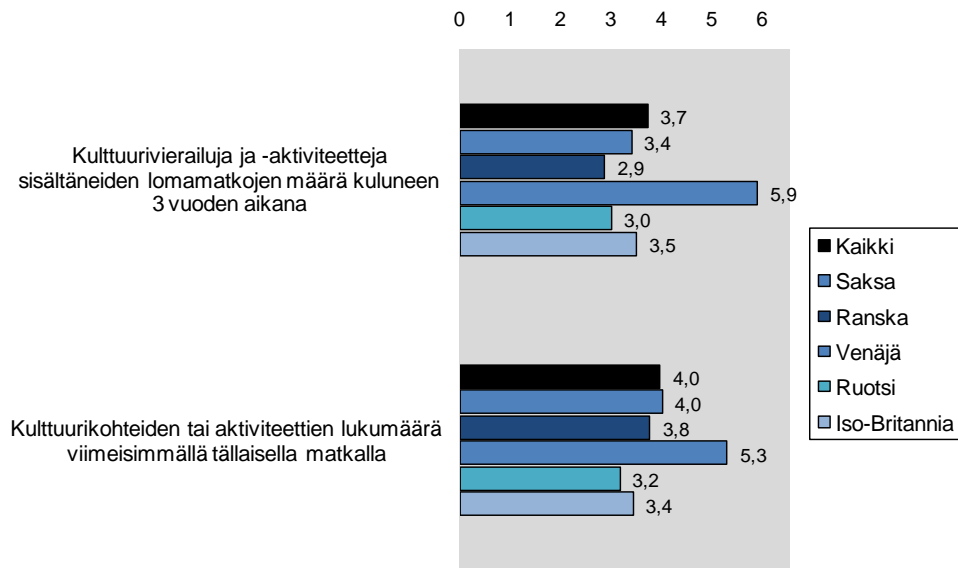
britannialaiset

Myös britit ovat innokkaita kokeilemaan vierailumaan keittiön parhaita puolia sekä muodostamaan yhteyden sen elämäntyyliin ja ihmisiin. Enemmistö briteistä on myös osallistunut kiertoaajelulle. Heistä keskimääräistä (hieman) useampi on lisäksi vierailut luonnon- ja kulttuurihistoriallisissa museoissa.

Venäläisten kulttuuriaktiivisuus paljastuu myös seuraavan sivun kuviosta. Siitä käyvät ilmi sekä kuluneen kolmen vuoden aikana tehtyjen lomamatkojen että viimeisimpään matkaan sisällytettyjen kulttuurimatkailullisten elementtien lukumäärät. Muiden ilmoittamat määrät ovat melko samanlaiset, vaihdellen noin kolmen ja neljän välillä.

Muistutettakoon kuitenkin, ettei kuvion perusteella voi vetää laajempia johtopäätöksiä kyseisten kansallisuuksien lomailusta yleensä. Kyse on vain tietynlaisista, kulttuurimatkailuelementtejä sisältävistä matkoista. Muuntyyppiset lomamatkat rajautuvat kokonaan tämän tarkastelun ulkopuolelle.

KULTTUURIVIERAILUT JA -AKTIVITEETIT LOMAMATKOILLA (%), n=5006

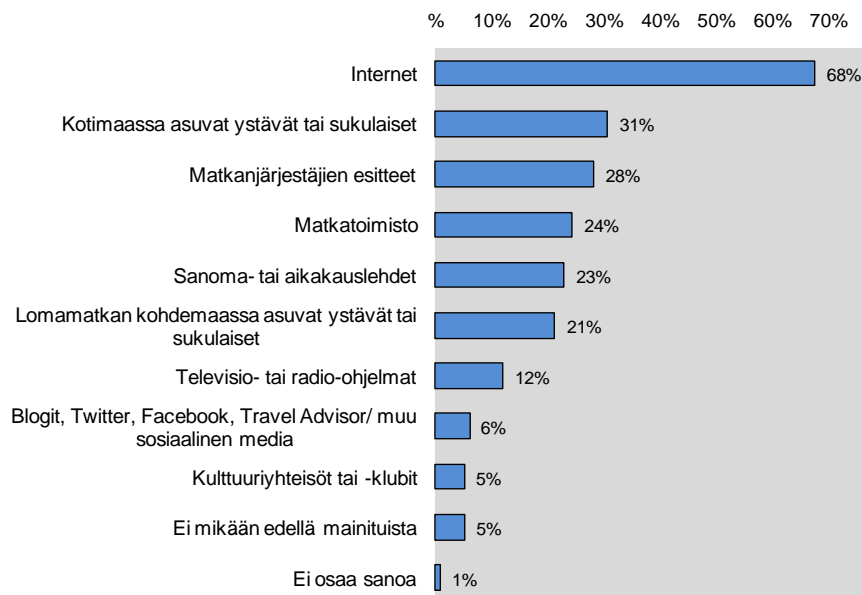


Internet on erittäin tärkeä kulttuurimatkailuun liittyvän tiedon lähde. Kaksi kolmesta tutkimukseen osallistuneesta oli hakenut sieltä informaatiota niistä kohteista tai aktiviteeteistä, jotka oli sisällyttänyt kuluneen kolmen vuoden aikana tekemiin kulttuurimatkoihinsa.

Ystävät ja sukulaiset sekä kohde- että kotimaassa, matkatoimistot sekä matkanjärjestäjien esitteet ovat nekin suhteellisen merkittäviä kulttuurimatkailun tietolähteitä. Niitä käyttäneiden määrä ei kuitenkaan yltänyt Internetiä hyödyntäneiden tasolle.

Joukkotiedotusvälineistä sanoma- tai aikakauslehdet lyövät selvästi radion ja television aihetta koskevan tarjonnan. Painetun sanan voi sanoa olevan merkitykseltään kaksinkertainen verrattuna sähköiseen mediaan.

TIEDONLÄHTEET LOMALLA VIERAILLUISTA KULTTUURIPAIKOISTA JA AKTIVITEETEISTA, JOIHIN OTETTIIN OSAA (%), n=5006



Internet hallitsee, mutta sosiaalinen media on sivuosassa. Blogit, Twitter, Facebook yms. olivat olleet vain kuudelle prosentille tärkeä lähde. Yhtä moni (tai harva) oli hyödyntänyt tiedonhaussa kulttuuriyh-teisöjä ja -klubeja.

Raportin liitteenä on graafinen esitys eri kansallisuuksien antamista vastauksista. Pääpiirteissään eri lähteiden saama merkitys on joka maassa samantyyppinen. Internet hallitsee kaikkialla suhteessa muihin lähteissä, painettu teksti suhteessa sähköiseen, sosiaalisen median ja erilaisten klubien olles-sa laajassa tarkastelussa merkitykseltään marginaalisempia.

Tämä ei tietenkään tarkoita, etteikö niillä saattaisi olla joillekuille hyvinkin tärkeä, jopa ratkaiseva osa informaation hakemisessa ja saamisessa. Suuret massat kuitenkin totesivat, etteivät merkittävämmiin hae niistä tietoa.

Venäläiset muodostavat poikkeuksen tähän sääntöön. He panevat muita selvästi enemmän arvoa kotimaassa asuvien ystäviensä ja sukulaistensa näkemyksille ja tiedoille. Myös televisio- ja radio-ohjelmat ovat itänaapureillemme keskeisempi tiedonsaantikanava kuin neljälle muulle tutkitulle kan-sallisuudelle.

Vaikka kulttuuriyh-teisöt ja -klubit ovat myös heille selvästi toissijainen (jos sitäkään) informaatiokana-va, niiden painoarvo Venäjällä kuitenkin on muihin maihin verrattuna suhteellisesti ottaen vähintään kaksinkertainen.

Taulukko 2. Suosituimmat kulttuurimatko-kohteet kansallisuuden mukaan (%).

SAKSALAISET		RANSKALAISET		VENÄLÄISET		RUOTSALAISET		BRITANNIALAISET	
Itävalta	21 %	Espanja	31 %	Ukraina	36 %	Tanska	23 %	Espanja	29 %
Espanja	21 %	Italia	21 %	Valkovenäjä	19 %	Espanja	23 %	UK	26 %
Italia	18 %	Belgia	15 %	Turkki	19 %	Saksa	19 %	Ranska	25 %
Ranska	17 %	Saksa	14 %	Suomi	17 %	Italia	19 %	USA	22 %
Turkki	12 %	UK	13 %	Saksa	10 %	UK	19 %	Italia	19 %
Suomi (23.)	3 %	Suomi (31).	2 %			Suomi (12.)	9 %	Suomi (24.)	3 %

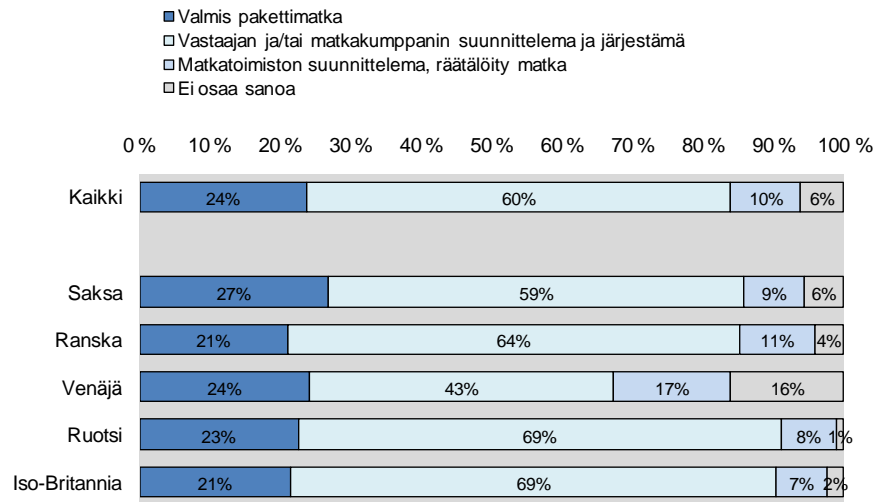
Oheiseen taulukkoon (taulukko 2) on kerätty kunkin tutkimukseen osallistuneen kansakunnan eniten (top-5) suosimat kulttuurimatko-kohteet. Venäläiset pois lukien Italia ja Espanja löytyvät kaikki-en listalla, Saksa ja Iso-Britannia kolmelta ja Ranska kahdelta.

Naapurimaiden suosiminen karakterisoi selvästi kaikkien matkustamista. Useat saksalaiset ovat olleet Itävallassa tai Ranskassa, nämä vastaavasti Saksassa (sekä Italiassa ja Espanjassa). Ruotsalaisten reitti kulkee kaikkein useimmin Tanskan kautta, venäläiset suuntavat matkansa monesti Ukrainaan tai Valkovenäjälle.

Naapuriyhteyksistä hyötyvät myös suomalaiset. Maamme on venäläisten suosikkilistan neljäntenä. Muiden kansallisuuksien vastaavilla listoilla Suomi sijoittuu selvästi huonommin, ollen esimerkiksi ranskalaisten vasta 31. suosima kulttuurimatko-kohte. Jos tilannetta ajattelisi kulttuurimatko-kohteita laajemmin, ulkomaille suuntautuvan turismin kannalta yleensä, Suomen asema tuskin paranisi. Ruot-salaisten kulttuurimatko-kohteiden silmissä olemme kuitenkin 12. houkuttelevin.

Useimmiten kulttuurimatko-kohteet ovat turvautuneet suunnittelussa ja valmisteluissa omaan apuunsa. Yhteensä 60 prosenttia tutkimukseen osallistuneista nimittäin totesi, että matka oli ollut hänen itsensä, matkakumppanin tai heidän yhteisesti suunnittelema ja järjestämä. Noin neljäsosa oli valinnut valmiin pakettimatkan, joka kymmenennen ostettua matko-kohteiden heille erityisesti organisoiman, henkilö-kohtaiseen suunnitelmaan perustuvan matkan.

VIIMEISIMMÄN ULKOMAANMATKAN TYYPPI (%), n=5006



Jos venäläisiä ei ota lukuun, maakohtaiset erot ovat vähäiset. Venäläisistä keskimääräistä useampi ei osannut ottaa kanta viimeisimmän ulkomaanmatkansa järjestelyihin. Toinen heille tyypillinen piirre oli taipumus valita matkatoimiston räätälöimät, eksklusiiviset matkajärjestelyt. Nämä kaksi seikkaa heijastuivat itse suunniteltujen matkojen osuuteen. Se jäi venäläisillä pienemmäksi kuin muilla.

3 Kulttuurimatkailun sisällöstä

Mikä kuuluu kulttuurimatkailuun? Mikä on sen sisältö? Näitä tarkasteltiin ensin siten, että vastaajia pyydettiin ajattelemaan kulttuurimatkailun käsitettä ja kertomaan vapaamuotoisesti omin sanoin, minkälaisia sisältöjä liittävät siihen.

Vastaukset vihjaavat, että kulttuuri ymmärretään tässä yhteydessä laajemmin kuin perinteisenä korkeakulttuurina. Monet sanoivat kulttuurimatkailun liittyvän vieraiden kansojen ja heidän tapojensa oppimiseen, ymmärtämiseen ja arvostamiseen. Kulttuurimatkalla käy ilmi, minkälaisia paikalliset tavat ja elämäntyyli ovat, mitä ne sisältävät ja miten kohdemaan ihmiset elävät.

Lisäksi viitattiin vierailumaan kansalliseen perintöön ja siihen tutustumiseen, minkälainen historia sillä on ja miten se vaikuttaa nykypäivään. Historiaan pääsee tutustumaan esim. museokäynneillä, mitkä mainittiinkin tässä yhteydessä varsin usein.

Kulttuurimatkailun voikin sanoa olevan tietynlainen opintomatka, hyvä keino laajentaa omaa tietämystään ja ymmärtämystään lomalla.

Kohdemaan näkökulmasta se on loistava keino tuoda omia piirteitä esiin. Kulttuurimatkalle saapuvat henkilöt kun ovat jo valmiiksi "asettaneet mielensä sellaiseen asentoon", että tietoa ja kokemuksia paikallisesti tärkeistä historiallisista ja arkipäivän asioista suorastaan vaaditaan. Matka ei ole onnistunut, ellei niitä saada.

Lisäksi asiaa tiedusteltiin strukturoidusti, tarjonnan näkökulmasta. Vastaajille esitettiin luettelo erilaisista kulttuurimatkailuun yleensä liitettävistä kohteista ja aktiviteeteista ja pyydettiin poimimaan siitä

kaikki sellaiset, joita omasta mielestään voi pitää kulttuurimatkailuna. Jaottelu (jota käytetään tutkimuksessa jatkossakin) on seuraava:

Museot yms.

- vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa,
- vierailut historiallisessa rakennuksessa ja/tai monumentilla,
- vierailut perintökohteessa tai arkeologisessa kohteessa (Unescon tai paikallisessa),
- vierailut kulttuurihistoriallisessa museossa,
- vierailut taidemuseossa,
- vierailut johonkin asiaan erikoistuneessa museossa,
- vierailut luonnonhistoriallisessa museossa,

Esittävä taide

- käynti teatterissa/musikaalissa,
- käynti kansanmusiikkikonsertissa tai festivaalilla,
- käynti oopperassa/operetissa,
- käynti klassisen musiikin konsertissa tai festivaalilla,
- käynti baletissa, modernin tanssin tai muun tanssimuodon tapahtumassa tai festivaalilla,
- käynti jazz- /blueskonsertissa tai festivaalilla,
- käynti pop-/rock-konsertissa tai festivaalilla,

Kirjallisuus, valokuvaus, elokuva, kuvataide

- käynti kuvataidefestivaalilla tai – tapahtumassa,
- käynti valokuvanäyttelyssä,
- käynti modernin taiteen galleriassa,
- käynti muulla festivaalilla (esim. poikkitaiteelliset, kaupunki-, lasten ja nuorten jne.),
- käynti kirjallisuustapahtumassa,
- käynti galleriassa, jossa esitellään modernia muotoilua,
- käynti filmifestivaalilla tai – tapahtumassa,

Vapaa-ajan paikat/tapahtumat

- käynti eläin-/merieläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa,
- käynti urheilutapahtumassa tai stadionilla tms.,
- käynti sirkuksessa,

Kiertoajelut/kävelyt/keskukset

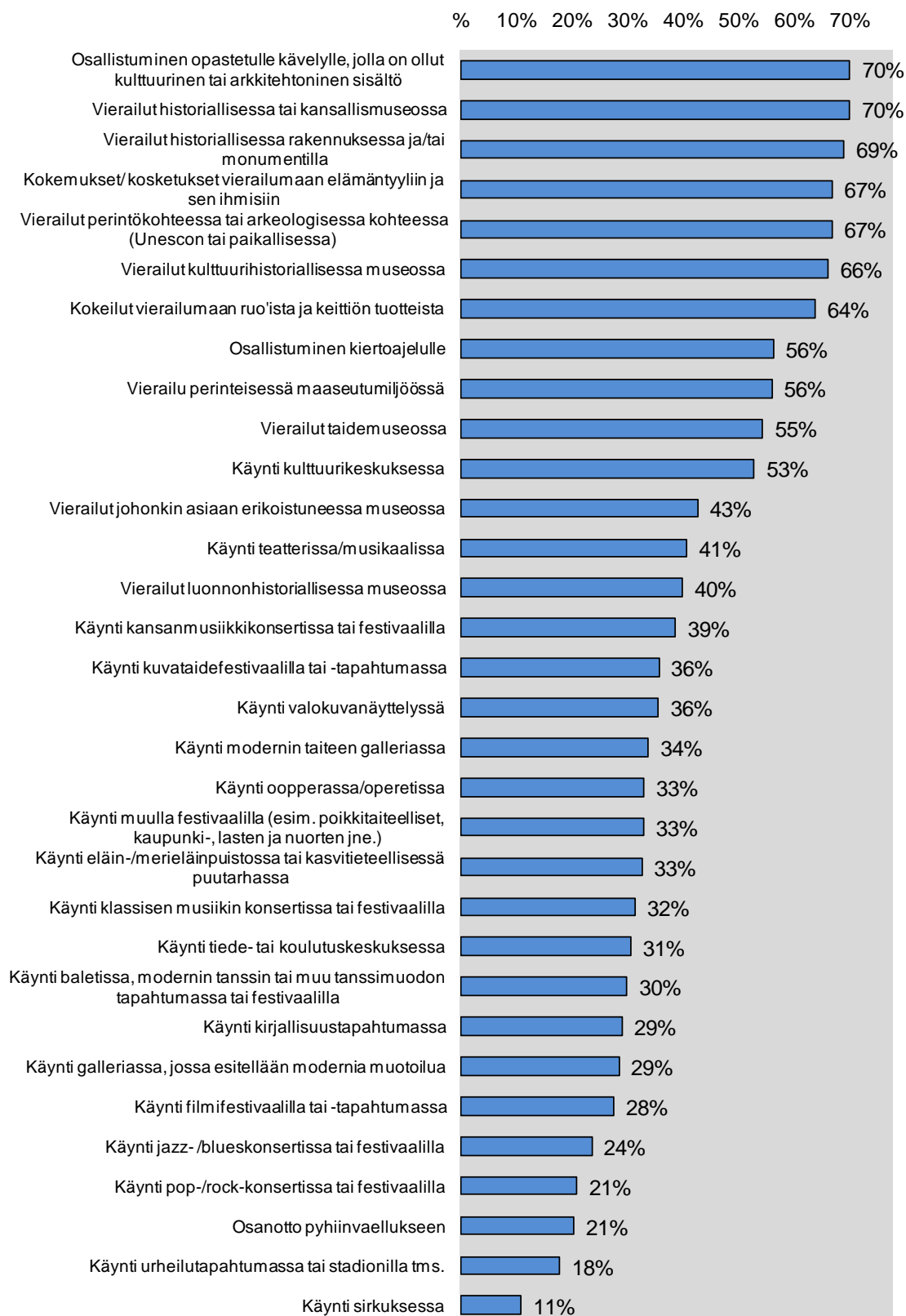
- osallistuminen opastetulle kävelyllä, jolla on ollut kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö,
- osallistuminen kiertoajelulle,
- käynti kulttuurikeskuksessa,
- käynti tiede- tai koulutuskeskuksessa,

Elämäntapa ja muu

- vierailu perinteisessä maaseutumiljöössä,
- kokemukset/ kosketukset vierailumaan elämäntyylisiin ja sen ihmisiin,
- kokeilut vierailumaan ruoista ja keittiön tuotteista,
- osanotto pyhiinvaellukseen.

Kysymykseen saadut vastaukset on esitetty seuraavan sivun kuviossa. Siitä havaitsee, että kulttuuri-
matkailun käsitteeseen liitetään useita asioita (vain yksi prosentti vastaajista sanoi, ettei mikään lis-
tassa mainituista täyttänyt kulttuurimatkailulle asetettavia kriteereitä). Eräät piirteet tuntuvat kuitenkin
kuvaavan sitä vielä paremmin kuin eräät muut.

KULTTUURIMATKAILUN KÄSITESISÄLTÖ: mitkä asiat liitetään kulttuurimatkailuun (%), n=5006



Osallistuminen opastetulle kävelyille, jolla on ollut kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö sekä vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa liitetään kaikkein voimakkaimmin kulttuurimatkailun käsitteeseen. Koko joukosta 70 prosenttia valitsi listasta jommankumman.

Käytännössä yhtä usea (69 %) pitää vierailua historiallisessa rakennuksessa tai monumentilla kulttuurimatkailuna. Kaksi kolmesta (67 %) taas liittää siihen käynnit joko perintökohteessa (Unescon tai paikallinen) tai arkeologista arvoa omaavassa kohteessa. Melkein yhtä usean (66 %) näkemyksen mukaan vierailu kulttuurihistoriallisessa museossa on tyypillisesti tällaista matkailemista. Muun enemmistön tässä yhteydessä mainitsevat kohteet olivat taidemuseot (55 %) ja kulttuurikeskukset (53 %).

Kulttuurimatkailuun liitetään siis voimakkaasti museot sekä paikat tai rakennukset, joilla katsotaan olevan kulttuurihistoriallista merkitystä. Yhtä lailla siihen kuuluu yleinen tutustuminen matkakohteeseen, mistä vihaavat kiertoajelujen (56 %) ja -kävelyjen sijoittuminen enemmistön valintojen joukkoon. Kolmas tärkeä ulottuvuus on kohdemaan arkeen liittyvien asioiden ymmärtäminen: kosketukset vierailumaan elämäntyylisiin ja ihmisiin (67 %) sekä tästä seuraavat kokemukset ja tutustuminen vierailumaan keittiön ellei parhaisiin niin ainakin tyypillisimpiin tuotoksiin (64 %).

Muut kohteet olivat vähemmistön eli alle 50 prosentin mielestä kulttuurimatkailun käsitteeseen liittyviä vierailupaikkoja tai aktiviteetteja.

Sirkuksella nähtiin siihen kaikkein vähiten yhteyksiä. Vain runsas kymmenesosa piti sitä kulttuurimatkailuna. 18 prosenttia ajatteli siten käynneistä urheilutapahtumissa tai stadioneilla. Rock/pop tai jazz-musiikkitapahtumat ja festivaalit sisältävät runsaan viidenneksen – vajaan neljänneksen mielestä kulttuurimatkailullisia ulottuvuuksia.

Mielenkiintoinen yksityiskohta on se, etteivät monet perinteisesti korkeakulttuurin alaan liitettävät asiat kuten konserttimusiikki, ooppera tai baletti nouse kulttuurimatkailun empiiristä sisältöä määrääviksi erityistekijöiksi. Ne kuuluvat kyseisen matkailumuotoon noin kolmasosan mielestä.

Raportin liitteenä ovat yksityiskohtaiset graafiset esitykset viiden maan vastaajien kulttuurimatkailuun liittämistä strukturoiduista sisällöistä. Kun tilannetta tarkastelee (tällä kerralla) siten, että ryhmittelee osatekijät niiden luonteen mukaan ryhmiin, havaitsee mm. seuraavan.

museot yms.

Vierailut erilaisiin museoihin muodostavat joka maassa kulttuurimatkailun tärkeimmän perustan. Samaa ryhmään luokiteltavat historialliset rakennukset ja monumentit sekä erilaiset perintökohteet kuuluvat joka maan enemmistöjen mielestä kulttuurimatkailun piiriin.

Varsinkin venäläiset nostivat tässä yhteydessä voimakkaasti esiin vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa sekä käynnit kulttuurihistoriallisessa museossa.

esittävä taide

Tässä suhteessa näkemyksissä on huomattavia eroja. Siinä missä saksalaiset, britannialaiset ja erityisesti ranskalaiset tapaavat liittää erilaiset musiikkitapahtumat, konsertit ja festivaalit (musiikkityylistä riippumatta) melko harvoin kulttuurimatkailuun, venäläisten ja varsinkin ruotsalaisten voi sanoa ajattelevan, että esittävät taide kuuluu siihen jopa olennaisena osana.

Ruotsalaisten enemmistö piti käymistä teatterissa ja musikaaleissa (57 %) sekä kansanmusiikkikonsertereissa tai festivaalilla (62 %) hyvinä esimerkkeinä kulttuurimatkailusta. Venäläisten enemmistö (57 %) yhtyi kansanmusiikin osalta heidän käsityksiinsä.

kirjallisuus, valokuvaus, elokuva, kuvataide

Tässäkin suhteessa ruotsalaiset ja venäläiset paljastuivat kolmea muuta kansallisuutta laajakatseisemmiksi. Ero on selvä, oli paikka kyse mistä tahansa tähän aihepiiriin kuuluvasta yksittäisestä vierailupai- kasta tai aktiviteetista. Joka kerta suurempi osa ruotsalaisista ja venäläisistä kuin saksalaisista, rans- kalaisista tai britannialaisista koki, että sellaiseen osallistuminen on kulttuurimatkailua.

Näiden kahden kansallisuuden joukossa mikään kohteista ei silti aivan yltänyt enemmistön valin- naksi, joskin sellaiset kohteet kuten käynnit modernin taiteen galleriassa, kuvataidetapahtumassa tai – festivaalilla tai vaikkapa valokuvanäyttelyssä liittyvät aihepiiriin 45–49 prosentin mielestä.

vapaa-ajan paikat ja tapahtumat

Nämä asiat ovat kaikkien mielestä toissijaisia kulttuurimatkailun näkökulmasta. Saksalaisten hieman perinteisemmän näkemyksen havaitsee mm. siitä, että heistä vain 7 prosenttia pitää sirkuksessa käymistä kulttuurimatkailuna. Joka kymmenes (11 %) saksalainen ajattelee samalla tavalla käynnistä urheilutapahtumassa tai stadionilla. Viidesosa liittyy käynnin eläin- tai merieläinpuistossa tai vierailun kasvitieteellisessä puutarhassa matkailun tähän puoleen.

Jälkimmäinen on ainoa asia, minkä suhteen ranskalaiset erottuvat muusta joukosta. Käynti kasvitie- teellisessä puutarhassa tai eläinpuistossa on heistä 46 prosentin mielestä kulttuurimatkailua. Venäläi- sistä 43 prosenttia ajattelee vastaavasti. Todettakoon vielä, että heistä 24 prosenttia eli noin kolme kertaa useampi kuin saksalaisista ja briteistä liittyy vierailun sirkuksessa kulttuurimatkailuun.

kiertoajelut-/kävelyt/keskukset

Selkeä enemmistö ruotsalaisista (63 %) ja britannialaisista (61 %) koki kulttuurikeskukseen suuntau- tuvan vierailun olevan kulttuurimatkailua. Vain 40 prosenttia ranskalaisista totesi saman. Kaikissa maissa haastateltujen enemmistöt liittyivät kulttuurimatkailuun kiertoajelun ja varsinkin osallistumisen sellaiselle opastetulle kävelyllä, missä on selkeä kulttuurinen tai arkkitehtoninen kytkentä.

Elämäntapa/muu

Havainto siitä, kuinka tutustuminen kohdemaan elämään, sen ihmisiin, ruokaan, maaseutuun ja hei- dän tapoihinsa liitetään voimakkaasti kulttuurimatkailun tärkeäksi osaksi, koskee yhtä lailla kaikkia. Voidaankin todeta, että matkailun toivotaan avartavan juuri kokemuspiirin tätä puolta. Menneen tai miksei nykypäivänkin loiston näkeminen ei pelkästään riitä. Kanssaihmiset ja heidän elämänsä ovat aivan yhtä kiinnostavia.

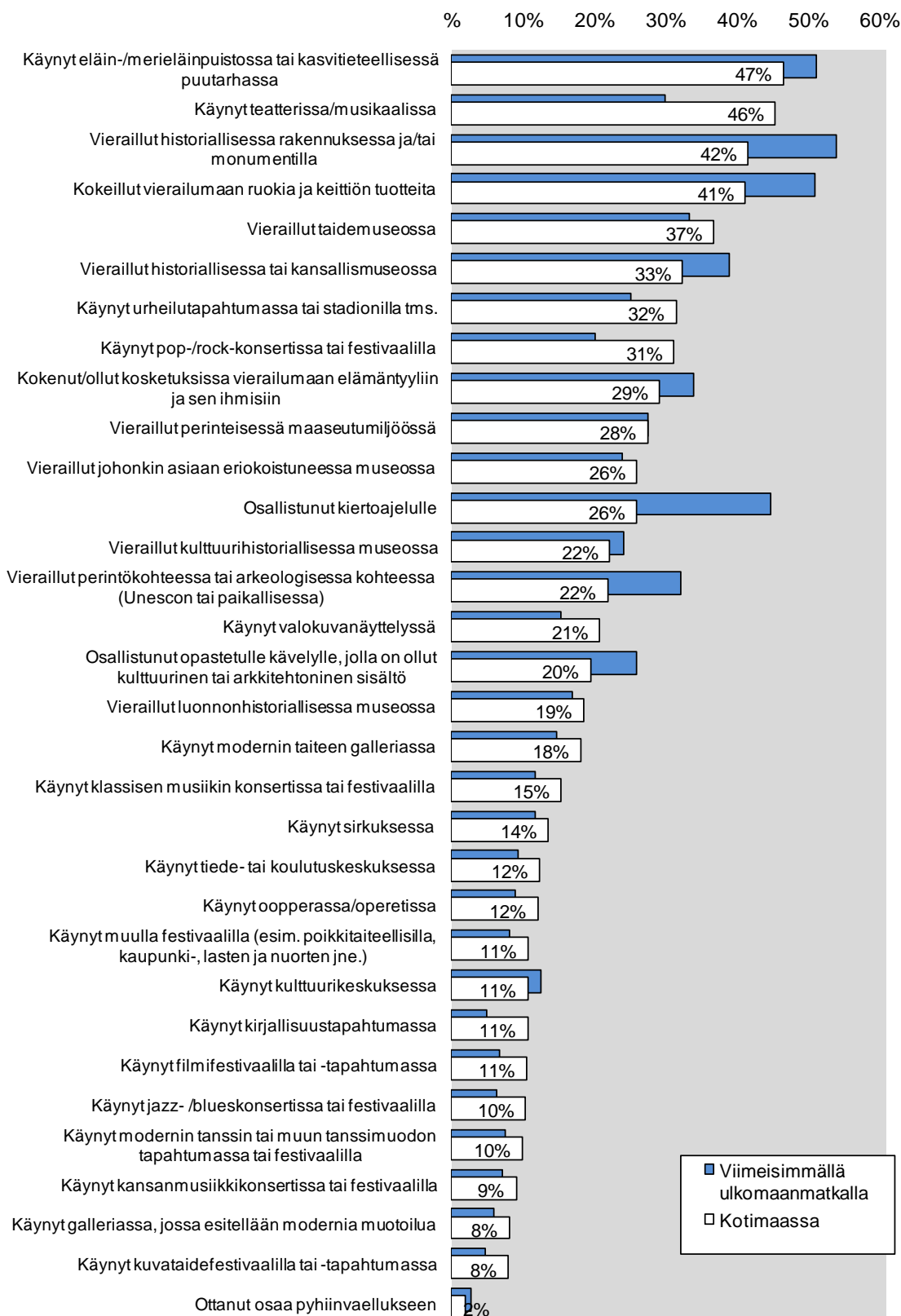
Pyhiinvaellus muodostaa tähän kategoriaan liittyvissä asioissa poikkeuksen. Toki vaihteleva määrä, venäläisistä ja ruotsalaisista jopa runsas neljännes – vajaa kolmannes liittyy siihenkin kulttuurimat- kailun piirteitä, mutta perimmäiset syyt taitavat sittenkin olla muut, kansallisuudesta ja uskonnosta (tutki- mus taisi sisältää – vaikkei tätä kysytykään – aikamoisen määrän niin protestanttisia, katolilaisia kuin ortodoksia vastaajia).

4 Kulttuurimatkailun elementtien kuluttaminen kotimaassa

4.1 Kulttuurin kuluttamisen ryhmät

Yksi tämän tutkimuksen perusoletuksista oli se, että kulttuurin kuluttaminen matkalla muistuttaa toi- mintaa kotimaassa. Siksi tutkimukseen osallistuneet saivat kertoa, mihin kulttuurimatkailuun liittyviin tilaisuuksiin tai aktiviteetteihin he ovat osallistuneet omissa maassaan kuluneen 12 - 15 kuukauden aikana.

SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
viimeisin ulkomaanmatka vs. kotimaa (%), n=5006



Nämä vastaukset on esitetty edellisen sivun graafisessa esityksessä. Siinä kotimainen kulutus on esitetty valkoisissa, etualalla olevissa ja vastaavat valinnat viimeisimmällä matkalla taustalle jäävissä sinisissä pylväissä.

Käyttäytyminen on pääosin aivan samanlaista: suosituimmat kotimaan kohteet ja vierailupaikat ovat tulleet useimmille kyseeseen myös ulkomailla. Vastaavasti ne aktiviteetit, joissa käydään harvemmin kotimaassa, olivat jääneet kokeilematta myös matkalla.

Muutamia, sinänsä ymmärrettäviä, erojakin löytyy. Kiertoajelut ja -kävelyt, vierailut perintökohteissa, historiallisessa museossa tai rakennuksessa/monumentilla sekä kyseisen maan keittiön tuotteiden kokeilu on ulkomaanmatkan aikana ollut yleisempää kuin kotimaassa.

Teatteri- ja musikaalikäynnit, pop- ja rock-konsertit sekä käynnit stadioneilla ja urheilutapahtumissa taas ovat esimerkkejä asioista, joita useampi on tehnyt kotimaassaan kuin ulkomaille tekemällään matkalla.

Nämä erot eivät kuinkaan riitä dementoimaan kuviosta muuten selvästi syntyvää kuvaa: kulttuurimatalla tehtävät valinnat noudattelevat selvästi käyttäytymistä kotimaassa. Yleisemmät mieltymykset, arvostukset sekä kiinnostuksen kohteet vaikuttavat vahvasti siihen, mitä kulttuurimatkoille alaan kulluvilla lomilla halutaan nähdä ja kokea.

Tämä havainto koskee käytännössä yhtä paljon jokaista tutkittua viittä ryhmää. Ainoa mainittava poikkeus on ruotsalaisten ja brittien tapa käydä ulkomaanmatkoillaan selvästi vähemmän teatterissa ja musikaaleissa sekä pop- ja rock-konserteissa kuin kotimaassaan. Lisäksi ruotsalaiset osallistuvat urheilutapahtumiin useammin kotona kuin matkoilla (graafiset esitykset liitteenä).

Vastaajajoukon kokemaa ”kulttuurinnälkää” mallinnettiin faktorianalyysin avulla. Kyseessä on tilastollinen monimuuttujamenetelmä, jonka avulla pystytään etsimään aineistosta pienempiä osatekijöitä yhdistäviä laajempia kokonaisuuksia, asioiden yhteenliittymiä I. faktoreita. Pienempiä, mutta keskenään vaikuttavia asioita pystytään näin ikään kuin niputtamaan yhteen.

Tässä analyysin avulla päästään selville kulttuuriyleisöjen laajemmista mieltymyksistä I. esim. siitä, tapaavatko kevyen musiikin ystävät käydä myös oopperassa vai ovatko he taipuvaisempia osallistumaan toisenlaisiin kulttuuritilaisuuksiin, onko jonkin tyyppisestä museosta pitävällä tapana käydä myös muunlaisissa museoissa, onko kuvataiteen ystävillä taipumusta vierailua myös modernia muotoilua esittelevissä tilaisuuksissa jne.

Tuloksia tulkitaan ns. faktorilatausten avulla. Nyrkkisääntönä voi pitää sitä, että mitä suuremman latauksen (itseisarvo voi vaihdella 0 ja 1 välillä) asia saa faktorilla, sitä enemmän sillä on tekemistä faktorin ilmaisemaan suurempaan kokonaisuuteen. Merkitsevinä pidetään 0,4:n ylittäviä tai sen lähellä olevia latauksia.

Analyysissä löytyi seitsemän toisistaan selkeästi poikkeavaa ulottuvuutta, joista ensimmäiseen liittyvät vahvasti erityyppiset museot, historialliset rakennukset ja monumentit, arkeologiset ja perintökohteet sekä vierailut modernin taiteen gallerioissa. Tämän perusteella ulottuvuudelle annettiin nimi *museo- ja arkkitehtoninen kulttuuri*.

Toiselle faktorille nousivat käynnit kuvataide-, filmi-, kansanmusiikki-, jazz- ja blues festivaalit ja tapahtumissa. Lisäksi niiden yhteyteen sijoittuvat vierailut erilaisissa keskuksissa ja moderniin muotoiluun keskittyvissä taidegallerioissa. Voimakkaan tapahtumiin liittyvän painotuksensa vuoksi faktorin voi katsoa liittyvän *festivaalikulttuuriin*.

Kolmas ulottuvuus sai nimekseen *klassinen kulttuuri*, koska oopperamusiikki ja operetit, klassisen musiikin konsertit sekä baletti ja muut tanssiesitykset painottuvat sillä erityisen voimakkaasti. Niiden lisäksi teatteri ja musikaalivierailut sekä osallistuminen kirjallisuustapahtumiin karakterisoivat omalta osaltaan kyseistä faktoria.

Taulukko 3. Kulttuurin kuluttamisen ulottuvuudet kotimaassa. Faktorilataukset.

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Historiallinen/kansallismuseo	0,63	0,04	0,11	0,09	0,09	0,14	0,01
Kulttuurihistoriallinen museo	0,63	0,18	0,09	-0,01	0,05	0,14	-0,03
Erikoistunut museo	0,57	0,11	0,10	0,10	0,06	0,01	0,02
Historiallinen rakennus/monumentti	0,55	0,03	0,13	0,22	-0,02	0,23	0,07
Taidemuseo	0,53	0,12	0,41	0,03	-0,05	-0,06	0,13
Perintö-/arkeologinen kohde	0,53	0,07	0,03	0,15	0,02	0,23	0,07
Luonnonhistoriallinen museo	0,50	0,12	0,02	0,00	0,41	-0,01	-0,05
Taidegalleria (moderni taide)	0,47	0,33	0,30	0,09	-0,14	-0,26	0,07
Valokuvanäyttely	0,36	0,33	0,22	0,01	-0,01	-0,05	0,27
Kuvataidetahtuma	0,18	0,61	0,20	0,05	-0,04	0,07	-0,04
Muu festivaali	0,03	0,53	0,06	0,06	0,19	0,14	0,11
Filmifestivaali/-tapahtuma	0,03	0,48	0,19	0,00	0,17	0,07	0,21
Kansanmusiikkikonsertti	0,06	0,48	0,02	0,10	-0,10	0,31	0,11
Taidegalleria (moderni muotoilu)	0,41	0,45	0,12	0,05	-0,11	-0,25	0,01
Kulttuurikeskus	0,29	0,45	0,06	0,20	0,16	0,04	-0,07
Tiedekeskus	0,31	0,39	-0,02	0,22	0,19	-0,04	-0,04
Jazz-/bluesonsertti	0,16	0,31	0,29	-0,01	-0,23	0,06	0,16
Ooppera/operetti	0,10	0,08	0,72	0,05	0,09	0,09	-0,13
Klassisen musiikin konsertti	0,20	0,19	0,60	0,07	-0,05	0,06	-0,13
Baletti tai muu tanssiesitys	0,03	0,20	0,54	0,03	0,31	0,01	-0,01
Teatteri/musikaali	0,21	-0,06	0,54	0,09	0,04	0,01	0,33
Kirjallisuustapahtuma	0,12	0,32	0,37	0,03	-0,15	0,14	0,12
Elämäntyylin ja ihmisten kokeminen	0,15	0,11	0,06	0,83	0,03	0,05	0,03
Keittiö	0,14	0,04	0,12	0,79	0,02	0,02	0,12
Perinteinen maalaismiljö	0,11	0,14	0,02	0,71	0,04	0,13	0,03
Sirkus	-0,03	0,13	0,14	-0,06	0,66	0,07	0,18
Eläinpuisto/kasvitieteellinen puutarha	0,18	-0,01	-0,02	0,15	0,62	0,07	0,09
Kiertoajelu	0,28	0,02	0,11	0,07	0,13	0,59	0,08
Opastettu kulttuurikiertokävely	0,32	0,06	0,14	0,13	0,02	0,55	0,01
Pyhiinvaellus	-0,04	0,27	-0,02	0,02	0,02	0,48	-0,06
Pop-/rock-konsertti	0,05	0,14	-0,06	0,04	0,07	-0,10	0,70
Urheilutapahtuma/stadion	0,00	0,06	0,00	0,10	0,13	0,13	0,65

F1 Museo ja arkkitehtonen kulttuuri

F2 Festivaalikulttuuri

F3 Klassinen kulttuuri

F4 Elämäntyylin tarkkailu

F5 Sirkus- ja eläintarhakulttuuri

F6 Kiertoajelukulttuuri

F7 Pop- ja urheilukulttuuri

Neljäs käyttäytymistä yleisemmin halkova suurempi ulottuvuus on selkeästi sellainen, että sitä voi hyvin nimittää *elämäntyylin tarkkailuksi*. Tätä puoltaa mm. se, että elämäntyylin ja ihmisten kokeminen, keittiön tuotteet sekä perinteisessä maalaismiljöössä vieraileminen latautuvat sillä kaikkein voimakkaimmin.

Viides ulottuvuus sulkee sisäänsä vierailut eläinpuistoissa ja kasvitieteellisissä puutarhoissa. Myös sirkuksessa käyminen on vahva osa tätä asiakokonaisuutta. Kun asioille on hankala löytää yhtä, selkeästi kokoavaa termiä, turvaututaan usein voimakkaimpiin faktorilatauksiin. Tätä menetelmää hyödyntäen ulottuvuus sai nimen *sirkus- ja eläintarhakulttuuri*.

Kuudes faktori nimettiin *kiertoajelukulttuuriksi*. Sillä nimittäin latautuvat voimakkaimmin osallistuminen kiertoajeluihin, opastettuihin kulttuurikävelykierroksiin sekä pyhiinvaelluksiin. Seitsemäs ulottuvuus sai nimekseen *pop- ja urheilukulttuuri*, käyminen pop- ja rock-konserteissa ja festivaaleilla sekä vierailut urheilutapahtumissa, stadioneilla sekä muilla vastaavilla urheiluareenoilla saivat voimakkaimman latauksensa tällä faktorilla.

Faktorianalyysillä saadaan siis selville, mitkä asiat liittyvät toisiinsa. Voidaan sanoa, että sillä voidaan päästä selvyteen aineistossa näkymättömissä olevista rakenteista.

Se ei kuitenkaan kerro mitään tutkimukseen osallistuneiden käyttäytymisestä sinänsä. Siksi tarkastella jatkettiin ryhmittelyanalyysillä, pitäen lähtökohtana saavutettuja faktoreita.

Ryhmittelyanalyysissä vastaajajoukko pyritään jakamaan keskenään mahdollisimman samanlaisiin ja suhteessa toisiinsa niin erilaisiin joukkoihin. Käytännössä kyse on siitä, että faktoreiden avulla etsitään mahdollisimman tyypillisiä, kulttuuritarjontaa eri tavoin hyödyntäviä ryhmiä, toisin sanoen segmenttejä. Vastaavaa tekniikkaa käytetään yleisesti sekä kuluttaja- että yhteiskunnallisissakin tutkimuksissa.

Taulukko 4. Kulttuurin kuluttamisen ryhmät.

Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3	Ryhmä 4	Ryhmä 5	Ryhmä 6	Ryhmä 7	Ryhmä 8
1648	1015	456	184	366	622	532	183
36%	20%	9%	3%	6%	13%	11%	4%

Analyysin perusteella löytyi kahdeksan tällaista ryhmää (usein puhutaan myös klustereista). Niistä pienin on kolmen prosentin suuruinen, suurimman kattaessa runsaan kolmasosan koko vastaajajoukosta.

Minkälaisista ihmisistä nämä ryhmät koostuvat? Tähän saadaan selvyttä tarkastelemalla ensinnäkin ryhmien ja faktoreiden välistä suhdetta. Siihen tarjoaa mahdollisuuden seuraavan taulukko 5, johon merkityt luvut kuvaavat kunkin ryhmän saavuttamia keskimääräisiä faktoripistearvoja kullakin ulottuvuudella.

Asiaan liittyy eräänlainen peukalosääntö: mitä *suurempi* (etumerkiltään tietysti *positiivinen*) luku on kyseessä, sitä *voimakkaammin* kyseinen ryhmä hyödyntää faktorin kuvaamaa kulttuuritarjontaa. Vastaavasti, mitä *pienempi* (eli etumerkiltään negatiivinen) luku, sitä enemmän ryhmään kuuluvat tapavat *ottaa etäisyyttä* ulottuvuuden sisältämiin kulttuurin kuluttamisen muotoihin.

Taulukko 5. Ryhmät ja faktorit. Faktoripistetarkastelu.

	Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3	Ryhmä 4	Ryhmä 5	Ryhmä 6	Ryhmä 7	Ryhmä 8
F1 Museo ja arkkitehtonen kulttuuri	-0,51	-0,40	1,55	-0,28	0,37	0,80	-0,34	0,76
F2 Festivaalikulttuuri	-0,07	-0,24	0,09	1,51	0,50	-0,86	-0,19	2,76
F3 Klassinen kulttuuri	-0,36	-0,18	-0,72	-0,52	1,57	0,30	0,43	1,20
F4 Elämäntyylin tarkkailu	-0,34	0,34	0,72	0,26	0,15	-0,08	-0,34	0,10
F5 Sirkus- ja eläintarhakulttuuri	-0,22	-0,30	0,30	-0,30	-1,02	-0,25	1,76	0,95
F6 Kiertoajelukulttuuri	-0,17	-0,27	-0,63	2,48	-0,73	1,11	-0,20	0,35
F7 Pop- ja urheilukulttuuri	-0,64	1,13	-0,40	-0,13	-0,12	-0,02	0,25	0,26
n	1648	1015	456	184	366	622	532	183
osuus kaikista	36%	20%	9%	3%	6%	13%	11%	4%

Kaikki ulottuvuudet tuottavat ensimmäiselle ryhmälle negatiivisia lukuja. Tämä viittaa selkeästi siihen, että ryhmä kuluttaa kulttuuria keskimääräistä selvästi vähemmän. Toinen ryhmä kääntää useimmiten selkensä museoille sekä arkkitehtuurille, mutta on erittäin innostunut pop- ja urheilukulttuurin alaan

liittyvistä tapahtumista. Myös elämäntyylin tarkkailuun liittyvät asiat ovat tälle joukolla, elleivät aivan mieluisia, kuitenkin mielenkiintoa herättäviä.

Kolmas ryhmä on tässä suhteessa selvästi aktiivisempi. Heitä voi sanoa todellisiksi elämäntyylistä ja sen tarkkailusta kiinnostuneiksi. Tämän lisäksi heitä karakterisoi erityinen kiinnostuneisuus museo- ja arkkitehtonisesta kulttuurista.

Neljäs ryhmä koostuu kiertojelukultuurin tarjontaan suorastaan vihkiytyneistä henkilöistä. Festivaalikulttuurin alaan liittyvät asiat ovat toinen tätä joukkoa kiinnostava kulttuurimatkailun lajityyppi. He osoittavat jonkin verran sympatiaa myös elämäntyylin tarkkailulle.

Taulukkoon 5 merkityt viidettä ryhmää koskevat luvut vihjaavat vahvasti, että tämä joukko kääntää selkensä kiertojelukultuurille, mutta hyödyntää melkein päähämien klassisen kulttuurin tarjontaa. Pop- ja urheilukultuurin houkutukset eivät tätä ryhmää liiemmin kiinnosta, vaikkei se varsinaisesti käännä niille selkäänsäkään. Muihin kulttuurityyppeihin ryhmä suhtautuu periaatteessa varsin myönteisesti.

Kuudes ryhmä koostuu ihmisistä, jotka osallistuvat usein sekä kiertojelulle että museo ja arkkitehtonisen kulttuurin tapahtumiin. Lisäksi he suhtautuvat myötämielisesti klassiseen kulttuuriin. Festivaalikulttuuri ei puolestaan juurikaan miellytä heitä.

Seitsemäs ryhmä koostuu ihmisistä, jotka ovat sekoitus sirkus- ja eläintarha- sekä klassista kulttuuria. Pop- ja urheilutapahtumissa heitä näkee joskus, mutta museoissa tai kiertojeluilta harvemmin. Elämäntyylin tarkkailu ja siihen liittyvät kokemukset eivät ole heille kovin tärkeitä.

Taulukko 6. Kulttuurin kuluttamisen ryhmien sosioekonominen rakenne (%).

	Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3	Ryhmä 4	Ryhmä 5	Ryhmä 6	Ryhmä 7	Ryhmä 8	Kaikki
Miehiä	48%	47%	58%	55%	40%	55%	38%	51%	48%
Naisia	52%	53%	42%	45%	60%	45%	62%	49%	52%
Alle 30 -vuotiaat	22%	29%	16%	13%	13%	12%	22%	22%	21%
30-39-vuotiaat	21%	22%	25%	13%	13%	14%	30%	19%	19%
40-49 -vuotiaat	19%	19%	18%	19%	15%	16%	18%	19%	18%
50-59 -vuotiaat	19%	20%	21%	32%	29%	25%	16%	30%	21%
60 enemmän	19%	9%	20%	22%	31%	33%	13%	11%	19%
Pienituloisimmat	26%	19%	14%	16%	19%	18%	19%	16%	20%
Toiseksi pienituloisimmat	25%	21%	22%	24%	25%	24%	21%	29%	23%
Toiseksi suurituloisimmat	29%	32%	29%	41%	24%	27%	33%	19%	30%
Suurituloisimmat	21%	28%	36%	20%	32%	32%	27%	36%	27%
Asuu yksin	20%	21%	21%	14%	34%	17%	13%	20%	20%
Taloudessa kaksi jäsentä	39%	39%	46%	33%	40%	47%	26%	24%	39%
Kolme jäsentä	18%	18%	16%	18%	10%	17%	27%	20%	18%
Neljä jäsentä	16%	15%	12%	25%	11%	13%	22%	26%	16%
Viisi tai enemmän	6%	7%	3%	8%	4%	6%	10%	10%	6%
Saksalaiset	40%	37%	27%	13%	39%	41%	34%	21%	36%
Ranskalaiset	22%	18%	19%	27%	19%	23%	21%	20%	21%
Venäläiset	12%	10%	9%	46%	9%	17%	32%	43%	16%
Ruotsalaiset	3%	6%	4%	3%	6%	2%	2%	1%	3%
Britannialaiset	23%	29%	42%	11%	28%	18%	11%	16%	24%
n	1648	1015	456	184	366	622	532	183	
osuus kaikista	36%	20%	9%	3%	6%	13%	11%	4%	

Ryhmään kahdeksan kuuluvat henkilöt vaikuttavat kulttuurin moniottelijoilta. Kaikkein eniten he saavat pystyessään osallistumaan festivaalikulttuurin liittyviin aktiviteetteihin. Heille on tyypillistä osallistua klassisen kulttuurin tapahtumiin ja aktiviteetteihin. Myös sirkus- ja eläintarha- sekä museo ja arkkitehtoninen kulttuuritarjonta ovat tälle joukolla erittäin tuttuja.

Seitsemäs ja viides ryhmä ovat vahvasti naispainotteisia. Miesten osuus ylittää selvästi keskimääräisen ryhmissä 3, 4 ja 6.

Kyseiset ”naisvaltaiset” viides ja seitsemäs ryhmä eroavat toisistaan siten, että ensin mainittu koostuu iäkkäämmistä, yksin tai jonkin toisen (puolison) kanssa asuvista, kun jälkimmäisen ikärakenne on nuorekkaampi ja talouden koko suurempi (lapsiperheitä?).

Ryhmän #5 jakautuminen eri kansallisuuksiin muistuttaa paljon koko joukon keskiarvoa. Seitsemännessä venäläisten osuus ylittää reilusti keskimääräisen. Myös kahdeksas ryhmä on hyvin venäläisvaltainen. Siitä löytää lisäksi keskimääräistä enemmän omassa maassaan suurituloisimpaan neljänneeseen¹ kuuluvia.

”Miesvaltaisista” neljännen ryhmän jäsenet asuvat usein monihenkisissä talouksissa, kun kaksi muuta ryhmää koostuu enemmän yksi- tai kaksihenkisten talouksien jäsenistä. Jälkimmäisissä saksalaisten osuus korostuu, ensin mainituissa on selvä brittiläinen leima. Neljännessä ryhmästä löytää venäläisiä huomattavasti keskimääräistä enemmän.

Taulukko 7a. Kulttuurin kuluttaminen tyyppittelyn ryhmissä: ryhmät 1-4 (%).

	Ryhmä 1		Ryhmä 2		Ryhmä 3		Ryhmä 4	
	Kotona	Matkalla	Kotona	Matkalla	Kotona	Matkalla	Kotona	Matkalla
<i>Historiallinen/kansallismuseo</i>	14%	27%	19%	33%	73%	58%	37%	45%
<i>Kulttuurihistoriallinen museo</i>	8%	15%	10%	18%	58%	40%	37%	31%
<i>Erikoistunut museo</i>	9%	17%	18%	18%	68%	41%	31%	28%
<i>Historiallinen rakennus/monumentti</i>	19%	40%	32%	53%	80%	74%	71%	64%
<i>Taidemuseo</i>	13%	20%	31%	29%	63%	47%	41%	31%
<i>Perintö-/arkeologinen kohde</i>	6%	21%	13%	28%	58%	51%	39%	50%
<i>Luonnonhistoriallinen museo</i>	6%	10%	7%	13%	60%	30%	22%	22%
<i>Taidegalleria (moderni taide)</i>	3%	6%	13%	12%	45%	30%	23%	16%
<i>Valokuvanäyttely</i>	4%	7%	22%	14%	34%	23%	31%	24%
<i>Kuvataidetaapahtuma</i>	2%	2%	2%	2%	9%	7%	28%	16%
<i>Muu festivaali</i>	4%	4%	9%	6%	12%	10%	33%	26%
<i>Filmifestivaali/-tapahtuma</i>	3%	4%	11%	4%	7%	5%	28%	15%
<i>Kansanmusiikkikonsertti</i>	4%	4%	6%	6%	7%	7%	64%	26%
<i>Galleria (moderni muotoilu)</i>	1%	2%	2%	4%	27%	15%	5%	7%
<i>Kulttuurikeskus</i>	3%	6%	4%	8%	34%	24%	26%	33%
<i>Tiedekeskus</i>	3%	5%	8%	6%	44%	27%	21%	18%
<i>Jazz-/blueskonsertti</i>	3%	3%	9%	4%	7%	4%	21%	13%
<i>Ooppera/operetti</i>	3%	5%	3%	3%	4%	5%	9%	10%
<i>Klassisen musiikin konsertti</i>	6%	6%	4%	4%	14%	11%	18%	27%
<i>Baletti tai muu tanssiesitys</i>	2%	3%	3%	5%	4%	6%	14%	12%
<i>Teatteri/musikaali</i>	17%	19%	61%	31%	42%	26%	42%	36%
<i>Kirjallisuustapahtuma</i>	2%	3%	10%	3%	5%	4%	19%	10%
<i>Elämäntyylin ja ihmisten kokeminen</i>	11%	25%	40%	38%	63%	44%	41%	44%
<i>Keittiö</i>	17%	37%	60%	59%	75%	62%	59%	65%
<i>Perinteinen maaseutumiljö</i>	13%	20%	33%	27%	54%	41%	59%	61%
<i>Sirkus</i>	3%	7%	5%	6%	7%	7%	17%	25%
<i>Eläinpuisto/kasvitieteellinen puutarha</i>	32%	44%	41%	48%	71%	65%	56%	55%
<i>Kiertoaajelu</i>	10%	35%	15%	44%	25%	45%	67%	61%
<i>Opastettu kulttuurikiertokävely</i>	5%	17%	8%	20%	24%	33%	54%	43%
<i>Pyhiinvaellus</i>	-	1%	-	1%	%	2%	50%	32%
<i>Pop-/rock-konsertti</i>	8%	13%	71%	32%	31%	19%	25%	21%
<i>Urheilutapahtuma/stadion</i>	10%	16%	68%	39%	22%	19%	45%	42%

Ryhmät yksi ja kaksi muistuttavat sosioekonomisesti hyvin paljon koko haastateltua joukkoa keskimäärin. Erot niiden välille syntyvät käyttäytymisessä ja intresseissä (ensimmäinen ryhmään osoittau-

¹ Tuloja koskeva kysymys vaihteli maittain. Näistä konstruoiitiin yhdistelmämuuttuja, missä kukin henkilö sijoittui yhteen neljästä luokasta sen mukaan, mitkä hänen ilmoittamansa tulot olivat suhteessa muihin samaa kansallisuutta oleviin. Näin esim. ranskalaiset sijoittuvat suhteessa muihin ranskalaisiin ja ruotsalaiset suhteessa muihin ruotsalaisiin.

tui kulttuurimatkailun näkökulmasta passiiviseksi, toisen ryhmän ottaessa keskimääräistä enemmän osaa erityisesti pop- ja urheilukulttuurin piiriin kuuluviin asioihin). Toisen ryhmän jäsenistä selvästi useampi kuin ryhmään 1 kuuluvista käy sekä urheilutapahtumissa että pop- ja rock-konserteissa.

Taulukko 7b. Kulttuurin kuluttaminen tyypittelyn ryhmissä: ryhmät 5-8 (%).

	Ryhmä 5		Ryhmä 6		Ryhmä 7		Ryhmä 8	
	Kotona	Matkalla	Kotona	Matkalla	Kotona	Matkalla	Kotona	Matkalla
<i>Historiallinen/kansallismuseo</i>	42%	54%	61%	55%	31%	37%	77%	71%
<i>Kulttuurihistoriallinen museo</i>	28%	33%	42%	37%	15%	20%	77%	62%
<i>Erikoistunut museo</i>	42%	30%	39%	34%	23%	22%	68%	48%
<i>Historiallinen rakennus/monumentti</i>	53%	70%	78%	72%	32%	45%	85%	78%
<i>Taidemuseo</i>	90%	65%	56%	44%	36%	29%	90%	82%
<i>Perintö-/arkeologinen kohde</i>	30%	43%	49%	48%	9%	24%	59%	62%
<i>Luonnonhistoriallinen museo</i>	11%	16%	21%	18%	36%	25%	53%	39%
<i>Taidegalleria (moderni taide)</i>	70%	42%	18%	16%	8%	8%	68%	48%
<i>Valokuvanäyttely</i>	53%	34%	25%	15%	19%	15%	76%	53%
<i>Kuvataidetahtuma</i>	31%	10%	2%	3%	1%	2%	81%	33%
<i>Muu festivaali</i>	12%	10%	5%	5%	14%	11%	75%	40%
<i>Filmifestivaali/-tapahtuma</i>	19%	11%	5%	4%	15%	9%	69%	44%
<i>Kansanmusiikkikonsertti</i>	12%	12%	8%	7%	3%	7%	50%	25%
<i>Galleria (moderni muotoilu)</i>	41%	20%	2%	5%	4%	2%	49%	21%
<i>Kulttuurikeskus</i>	16%	22%	7%	14%	9%	10%	68%	46%
<i>Tiedekeskus</i>	19%	10%	6%	9%	12%	8%	63%	29%
<i>Jazz-/blueskonsertti</i>	45%	23%	13%	8%	4%	2%	48%	31%
<i>Ooppera/operetti</i>	48%	27%	21%	14%	20%	12%	62%	34%
<i>Klassisen musiikin konsertti</i>	59%	35%	27%	18%	15%	11%	68%	45%
<i>Baletti tai muu tanssiesitys</i>	28%	14%	8%	7%	30%	16%	57%	32%
<i>Teatteri/musikaali</i>	82%	46%	63%	38%	61%	38%	87%	62%
<i>Kirjallisuustapahtuma</i>	40%	14%	14%	5%	7%	3%	59%	22%
<i>Elämäntyylin ja ihmisten kokeminen</i>	41%	46%	28%	35%	22%	31%	60%	56%
<i>Keittiö</i>	59%	66%	44%	54%	34%	51%	65%	77%
<i>Perinteinen maaseutumiljö</i>	34%	35%	28%	25%	21%	25%	51%	49%
<i>Sirkus</i>	3%	6%	9%	9%	72%	40%	49%	32%
<i>Eläinpuisto/kasvitieteellinen puutarha</i>	22%	39%	48%	48%	87%	73%	68%	70%
<i>Kiertoaajelu</i>	19%	49%	72%	65%	27%	45%	58%	63%
<i>Opastettu kulttuurikiertokävely</i>	16%	37%	62%	44%	14%	20%	57%	51%
<i>Pyhiinvaellus</i>	-	1%	1%	3%	%	3%	6%	8%
<i>Pop-/rock-konsertti</i>	34%	17%	23%	15%	38%	26%	55%	34%
<i>Urheilutapahtuma/stadion</i>	21%	14%	28%	25%	42%	27%	55%	46%

Tämä käy ilmi taulukosta 7a. Siihen ja taulukkoon 7b on merkitty eri ryhmiin kuuluvien kulttuurin kuluttamistavat niin kotimaassa (ryhmittelyhän perustuu tähän) kuin ulkomaanmatkoillakin. Kulttuurimatka-kohteet ja -aktiviteetit on ryhmitelty faktorianalyysin mukaan: ylimpänä taulukossa ovat ensimmäisellä faktorilla latautuneet kohteet ja aktiviteetit, toiseksi ylimmässä toiselle faktorille ryhmittyneet jne.

Näin voidaan täydentää ja tarkentaa taulukossa 3 esitettyä. Toisaalta nyt voidaan tarkastella, missä määrin kutakin ryhmää parhaiten kulttuurin kotimaan kuluttamistavat karakterisoivat heidän valintojaan ulkomaanmatkoilla.

Ryhmään 1 kuuluvista 32 prosenttia on käynyt kotimaassaan eläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa, mutta 44 prosenttia on toiminut vastaavasti ulkomaanmatkoillaan. Tämän ryhmän kiertoaajeluja kohtaan tuntema kiinnostus on vahvistunut 10:stä 35 prosenttiin, kun on lähdetty ulkomaanmatkalle, vierailut historiallisissa rakennuksissa 19:stä 40 prosenttiin.

Toiseen ryhmään kuuluvat käyvät lomamatkoillaan pop- ja urheilukulttuurin tapahtumissa vähintään yhtä usein kuin muiden ryhmien jäsenet. Silti heidän aktiivisuutensa on matkaillessa selvästi laimeampaa kuin kotioloissa. Sama pätee heidän teatteri ja musikaalikäynteihinsä.

Elämäntyylin tarkkailu paikallisen tunnelman ja tapojen aistimisineen sekä keittiön hienouksien testaamisineen taas kuuluu heidän tapoihinsa yhtä olennaisesti ulkomaanmatkoilla kuin kotimaassakin. Matkalla oleminen innostaa heitä käymään kansallis- /historiallisessa museossa tai historiallisissa rakennuksissa ja monumenteilla tavanomaista enemmän.

Kolmas, erityisesti museo- ja arkkitehtonisen kiinnostuksensa johdosta erottuva ryhmä, osallistuu ulkomailla ollessaan kulttuuriaktiviteetteihin hieman vähemmän kuin kotimaassa ollessaan. Heidän tapauksessaan tämä on ymmärrettävää. Kiinnostuksen kohteita on paljon, eikä lomamatkoilla – vaikka niitä olisi enemmänkin – tietenkään välttämättä ehdi osallistua yhtä moneen aktiviteettiin tai vieraila yhtä monenlaisissa paikoissa kuin kotioiloissa.

Siihen nähden heidän aktiivisuuttaan lomamatkoilla voi pitää aikamoisena. Enemmistö on käynyt kohdemaan kansallis- tai historiallisessa museossa, historiallisella monumentilla tai rakennuksessa sekä arkeologisessa tai perintökohteessa. Lisäksi 47 prosenttia kertoi vierailleensa viimeisimpien lomamatkojensa aikana taidemuseossa.

Toinen tälle ryhmälle tyypillinen piirre oli elämäntyylin tarkkailu. Tästä aihepiiristä erityisesti tutustuminen kohdemaan ruokakulttuurin ja keittiön antimisiin (65 %) oli ollut ulkomaanmatkojen aikana suositua. Lisäksi kolmannen ryhmän jäsenet olivat matkoillaan aktivoituneet käymään kiertojelulla.

Vaikka kolmannen ryhmän kulttuuriaktiivisuus vähenee jonkin verran lomamatkoilla, sen pysyvyys on silti avain toista luokkaa kuin neljännen ryhmän. Tämä festivaalikulttuurille ystävällismielisen joukon käyttäytymistä kuvaa hyvin esim. se yksityiskohta, että kun heistä 64 prosenttia oli käynyt kotimaassaan kansanmusiikkifestivaalilla tai konsertissa, vain 26 prosenttia on tehnyt niin ulkomaanmatkalla.

Neljättä ryhmää karakterisoiva tapa osallistua kiertojelulle sisältyy ulkomailla yhtä usein heidän ohjelmaansa kuin kotimaassakin. Kulttuurisisältöiselle opastetulle kiertokävelyllä osallistutaan matkalla harvemmin kuin kotona. Siitä huolimatta tämän ryhmän jäsenet lukeutuvat ulkomailla innokkaimpaan ”kävelyjoukkoon”.

Klassiseen kulttuuriin vihkiytyneen viidennen ryhmän jäsenet muuttavat käyttäytymistään varsin paljon lähtiessään kulttuurimatkalle ulkomaille.

Heidän klassista kulttuuria koskeva aktiivisuutensa putoaa noin puoleen tavanomaisesta, olipa kyse esim. oopperasta, baletista, klassisen musiikin konsertista tai teatterista. Ulkomailla ollessaan he kuitenkin käyvät tavanomaista enemmän kiertojelulla, historiallisissa ja kansallismuseoissa, historiallisissa rakennuksissa ja monumenteilla sekä paikallisissa tai Unescon perintökohteissa.

Kuudenteen ryhmään kuuluvat osallistuvat ulkomaan matkoillaan käytännössä yhtä innokkaasti kiertojeluille kuin kotimaassakin. Kulttuuriaiheet tai arkkitehtuuriin liittyvät opastetut kävelyretket eivät tule kyseeseen aivan yhtä usein. Kyseessä kuitenkin on sellaisille ulkomaan matkojensa aikana toiseksi innokkaimmin osallistuva joukko.

Tämä ryhmä poimii museo- ja arkkitehtonisen kulttuurin tarjonnasta sitä eniten miellyttävät kohteet. Mennessään ulkomaille he etsiytyvät niihin käytännössä yhtä usein kuin kotimaassakin. Ruokakulttuuri on heille omassakin maassa varsin mieluisen tutustumiskohde, ja ulkomailla into entisestään kasvava.

Seitsemäs ryhmä erottuu joukosta sirkus- ja eläintarhakulttuuria kohtaan tuntemansa mieltymyksen johdosta. Käynnit eläinpuistoissa ja kasvitieteellisissä puutarhoissa ovat yhtä yleisiä kotona ja matkoilla. Sirkusvierailut putoavat melkein puoleen tavanomaisesta. Silti tämä ryhmä käy ulkomaanmatkoilla

useammin sirkuksessa kuin mikään muu ryhmä. Heitä kotimaassa kovasti kiinnostavissa teatteri- ja musikaaliesityksissä käydään ulkomaanmatkojen aikana selvästi vähemmän. Ruokakulttuuri sen sijaan herättää tässäkin ryhmässä enemmän intoa matkoilla kuin kotona.

Kahdeksannelle ryhmälle on tyypillistä hyödyntää kotona aktiivisesti festivaali- ja klassisen kulttuurin tarjontaa. Ulkomailla niihin tutustutaan selvästi harvemmin, mutta muuhun joukkoon verrattuna silti selvästi aktiivisemmin. Sirkus- ja eläintarhakulttuurin osalta heidän tottumuksissaan ei tapahdu matkaillessa muutoksia.

Kahdeksas ryhmä on hyvin aktiivinen museo- ja arkkitehtonisen kulttuurin ystävä, ja ryhmän jäsenet käyvät ulkomailla siihen liittyvissä vierailupaikoissa yhtä paljon kuin kotimaassakin.

Tyypittelyssä syntyneet ryhmät nimetään usein, vaikka riskinä onkin nimitysten liian yksioikoinen tulkitseminen. Ryhmälle annettava nimitys on aina hyvin yksiviivainen ja yksinkertaistava verrattuna sen todelliseen monimuotoisuuteen. Lähes poikkeuksetta nimitys alkaa elää omaa elämäänsä ja saa sisältöä kunkin reflektoidessa nimitystä omaan käsitykseensä/ennakkoluuloihinsa nimitykseen itseensä, ei niinkään sen empiiriseen sisältöön.

Tyypillisesti ryhmien nimityksiin haetaan perusteita ryhmiin kuuluvien henkilöiden sosioekonominen taustasta sekä keskimääräisestä käyttäytymisestä. Jos ryhmät tässä haluttaisiin nimetä (mikä tehdään, kuitenkin käyttämättä nimityksiä sen enempää) ja kun kulttuurin kulutustapoihin yhdistää ryhmien ikä- ja sukupuolijakautumat sekä kotimaan, voidaan päätyä esim. seuraavaan lopputulemaan:

- ryhmä 1 – ”Kulttuuripassiiviset keskiarvomatkailijat”,
- ryhmä 2 – ”Pop- ja urheilukulttuuria painottavat”,
- ryhmä 3 – ”Anglosaksisesti painottuneet museokulttuurin ystävät”,
- ryhmä 4 – ”Slaavialaisesti painottuneet kiertoajelu- ja festivaalituristit”,
- ryhmä 5 – ”Keskieurooppalaiset varttuneet klassisen kulttuurin harrastajat”,
- ryhmä 6 – ”Hyvinvoivat kiertoajelujen ystävät”,
- ryhmä 7 – ”Sirkuskulttuurista pitävät äidit”,
- ryhmä 8 – ”Kulttuurimatkailuaktiiviset”

4.2 Suomen matkailun keskeiset kohderyhmät

MEK on määritellyt Suomeen kohdistuvan kulttuurimatkailun keskeisen kohderyhmän (millä nimellä kyseistä ryhmää tässä tutkimuksessa myös kutsutaan). Kyse on siitä, että tiettyjen ihmisen arvomaailman sisältävien elementtien ajatellaan muodostavan yksilöiden ajatteluun kulttuurimatkailulle suotuisan kanavan. Ajatuksena on, että mieleltään juuri tietyllä tavalla rakentuvat ihmiset ovat erityisen kulttuurimatkailumyönteisiä ja muodostavat siten tarjoajan kannalta kaikkein parhaan ja houkuttelevimman ryhmän.

Tämän tutkimuksen yhteydessä tarjoutui mahdollisuus testata kohderyhmävalinnan onnistumista. Käytännössä toimittiin siten, että kyseinen ryhmä erotettiin muusta joukosta kahdentoista väittämän avulla. Kyllä-vastauksen antaminen vaikutti siten, että henkilö siirtyi kohderyhmäksellään pykälän kohti sitä päätä, johon kyseiset ihmiset kasautuvat (akselin muodostavat kysymykset ja joukon jakautuminen sillä ovat raportin liitteenä).

Teoreettisesti kunkin vastaajan saama pistearvo saattoi siten vaihdella nollan (hän ei tunnistanut yhtäkään kyseisistä luonteenpiirteistä itsessään) ja kahdentoista (jokainen piirre tuntui tutulta) välillä.

Lähinnä jälkimmäistä päätä sijoittuneet ovat niitä henkilöitä, jotka muodostavat Suomeen kohdistuvalle kulttuurimatkailulle keskeisen kohderyhmän. Ryhmän koko on 18 prosenttia.

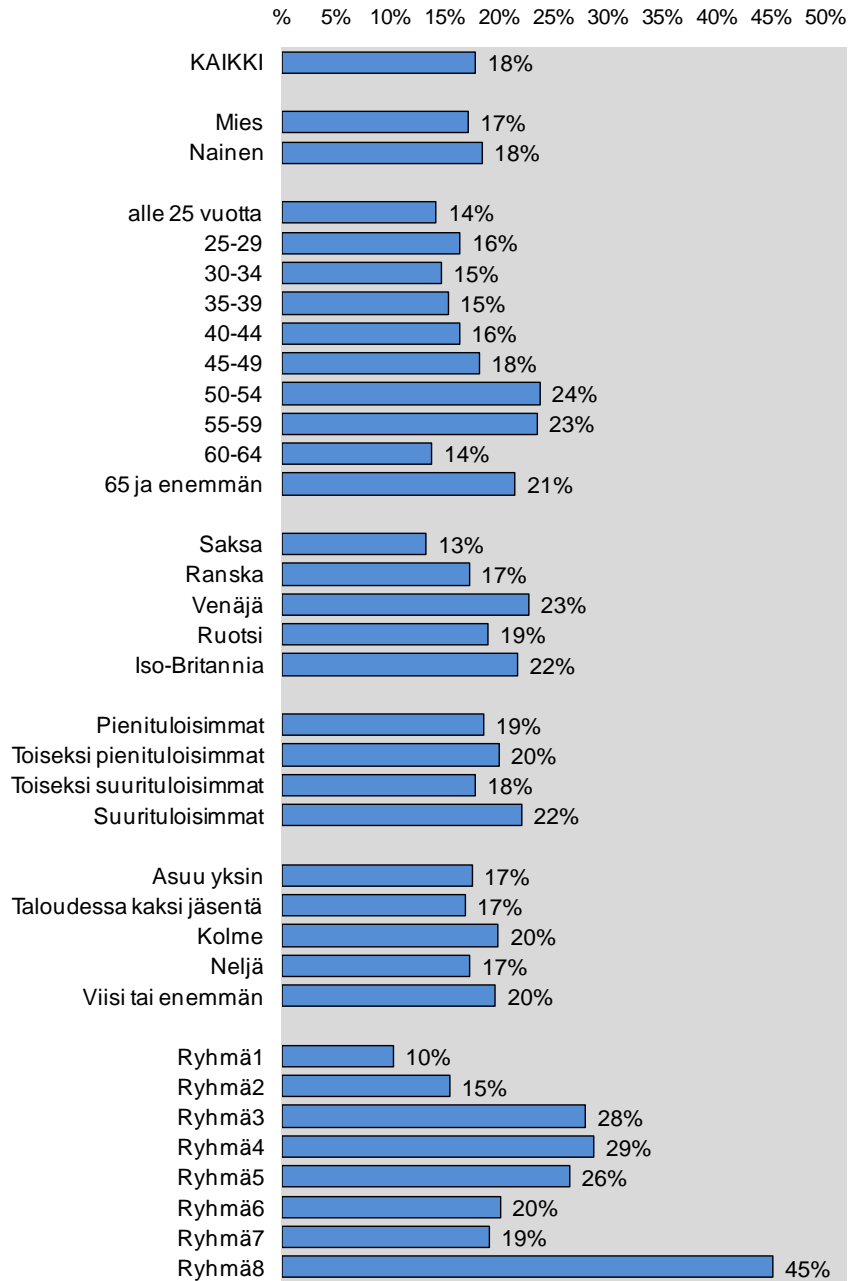
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOHOEET:
kaikki versus kulttuurimatkailun tärkein kohderyhmä (%)



Oheisen kuvion perusteella kohderyhmäanalyysi on osunut oikeaan. Tärkein kohderyhmä on kuluneen kolmen vuoden aikana tekemillään ulkomaanmatkoilla vierailut keskimääräistä huomattavasti

useammin kaikissa kyseeseen tulevista vierailupaikoissa ja on ottanut aktiivisemmin osaa kaikkiin mahdollisiin kulttuurimatkailuaktiviteetteihin.

SUOMEEN KOHDISTUVAN KULTTUURIMATKAILUN
KESKEINEN KOHDERYHMÄ (%)



Näyttää siis siltä, että kulttuurimatkailun ja yksilöiden arvomaailman rakentumisen välillä on yhteys. Sellaisen löytää myös kohderyhmän ja konstruoitujen ryhmien eli kulttuurimatkailun eri elementtien kotimaisen kuluttamisen välille.

Ryhmässä 8 keskeiseen kohderyhmään kuulumisen on 2,5 keskimääräistä yleisempää. Myös kolmannesta, neljännestä ja viidennestä ryhmästä löytää useita tähän joukkoon kuuluvia..

Kuuluminen Suomeen kohdistuvan kulttuurimatkailun kannalta keskeiseen kohderyhmään ei ole kummankaan sukupuolen yksinoikeus: sekä naisista että miehistä löytää monta joukon jäsentä.

Keskimääräistä useampi 50 - 59-vuotias lukeutuu heihin. 60 – 64 -vuotiaista heitä löytää jonkin verran vähemmän, mutta 65 vuotta täyttäneistä taas hieman enemmän kuin koko joukosta keskimäärin. Vaikka myös nuorissa on ajattelutavan omaksuneita, kohderyhmällä on silti tietty keski-ikäisyyden leima.

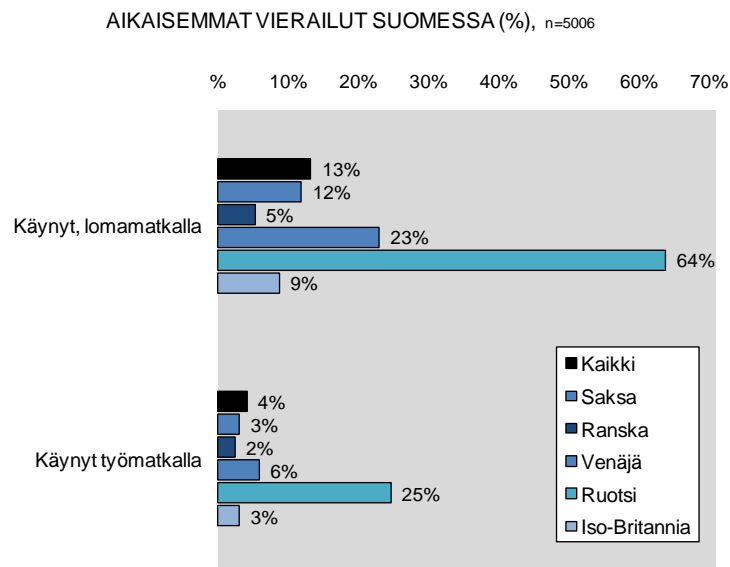
Tutkimukseen osallistuneista kansallisuuksista saksalaisia ja ranskalaisia kuuluu kohderyhmään suhteellisesti ottaen hieman vähemmän kuin ruotsalaisia, brittejä ja varsinkin venäläisiä.

5 Suomeen suuntautuva kulttuurimatkailu

5.1 Tehdyt matkat

Kolmetoista prosenttia tutkimukseen osallistuneista kertoi käyneensä aikaisemmin Suomessa lomamatkalla. Maamme on ollut kohteena neljän prosentin työmatkalla.

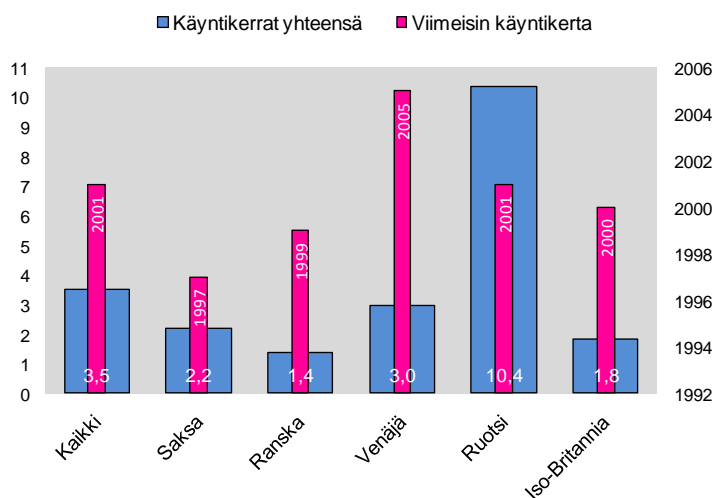
Maakohtaiset erot ovat (arvattavastikin) huomattavat. Ruotsalaisilla on ollut ”asiaa” Suomeen huomattavasti useammin kuin muilla kansallisuuksilla. Venäläiset ovat toinen erottuva joukko. He ovat tehneet muita huomattavasti useammin lomamatkoja Suomeen. Saksalaiset sijoittuvat koko joukon keskiarvon lähelle. Britit ja etenkin ranskalaiset erottuvat siksi, että ovat vierailleet Suomessa muita harvemmin.



Kuviossa esiintyviä lukuja tulkitessa on syytä muistaa, että ne koskevat kunkin vastaajan elinikäisiä matkoja eli sisältävät sekä kaikkein tuoreimman että jo tuonneppana tapahtuneen matkustamisen.

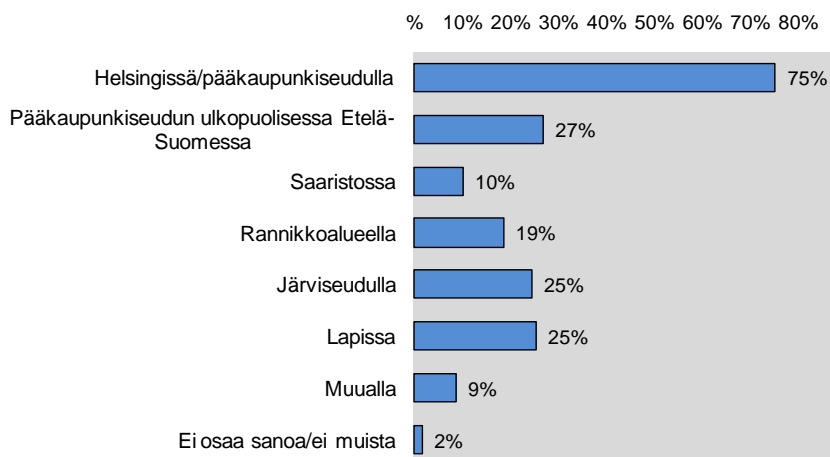
Tutkimuksessa ei varsinaisesti puututtu vastaajien Suomeen suuntaaman matkailun historiaan, vaikka tuoreimman matkan ajankohtaa ja käyntikertojen yhteenlaskettua määrää kysyttiin. Koko joukko oli käynyt maassamme 3,5 kertaa, viimeisimmän matkan ajoituksessa vuoteen 2001.

AIKAISEMMAT VIERAILUT SUOMESSA (% Suomessa käyneistä), n=793



Venäläisten kokemukset Suomesta olivat joukon tuoreimmat. Tosin heidän käyntikertojensa määrä ylittää vain kolmeen. Ruotsalaiset ovat elämänsä aikana vierailleet maassamme selvästi useammin kuin muut kansallisuudet eli keskimäärin melkein kymmenen ja puoli kertaa. Ruotsalaisten tuorein vierailu maahan kuitenkin ajoittuu jo muutaman vuoden taakse.

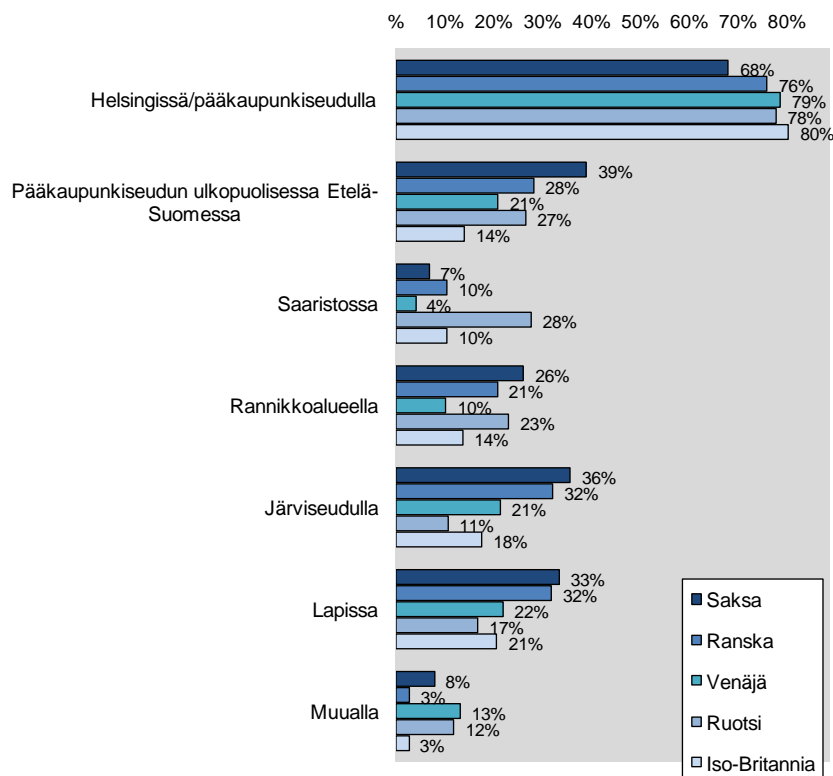
Saksalaisten, britannialaisten ja ranskalaisten tekemien vierailujen määrä on selvästi pienempi kuin ruotsalaisten ja venäläisten. Brittien tuorein matka Suomeen on tapahtunut vuonna 2000. Saksalaisilla ja ranskalaisilla se ajoittuu 1990-luvun puolelle.

ALUEET, JOILLA KÄYNYT SUOMESSA
(% Suomessa käyneistä), n=793

Kolme neljästä Suomessa käyneessä on vierailut pääkaupunkiseudulla. Joka neljännen matka on yltänyt Suur-Helsingin ulkopuoliseen eteläiseen Suomeen, järviseudulle tai Lappiin. Saaristossa on käynyt joka kymmenes maassamme vierailut, rannikkoalueella joka viides. Yhdeksän prosenttia on matkustanut muissa kuin edellä mainituissa maamme osissa.

Jokaisesta tutkitusta maasta tulleiden enemmistöjen tiet ovat vienneet Helsinkiin ja sitä ympäröivälle metropolialueelle.

ALUEET, JOILLA KÄYNYT SUOMESSA (% Suomessa käyneistä), n=793



Saksalaiset ja ranskalaiset ovat keskimääräistä useammin suunnanneet matkansa myös maan muihin osiin, varsinkin järviseudulle ja Lappiin sekä saksalaiset pääkaupunkiseudun ulkopuoliseen Etelä-Suomeen. Voidaankin ajatella, että koska he käyvät Suomessa harvemmin, matkalla halutaan saman tien tutustua myös muihin paikkoihin kuin pelkästään Helsinkiin.

Brittien osalta tilanne taas on päinvastainen. Suomesta vierailleista britannialaisista keskimääräistä suurempi osa on käynyt pääkaupunkiseudulla, keskimääräistä harvempi sen ulkopuolella. Ruotsalaisien tottumukset ovat muuten lähellä koko joukon keskimäärää, mutta saaristoon (Ahvenanmaalle?) heitä on matkustanut huomattavasti suurempi osa kuin minkään muun neljän maan Suomen-vieraista.

Taulukko 8. Kohderyhmän ja kulttuurin kuluttamisen ryhmien matkat Suomeen (%).

Kohde-ryhmä	Kohde-ryhmä								Kaikki	
	Ryhmä1	Ryhmä2	Ryhmä3	Ryhmä4	Ryhmä5	Ryhmä6	Ryhmä7	Ryhmä8		
Käynyt Suomessa yhteensä	3,9	3,1	4,8	3,1	3,0	5,6	2,6	2,6	3,5	3,5
Viimeisin käyntikerta	2001	2001	2001	1998	1998	2001	1998	2001	2006	2001
Helsingissä/pääkaupunkiseudulla	78%	63%	72%	76%	88%	86%	85%	80%	83%	75%
Pk-seudun ulkop. Etelä-Suomessa	28%	27%	28%	23%	26%	34%	24%	25%	30%	27%
Saaristossa	14%	8%	13%	16%	11%	9%	9%	4%	19%	10%
Rannikkoalueella	21%	19%	20%	16%	22%	24%	17%	13%	19%	19%
Järviseudulla	28%	23%	23%	30%	18%	21%	26%	23%	37%	25%
Lapissa	26%	26%	23%	20%	26%	19%	28%	30%	34%	25%
Muualla	13%	8%	8%	6%	20%	7%	8%	12%	9%	9%

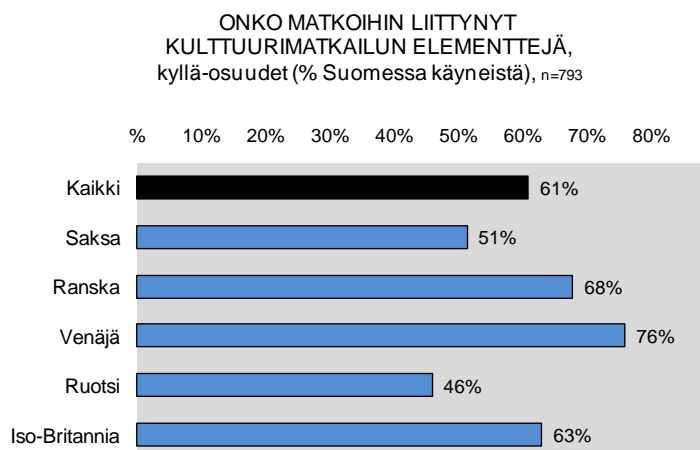
Kulttuurimatkailun keskeisen kohderyhmän Suomeen suuntutuneiden aikaisempien vierailuiden lukumäärät, ajankohdat tai maantieteelliset kohteet eivät eroa keskimääräisen Suomi-turistin kertomasta.

Kulttuurin kuluttamisen ryhmistä #2 ja #5 erottuvat, koska niihin kuuluvat ovat käyneet maassamme keskimääräistä useammin. Näistä jälkimmäiset ovat pysytelleet keskimääräistä useammin pääkaupunkiseudulla.

Ryhmään 8 kuuluvien viimeisin matka Suomeen on huomattavasti tuoreempi kuin muilla, vuodelta 2006. Tästä ryhmästä keskimääräistä useampi on käynyt Helsingissä, mutta myös järvisuudella ja Lapissa.

5.2 Suomeen suuntautuvan kulttuurimatkailun erityispiirteet

Kaikkiaan 61 prosenttia Suomessa vierailleista kertoi, että heidän matkoihinsa oli liittynyt kulttuurimatkailun elementtejä. Kun heitä pyydettiin luonnehtimaan, minkälaisista asioista oli ollut kyse, tyypillisesti viitattiin sellaisiin kohteisiin ja asioihin kuten museot, kansallisesti tärkeät kohteet, vanha rakennus, teatteri, kirkot, konsertit, taidemuseot, kiertoajelut, kulttuurikeskukset, arkkitehtuuri, suomalaisen perheen luona asuminen ja oleminen sekä heidän ymmärtämisensä.



Venäläiset olivat omasta mielestään sisällyttäneet matkoihinsa huomattavasti enemmän kulttuurimatkojen piirteitä kuin muut. Tässä suhteessa toiseksi aktiivisimmiksi osoittautuivat ranskalaiset. Kaikkein vähiten kulttuurimatkailun piirteistä raportoivat saksalaiset ja varsinkin ruotsalaiset (30 prosenttiyksiköä vähemmän kuin venäläiset), brittien edustaessa tässä suhteessa koko joukon keskiarvoa.

Sitten Suomessa käyneille vastaajille esitettiin jo tutuksi käynyt lista kulttuurimatkailun erilaisista kohteista sekä aktiviteeteista ja pyydettiin valitsemaan niistä kaikki heidän tapauksessaan kyseeseen tulleet.

Tämän seurauksena Suomeen tehtyjen matkojen kulttuurimatkailullisuuden voi sanoa vahvistuneen. Vain 14 nimittäin totesi, ettei ollut tehnyt yhtäkään listassa mainittua asiaa Suomessa vieraillessaan. Kun tähän lisätään se kolme prosenttia, joka ei enää muistanut, mitä oli tehnyt maassamme, havaitsee, että kysymystyyppiä vaihtamalla kulttuurimatkailun piirteet yleistyivät 22 prosenttiyksiköllä (61:stä 83 prosenttiin).

Annetut vastaukset näkyvät seuraavan sivun kuviossa. Siihen on merkitty myös (siniset pylväät), missä kulttuurimatkakohteissa vastaajat ovat käyneet viimeisillä ulkomaanmatkoillaan yleensä.

SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
Suomeen tehdyt versus kulttuurimatkailu yleensä (%)



Kuvion pylväät perustuvat vain osittain samoista henkilöistä perustuvien ryhmien vastauksiin, eivätkä siten ole aivan suoraan vertailukelpoisia. Siitä huolimatta kuvion perusteella syntyy mielikuva, että verrattuna tutkimukseen osallistuneiden tekemiin kulttuurimatkoihin yleensä, Suomeen tehtävien matkojen kulttuurimatkailullinen profiili vaikuttaa huomattavasti ohuemmalta.

Tällaiseen ajatukseen johtaa mm. havainnot kulttuurimatkailejoiden tekemistä vierailuista historiallisissa rakennuksissa tai monumenteilla, heidän käynneistään kasvitieteellisessä puutarhassa tai eläin-/merieläinpuistoissa, vierailuista perintökohteissa tai arkeologisesti tärkeissä paikoissa, urheilutapahtumissa tai stadionilla, teatterissa, musikaalissa tai popmusiikin alaan liittyvässä konsertissa tai festivaalilla.

Kaikki edellä mainitut ovat olleet Suomeen suuntautuvilla matkoilla suhteellisesti ottaen vähemmän hyödynnettyjä mahdollisuuksia kuin kulttuurimatkoilla yleensä. Kyseessä on se osa tarjontaa, missä ero Suomessa ja muissa maissa vietetyillä lomilla on kaikkein suurin.

Muutaman muunkin vastaavan suuntaisen esimerkin voi mainita. Vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa sekä taidemuseoissa ovat olleet Suomen matkalla tavanomaista harvinaisempia. Myös kiertoajeluilla käydään Suomessa harvemmin kuin muihin maihin suuntautuvilla kulttuurimatkoilla.

Sen sijaan opastetut kiertokävelyt kuuluvat täällä suhteellisesti ottaen yhtä useaan ohjelmaan kuin muuallakin.

Maakohtaiset tulokset käyvät ilmi raportin liitteenä olevista graafisista esityksistä. Yhteenvedon omaisesti niistä voi todeta mm. seuraavan.

saksalaiset

Saksalaiset osoittautuivat melkeinpä joka suhteessa melko passiivisiksi Suomen kulttuurimatkaileutaron hyödyntäjiksi. Poikkeuksen sääntöön muodostaa heidän intonsa kokeilla suomalaisia ruokia ja suomalaisen keittiön tuotteita. Pyrkimykset päästä kosketuksiin suomalaisten kanssa ja halukkuus tutustua maamme elämäntyylisiin ovat yhtä voimakkaat kuin koko joukolla keskimäärin.

ranskalaiset

Ranskalaisten ja saksalaisten tapa tarttua kulttuurimatkaileulliseen tarjontaan Suomessa on monella tavalla samanlainen. Kuitenkin jonkin verran useampi ranskalainen kuin saksalainen on käynyt esim. taide-, historiallisissa tai kansallismuseoissa sekä teatterissa ja musikaaleissa. Kiertoajelut eivät ole innostaneet ranskalaisia aivan yhtä paljon kuin heidän itänaapureitaan.

venäläiset

Venäläisten Suomeen tekemiin matkoihin on sisältynyt paljon vierailuja kulttuuri-kohteisiin ja osallistumista kulttuuriaktiiviteetteihin. He ovat olleet lähes joka suhteessa tutkitun joukon aktiivisimpia. Kaikkein selvimmin he erottuvat muista kansallisuuksista, koska ovat olleet erityisen kiinnostuneita osallistumaan ohjatuille kiertokävelyille ja kiertoajeluille, vierailemaan historiallisessa tai kansallismuseossa. Lisäksi suomalainen keittiö ja maaseutu ovat kiinnostaneet heitä keskimääräistä enemmän.

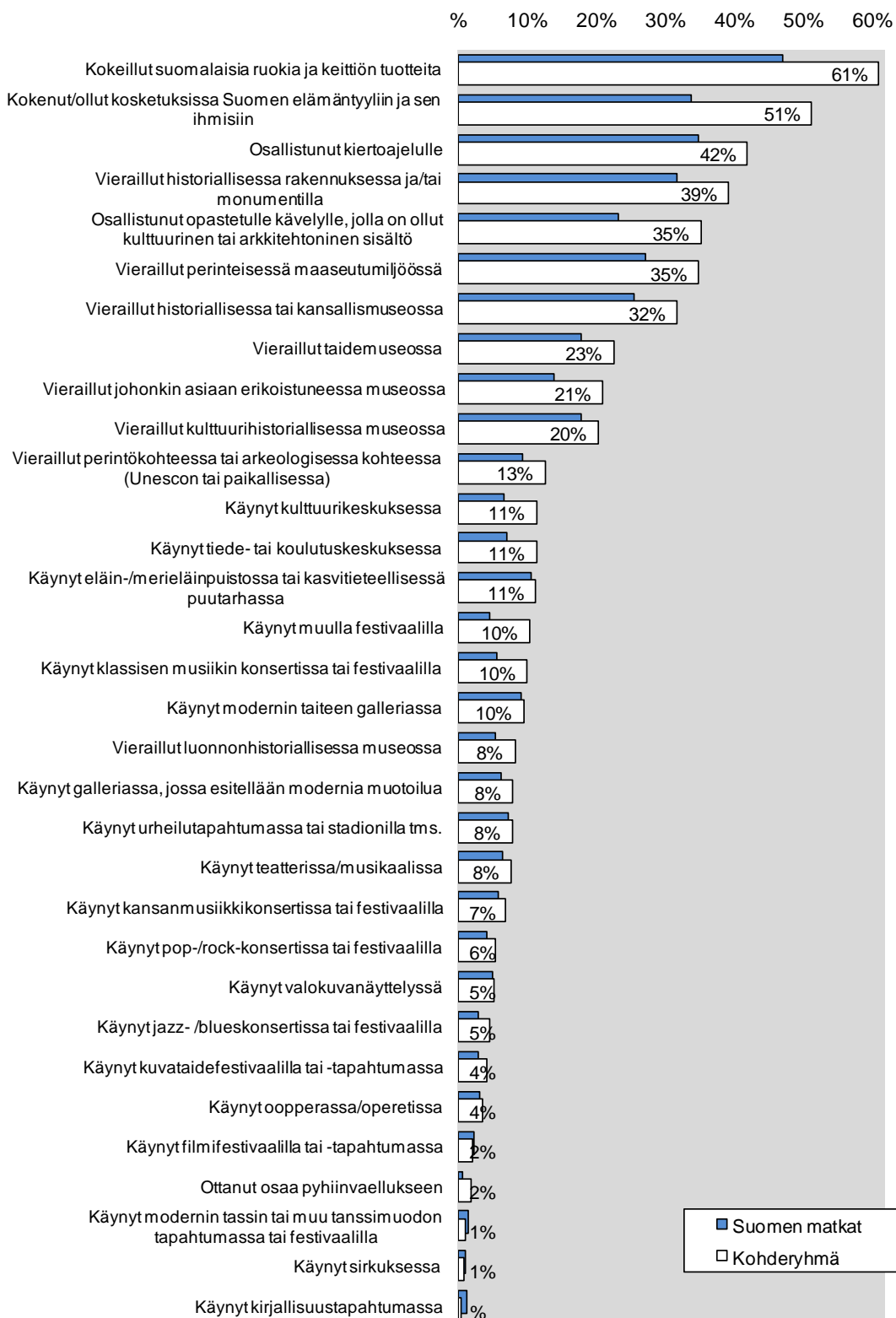
ruotsalaiset

Länsinaapuriamme Suomen vierailuihin on kuulunut suhteellisen vähän kulttuurimatkaileullisia elementtejä tai ainakin niitä on ollut vähemmän kuin muilla. He ovat kyllä osallistuneet kiertoajeluille siinä missä muutkin, mutta varsin harvoin ohjatuille kävelyretkille. Heistä keskimääräistä selvästi pienempi osa kertoo pyrkineensä kosketuksiin suomalaisen elämäntyylin ja suomalaisten kanssa. Heidän intonsa vierailla maamme museoissa ei sekään yllä kovin korkealle tasolle.

britannialaiset

Isosta-Britanniasta Suomeen matkustaneet kulttuurimatkaileijat ovat kokeilleet meikäläisiä ruokia suhteellisen usein. Heillä on myös ollut pyrkimys päästä kosketuksiin suomalaisten elämäntyylin ja ihmisten kanssa. Suomessa matkailleet britannialaiset ovat suhteellisen usein käyneet historiallisessa tai kansallismuseossa sekä taide- ja kulttuurihistoriallisissa museoissa. Vain venäläiset ovat ottaneet brittejä aktiivisemmin osaa kiertoajeluille tai opastetuille kulttuurikävelykierroksille.

SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet: Kohderyhmä versus Suomeen tehdyt matkat yleensä (%)



Arvomaailmaltaan keskeisen kohderyhmän muodostavat ovat olleet keskimääräistä Suomen-vierasta aktiivisempia kulttuurimatkailutarjontamme hyödyntäjiä. Varsinkin maamme ruokakulttuuriin ja elämäntyyliin tutustuminen on kuulunut kohderyhmän ohjelmaan suhteellisen usein.

Kyseisen joukon kulttuurimatkailutarjonnan kulutuksen profiili muistuttaa pääpiirteissään keskimääräisen tämän tutkimuksen kohderyhmään kuuluvan käyttäytymistä Suomessa. Suosituimmat aktiviteetit ovat vain tulleet suhteellisesti ottaen hieman useammin kyseeseen.

Taulukoihin 9a ja 9b puolestaan on kerätty tietoa tyypittelyn eri ryhmien käyttäytymisestä Suomeen kohdistuneilla vierailuilla ja viime aikoina tehdyillä ulkomaanmatkoilla.

Taulukko 9a. Tyypittelyn eri ryhmien Suomeen tekemien matkojen kulttuurimatkailusisällöt: ryhmät 1-4 (%).

	Ryhmä 1		Ryhmä 2		Ryhmä 3		Ryhmä 4	
	Suomessa	Ulkomailla	Suomessa	Ulkomailla	Suomessa	Ulkomailla	Suomessa	Ulkomailla
<i>Historiallinen/kansallismuseo</i>	13%	27%	17%	33%	28%	58%	56%	45%
<i>Kulttuurihistoriallinen museo</i>	12%	15%	16%	18%	17%	40%	26%	31%
<i>Erikoistunut museo</i>	12%	17%	17%	18%	13%	41%	21%	28%
<i>Historiallinen rakennus/monumentti</i>	18%	40%	28%	53%	43%	74%	67%	64%
<i>Taidemuseo</i>	14%	20%	11%	29%	22%	47%	15%	31%
<i>Perintö-/arkeologinen kohde</i>	4%	21%	5%	28%	14%	51%	11%	50%
<i>Luonnonhistoriallinen museo</i>	4%	10%	4%	13%	6%	30%	10%	22%
<i>Taidegalleria (moderni taide)</i>	3%	6%	7%	12%	4%	30%	29%	16%
<i>Valokuvanäyttely</i>	3%	7%	8%	14%	2%	23%	3%	24%
<i>Kuvataidetahtuma</i>	1%	2%	3%	2%	%	7%	4%	16%
<i>Muu festivaali</i>	4%	4%	2%	6%	2%	10%	11%	26%
<i>Filmifestivaali-/tahtuma</i>	2%	4%	1%	4%	2%	5%	7%	15%
<i>Kansanmusiikkikonsertti</i>	2%	4%	2%	6%	3%	7%	41%	26%
<i>Galleria (moderni muotoilu)</i>	3%	2%	6%	4%	3%	15%	12%	7%
<i>Kulttuurikeskus</i>	2%	6%	4%	8%	15%	24%	9%	33%
<i>Tiedekeskus</i>	7%	5%	5%	6%	13%	27%	15%	18%
<i>Jazz-/blueskonsertti</i>	3%	3%	2%	4%	1%	4%	7%	13%
<i>Ooppera/operetti</i>	1%	5%	1%	3%	1%	5%	3%	10%
<i>Klassisen musiikin konsertti</i>	3%	6%	2%	4%	1%	11%	8%	27%
<i>Baletti tai muu tanssiesitys</i>	1%	3%	1%	5%	2%	6%	3%	12%
<i>Teatteri/musikaali</i>	5%	19%	7%	31%	2%	26%	14%	36%
<i>Kirjallisuustapahtuma</i>	2%	3%	1%	3%	%	4%	1%	10%
<i>Elämäntyylin ja ihmisten kokeminen</i>	21%	25%	41%	38%	36%	44%	45%	44%
<i>Keittiö</i>	32%	37%	50%	59%	49%	62%	71%	65%
<i>Perinteinen maaseutumiljö</i>	16%	20%	26%	27%	26%	41%	51%	61%
<i>Sirkus</i>	%	7%	%	6%	%	7%	4%	25%
<i>Eläinpuisto/kasvitieteellinen puutarha</i>	7%	44%	7%	48%	16%	65%	11%	55%
<i>Kiertoaajelu</i>	18%	35%	37%	44%	29%	45%	36%	61%
<i>Opastettu kulttuurikiertokävely</i>	14%	17%	17%	20%	19%	33%	66%	43%
<i>Pyhiinvaellus</i>	%	1%	%	1%	%	2%	1%	32%
<i>Pop-/rock-konsertti</i>	2%	13%	9%	32%	1%	19%	6%	21%
<i>Urheilutapahtuma/stadion</i>	4%	16%	10%	39%	2%	19%	7%	42%

Taulukon 9a kolmea ensimmäistä ryhmää yhdistää se, että niiden Suomessa vierailleet jäsenet ovat hyödyntäneet kulttuurimatkailullista tarjontaa selvästi vähemmän kuin mitä ryhmällä on tapana ulkomaanmatkojensa aikana yleensä.

Esim. ensimmäisestä ryhmästä 22 prosenttiyksikköä harvempi on käynyt Suomessa historiallisessa rakennuksessa tai historiallisella monumentilla verrattuna siihen, mitä on tehnyt muissa maissa. Toisesta ryhmästä voi panna merkille 25:n ja kolmannelta peräti 31 prosenttiyksikön suuruisen vastaavan eron käyttäytymisessä.

Toista ryhmää karakterisoiva kiinnostus pop- ja urheilukulttuuria kohtaan ei ole johtanut näissä asioissa mainittavaan toimeliaisuuteen Suomen-matkojen aikana. Kolmanteen ryhmään kuuluvat ovat in-

noikkaita museovierailijoita. Maahamme kohdistuneiden vierailuiden aikana he eivät ole olleet tässä suhteessa mitenkään aktiivisia.

Ainoastaan paikallisen elämäntyylin tarkkailu ja kokeminen on herättänyt näissä ryhmissä Suomessa yhtä suurta intoa kuin matkoilla muihin maihin. Varsinkin paikallisen keittiön tuotteisiin tutustuminen on ollut puoleensavetävää.

Neljäs ryhmä muodostaa edellä mainituille poikkeuksen. Tämä joukko on erittäin kiinnostunut suomalaisesta elämäntyylistä ja innostunut hyödyntämään Suomessa enemmän kulttuurimatkailutarjontaa enemmän kuin muilla matkoillaan.

Varsinkin maamme historialliset museot, kansallismuseo sekä modernin taiteen galleriat ja taidemuseot ovat kiinnostaneet heitä. Myös kansanmusiikkikonsertit sekä opastetut kulttuurikiertokävelyt ovat tulleet kyseeseen tälle joukolle useammin Suomessa kuin muihin maihin suuntautuneilla matkoilla.

Taulukko 9b. Tyypittelyn eri ryhmien Suomeen tekemien matkojen kulttuurimatkailusisällöt: ryhmät 5-8 (%).

	Ryhmä 5		Ryhmä 6		Ryhmä 7		Ryhmä 8	
	Suomessa	Ulko-mailla	Suomessa	Ulko-mailla	Suomessa	Ulko-mailla	Suomessa	Ulko-mailla
<i>Historiallinen/kansallismuseo</i>	34%	54%	29%	55%	28%	37%	55%	71%
<i>Kulttuurihistoriallinen museo</i>	23%	33%	16%	37%	21%	20%	31%	62%
<i>Erikoistunut museo</i>	15%	30%	9%	34%	11%	22%	29%	48%
<i>Historiallinen rakennus/monumentti</i>	39%	70%	31%	72%	31%	45%	51%	78%
<i>Taidemuseo</i>	39%	65%	7%	44%	17%	29%	49%	82%
<i>Perintö-/arkeologinen kohde</i>	10%	43%	12%	48%	13%	24%	25%	62%
<i>Luonnonhistoriallinen museo</i>	3%	16%	7%	18%	6%	25%	11%	39%
<i>Taidegalleria (moderni taide)</i>	26%	42%	4%	16%	7%	8%	28%	48%
<i>Valokuvanäyttely</i>	3%	34%	2%	15%	7%	15%	16%	53%
<i>Kuvataidetapahtuma</i>	3%	10%	%	3%	3%	2%	19%	33%
<i>Muu festivaali</i>	8%	10%	2%	5%	%	11%	23%	40%
<i>Filmifestivaali/-tapahtuma</i>	3%	11%	2%	4%	1%	9%	8%	44%
<i>Kansanmusiikkikonsertti</i>	7%	12%	%	7%	9%	7%	15%	25%
<i>Galleria (moderni muotoilu)</i>	19%	20%	1%	5%	4%	2%	19%	21%
<i>Kulttuurikeskus</i>	17%	22%	3%	14%	8%	10%	17%	46%
<i>Tiedekeskus</i>	5%	10%	1%	9%	5%	8%	21%	29%
<i>Jazz-/blueskonsertti</i>	7%	23%	%	8%	1%	2%	9%	31%
<i>Ooppera/operetti</i>	6%	27%	4%	14%	3%	12%	17%	34%
<i>Klassisen musiikin konsertti</i>	15%	35%	5%	18%	1%	11%	31%	45%
<i>Baletti tai muu tanssiesitys</i>	5%	14%	%	7%	%	16%	6%	32%
<i>Teatteri/musikaali</i>	7%	46%	3%	38%	8%	38%	15%	62%
<i>Kirjallisuustapahtuma</i>	2%	14%	2%	5%	1%	3%	2%	22%
<i>Elämäntyylin ja ihmisten kokeminen</i>	45%	46%	27%	35%	30%	31%	63%	56%
<i>Keittiö</i>	61%	66%	49%	54%	47%	51%	63%	77%
<i>Perinteinen maaseutumiljö</i>	34%	35%	24%	25%	29%	25%	58%	49%
<i>Sirkus</i>	1%	6%	%	9%	3%	40%	5%	32%
<i>Eläinpuisto/kasvitieteellinen puutarha</i>	12%	39%	9%	48%	14%	73%	23%	70%
<i>Kiertoaajelu</i>	42%	49%	45%	65%	50%	45%	53%	63%
<i>Opastettu kulttuurikiertokävely</i>	24%	37%	23%	44%	29%	20%	38%	51%
<i>Pyhiinvaellus</i>	%	1%	%	3%	2%	3%	7%	8%
<i>Pop-/rock-konsertti</i>	8%	17%	1%	15%	4%	26%	7%	34%
<i>Urheilutapahtuma/stadion</i>	4%	14%	6%	25%	10%	27%	26%	46%

Myös viidennelle, kuudennelle ja seitsemännellekin tyypittelyn ryhmälle on luonteenomaista, että matkalla on käyty sellaisissa kulttuurikohteissa, joita suositaan kotimaassa - mutta vähemmän. Mikäli ulkomaanmatka on kohdistunut Suomeen, vastaavissa paikallisissa kohteissa on käyty vielä harvemmin.

Tällä säännöllä on kuitenkin kaksi poikkeusta. Halu kokea ja kokeilla paikallista elämäntyyliä, miljöötä ja keittiön tuotteita sekä osallistua kiertoajeluille ja -kävelyille on suurin piirtein samaa tasoa sekä Suomeen että muualle suuntautuvilla ulkomaanmatkoilla.

Kiinnostus suomalaista elämäntyyliä kohtaan on myös kahdeksatta ryhmää karakterisoiva piirre. Ryhmään kuuluvat avautuvat maassamme erityisesti suomalaisen elämänmenon ja ihmisten tarkkailuun sekä maaseutumiljööön kokemiseen.

Heidän enemmistönsä on kiinnostunut myös suomalaisen keittiön ja ruokakulttuurin tutkimisesta, vaikka muilla matkoillaan tämän puoli herää heissä vieläkin voimakkaampana. Ryhmän enemmistö on Suomessa käydessään lisäksi vierailut kansallis- tai historiallisessa museossa tai historiallisella monumentilla/rakennuksessa. Joka toinen (49 %) kertoi käyneensä myös taidemuseossa.

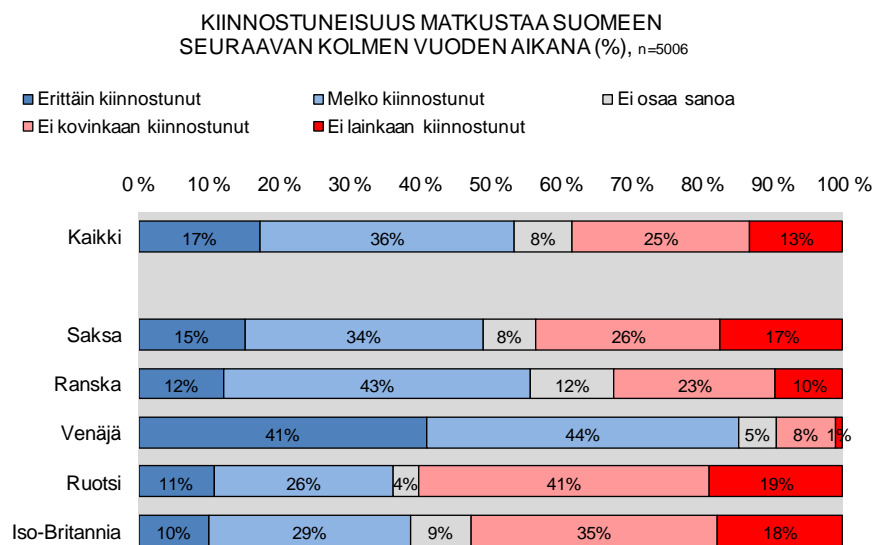
6 Suomi tulevan kulttuurimatkailun kohdemaana

6.1 Kiinnostus matkustaa Suomeen

Suomi kiinnostaa tutkimuksessa haastateltujen eurooppalaisten kulttuurimatkailijoiden enemmistöä. Erittäin kiinnostuneita löytyi 17 prosenttia. Runsas kolmannes oli melko kiinnostunut matkustamaan Suomeen. Neljäsosalla tällaista intoa ei juuri ole. Positiivista on, että vain 13 prosenttia pitää maamme täysin kiinnostamattomana matkakohteena.

Tulosta voidaan tulkita siten, että noin 18 miljoonaa henkilöä voisi olla houkuteltavissa maahamme lähivuosien aikana. Tietysti luku täytyy käsittää varsin teoreettisena. Monissa yhteyksissä on havaittu, kuinka kiinnostuksen muuttuminen päätökseksi ja teoksi on ”monen mutkan takana” ja väliintulevia tekijöitä riittää.

Tästä huolimatta on selvä, että kulttuurimatkailun ystävien parista löytää runsaasti henkilöitä, jotka voisivat matkustaa Suomeen lähivuosina.



Suhteellisesti ottaen heitä löytää selvästi eniten venäläisistä. Heistä jopa 41 prosenttia on erittäin kiinnostunut matkustamaan Suomeen. Tilanne hieman tasaantuu, jos sitä estimoidaan väestömäärien kautta. Suomesta kiinnostuneiden venäläisten määrän voi silloin arvioida vajaaksi 6 miljoonaksi.

Vastaavasti ajattelevia saksalaisia olisi tämän logiikan mukaan noin 6 miljoonaa, ranskalaisia hieman yli puolet vähemmän ja brittejä ehkä kolmen ja puolen miljoonan verran. Ruotsalaisten osuus olisi tämän mukaan runsas puoli miljoonaa henkilöä.

Taulukko 10. Kiinnostuneisuus matkustaa Suomeen seuraavan kolmen vuoden aikana (%).

KAIKISTA	Kohde-									Kaikki
	ryhmä	Ryhmä1	Ryhmä2	Ryhmä3	Ryhmä4	Ryhmä5	Ryhmä6	Ryhmä7	Ryhmä8	
<i>Erittäin kiinnostunut</i>	28%	13%	16%	18%	34%	20%	18%	19%	37%	17%
<i>Melko kiinnostunut</i>	35%	31%	37%	41%	34%	36%	37%	42%	50%	36%
SUOMESSA AIKAISEMMIN VIERAILLEISTA										
<i>Erittäin kiinnostunut</i>	43%	27%	26%	45%	68%	33%	17%	32%	49%	32%
<i>Melko kiinnostunut</i>	35%	37%	38%	25%	17%	32%	47%	33%	41%	36%

Suomeen kohdistuvan kulttuurimatkailun keskeinen kohderyhmä tuntee keskimääräistä jonkin verran suurempaa kiinnostusta maattamme kohtaan. Heistä 11 prosenttiyksikköä useampi kuin koko joukosta keskimäärin on erittäin kiinnostunut matkustamaan Suomeen. Tyypittelyn ryhmistä erityisesti toinen, neljäs ja kahdeksas ryhmä erottuvat kiinnostuksensa johdosta.

Taulukon alaosaan tiivistyy yksi keskeinen Suomeen kohdistuvaan matkailuun liittyvä totuus: täällä käyneet haluavat tulla tänne uudestaan.

Tämä näyttäisi pätevän kaikkiin maassamme vierailleisiin yleensä, kulttuurimatkailun keskeiseen kohderyhmään ja ainakin jossain määrin myös kaikkiin tyypittelyssä syntyneisiin ryhmiin. Varsinkin ryhmään 3 ja 4 kuuluvien aikaisemmat, henkilökohtaiset Suomi-kokemukset ovat huomattavasti lisänneet maamme houkuttelevuutta heidän silmissään.

Täytyy kuitenkin todeta, ettei kiinnostus Suomea kohtaan vierailumaana perustu kovinkaan vahvasti kulttuurimatkailutarjontaan, ei edes tässä tutkimuksessa haastateltujen eli kulttuurimatkailijoiden parissa.

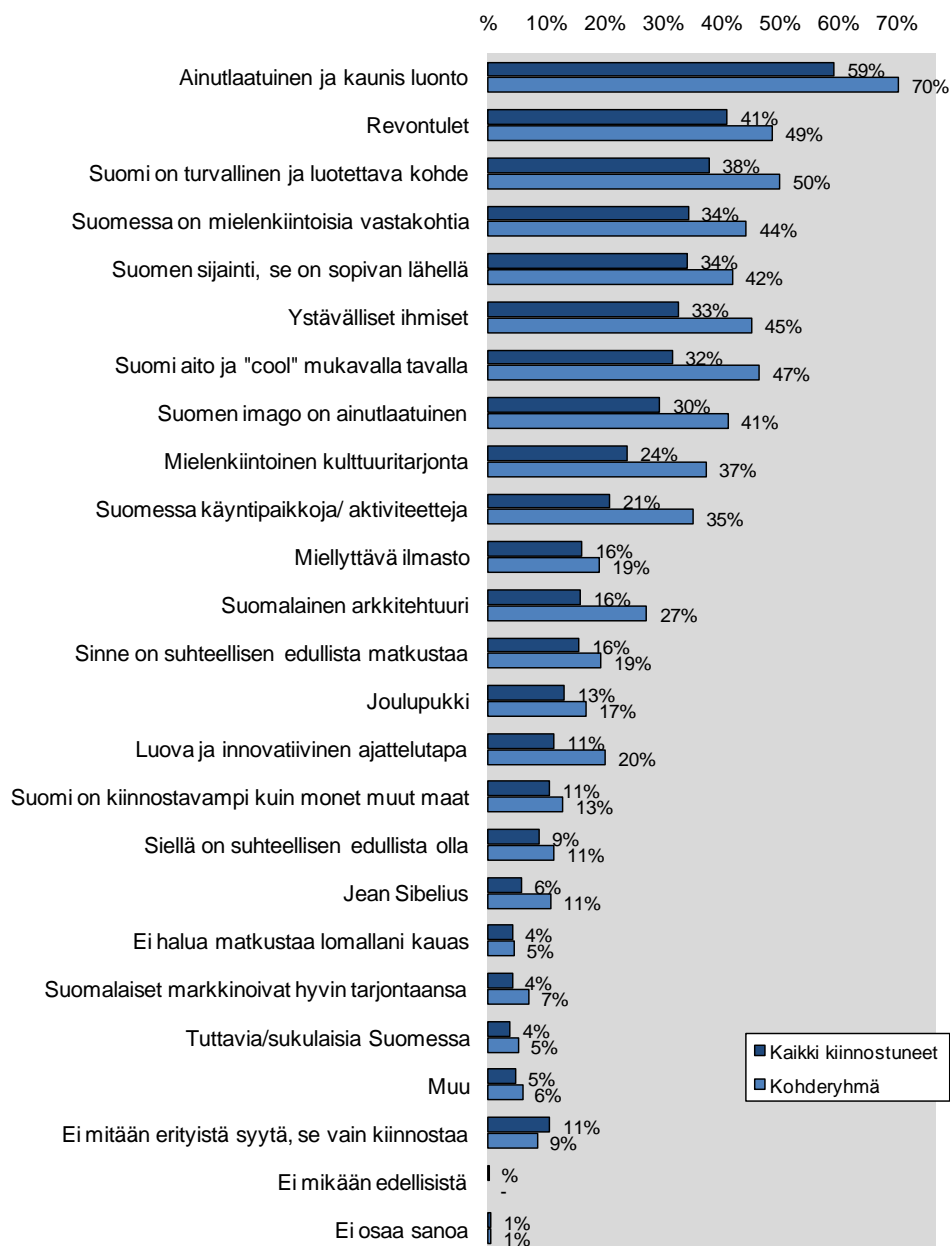
Kun tutkimukseen osallistuneilta kysyttiin, miksi heitä kiinnostaisi vieraillla Suomessa, ainutlaatuisen ja kaunis luontomme paljastui vetovoimaltaan ylivoimaisesti vahvimaksi. Enemmistö (59 %) Suomeen matkustamisesta kiinnostuneista mainitsi sen syyksi lähteä ”kauas pohjoiseen”.

Myös toiseksi useimmin (41 %) mainittu peruste, revontulet, liittyy vahvasti luontoon. Muutkin voimakkaimmat vetovoimatekijät ovat muita kuin kulttuuripainotteisia. Turvallisuus ja luotettavuus ovat kolmanneksi tärkein peruste.

Sopivan sijainnin lisäksi suomalaiset ihmiset ovat usealle hyvä syy vieraillla maassamme. Moni nimittäin pitää meikäläisiä ystävällisinä ja toteaa, että Suomi on aito ja tiettyssä mielessä ”cool” hyvin mukavalla tavalla. Vaikka tämän asian yhteydessä ei varsinaisesti viitattukaan suomalaisiin, on selvä, että sillä on selkeä yhteys ihmisiin.

Saman ilmiön eräs puoli ovat useiden havaitsemat, Suomeen liittyvät mielenkiintoiset vastakohtat. Kaikki nämä yhteen laskien tuottaa maallemme ainutlaatuisen imagon, mikä on vajaan kolmasosan mielestä hyvä peruste lähteä paikan päälle Suomeen.

SYYT, MINKÄ VUOKSI MATKUSTAMINEN SUOMEEN KIINNOSTAA
(% niistä, jotka kiinnostuneita matkustamaan Suomeen), n=2669



Kyllä maamme kulttuuritarjontakin on huomattu. Joka neljäs Suomeen lähtemisestä kiinnostunut kulttuurimatkailija piti sitä kiinnostuksena yhtenä syynä.

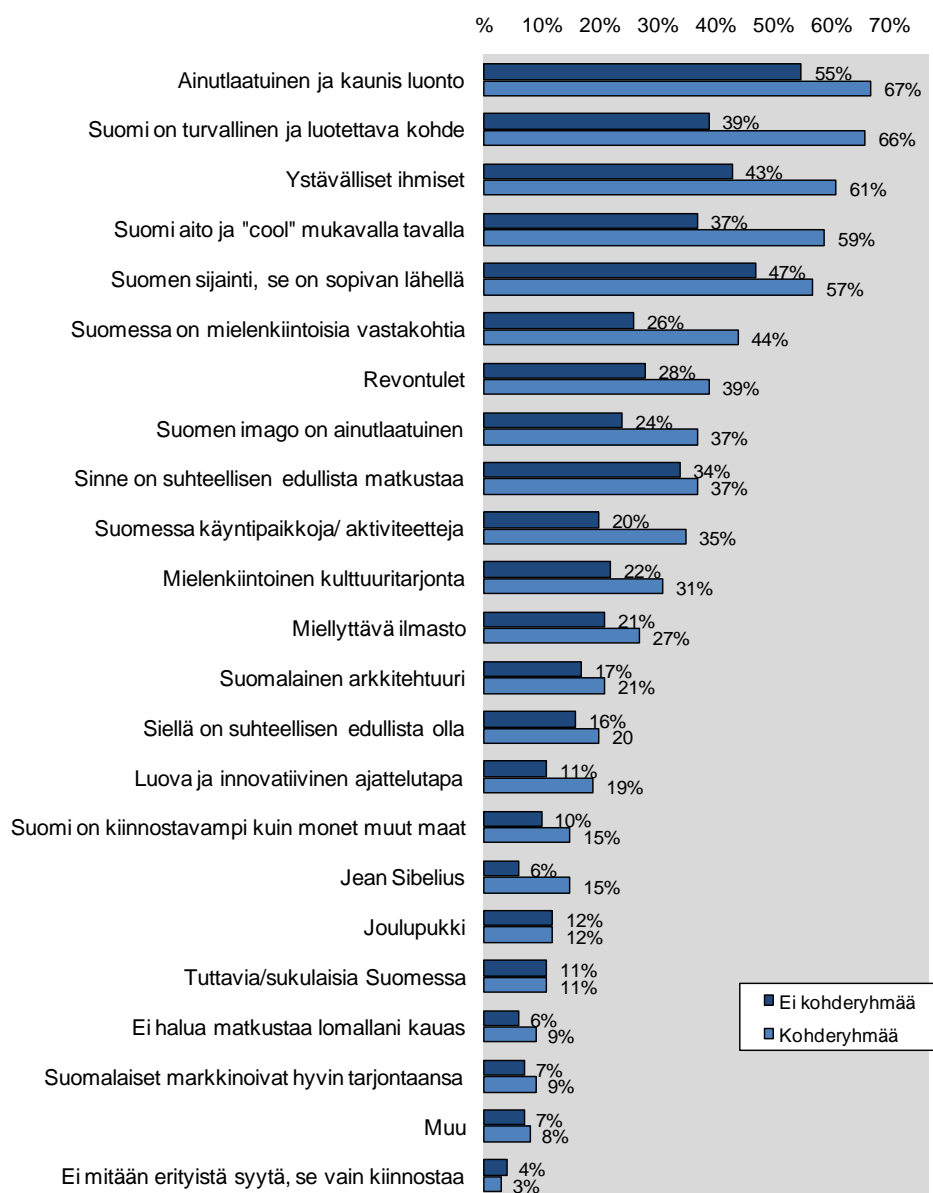
Oheisesta graafisesta esityksestä käyvät ilmi Suomen matkasta periaatteessa kiinnostuneiden lisäksi niiden ajatukset, jotka pitävät maamme mielenkiintoisena käyntikohteena ja kuuluvat lisäksi kulttuurimatkailun keskeiseen kohderyhmään.

Graafinen esitys paljastaa, että kohderyhmään kuuluvilla on yleensä ottaen mielessään useampia syitä kuin Suomeen matkustamisesta yleensä kiinnostuneilla keskimäärin. Kohderyhmän käsitykset kuitenkin noudattelevat varsin pitkälle yleisiä näkemyksiä. Ei voi sanoa, että heillä olisi jokin tai joitakin erityisiä, yleisestä linjasta poikkeavia tai suoraan kulttuuriin liittyviä perusteita lähteä matkalle Suomeen.

Tilanne ei tästä kovin paljon muuttunut, vaikka tarkastelun keskiössä olevaa joukkoa supistettiin. Eriksseen nimittäin haluttiin päästä selville niiden käsityksistä, jotka ovat olleet jo aikaisemmin Suomessa ja ovat edelleen kiinnostuneita tulemaan maahan.

Tämä joukko jaettiin edelleen kahtia, kulttuurimatkailun kannalta keskeiseen kohderyhmään ja tämän ulkopuolelle jääviin.

SYYT, MINKÄ VUOKSI MATKUSTAMINEN SUOMEEN KIIINNOSTAA
(% niistä Suomessa aikaisemmin käyneistä, jotka kiinnostuneita matkustamaan uudestaan Suomeen), n=407



Näkökulman kaventaminen ei muuttanut "suurta kuvaa": syyt olla kiinnostunut matkasta Suomeen säilyivät periaatteessa entisinä. Ainutlaatuinen luonto, turvallisuus, sopiva sijainti ja ihmisten erityinen luonteenlaatu laittavat nämä Suomeen matkustamiselle kaikkein alteimmatkin ihmiset liikkeelle.

Tässäkin joukossa keskeiseen kohderyhmään kuuluva osa löysi enemmän syitä tulla Suomeen. Toisaalta suosituimpien perusteiden vaikutus oli heille keskimääräistä suurempi.

Maakohtaiset yksityiskohtaiset vertailutiedot löytyvät raportin liitteenä olevista graafisista esityksistä. Yhteenvedonomaaisesti voidaan kuitenkin todeta seuraava:

saksalaiset

Ainutlaatuinen ja kaunis luonto vetoaa saksalaisiin enemmän kuin mihinkään muuhun kansallisuuteen. Monet saksalaiset pitävät maamme lisäksi turvallisenä ja luotettavana sekä löytävät täältä omasta mielestään mielenkiintoisia kontrasteja.

ranskalaiset

Revontulet olivat erityisesti ranskalaisten mainitsema syy matkustaa Suomeen. Maastamme kiinnostuneet ranskalaiset näkevät täällä mielenkiintoisia vastakohtia vielä useammin kuin saksalaiset. Lisäksi he ovat muita vakuuttuneempia Suomen imagon ainutlaatuisuudesta.

Vaikka vain harvat ranskalaisetkaan pitävät luovaa ja innovatiivista ajattelutapaa mitenkään erityisesti suomalaisena piirteenä, tai ainakaan syynä lähteä matkalle, asian mainitseminen on silti erityisesti heille tyypillinen piirre.

venäläiset

Suomen luonto kiinnostaa myös venäläisiä. Ilmeisten syiden eli sopivan sijainnin ja matkan edullisuuden lisäksi venäläisten voi todeta pitävän suomalaisista. Heidän mielestään ihmiset Suomessa ovat miellyttäviä ja tunnelma siellä mukavalla tavalla ”cool”. Venäläiset myös toteavat useammin kuin muut, kuinka turvalliseksi he tuntevat olonsa maassamme. He myös kehuvat suomalaista arkkitehtuuria ja ilmastoa sekä löytävät Suomesta enemmän vierailukohteita ja aktiviteetteja kuin muut.

ruotsalaiset

Ruotsalaiset eivät vetoa juuri muihin syihin kuin matkan edullisuuteen ja Suomen sopivaan sijaintiin. Lisäksi on havaittavissa, että ruotsalaiset pitävät maamme kulttuuritarjontaa ja arkkitehtuuria mielenkiintoisina. Ruotsalaisilla on enemmän suomalaisia tuttavuuksia kuin muun maalaisilla tutkimukseen osallistuneilla. Varmasti tästä syystä heillä on myönteinen käsitys suomalaisista ja he pitävät meitä ystävällisinä.

britannialaiset

Britit eivät erotu muusta joukosta oikeastaan mitenkään, vaan heidän näkemyksensä noudattavat paljolti yleisiä ja keskimääräisiä linjoja. Voidaan kuitenkin todeta, että suhteellisen moni britannialainen arvelee Suomen imagon sisältävän ainutlaatuisia piirteitä ja uskoo löytävänsä Suomesta mielenkiintoisia kontrasteja.

Seuraavan sivun taulukkoon (taulukko 11) on kerätty tyypittelyn eri ryhmien näkemykset siitä, miksi Suomi on mielenkiintoa herättävä matkailukohde (aivan tarkkaan ottaen kyse on jokaisen ryhmän siitä osasta, joka voisi lähteä käymään Suomessa seuraavan parin – kolmen vuoden aikana).

Varsinkin ryhmään 8 kuuluvat löysivät paljon hyviä syitä matkustaa. He vetosivat matkan edullisuuteen ja Suomen sopivaan sijaintiin (tässä joukossa venäläisten osuus on suuri). He myös kertoivat pitävänsä suomalaisista ja Suomessa vallitsevasta tunnelmasta.

Vaikka monipuolinen kulttuuritarjonta ei ole heillekään mikään varsinainen ”ykkösperuste” lähteä Suomeen, heistä suurempi osa kuin muihin ryhmiin kuuluvista piti sitä hyvänä matkan perusteena.

Arkkitehtuuri ja turvallisuus sijoittuvat korkealle heidän arvoasteikossaan. Samat tekijät merkitsevät paljon myös monelle neljänteen ryhmään kuuluvalla. Useat heistä lisäksi korostivat maamme imagon ainutlaatuisuuden, turvallisuuden ja edullisen sijainnin sekä hintatason merkitystä.

Kolmanteen ryhmään kuuluvat mainitsivat varsin usein Suomessa havaitsevansa mielenkiintoiset vastakohdat sekä turvallisuuden. Samaa mieltä oli moni kuudenteen ryhmään kuuluva.

Olipa kyse mistä tahansa kulttuurin kuluttamisen tyypistä, yksi asia on varma: Suomen luonnonkauneutta kehuaan. Sitä voi pitää jokaisen ryhmän tärkeimpänä perusteena lähteä matkalle Suomeen.

Taulukko 11. Tyypittelyn eri ryhmien esittämät perusteet pitävät Suomea kiinnostavana matkakohdeena (%).

	Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3	Ryhmä 4	Ryhmä 5	Ryhmä 6	Ryhmä 7	Ryhmä 8
<i>Suhteellisen edullista matkustaa</i>	15%	12%	9%	30%	14%	13%	20%	33%
<i>Suhteellisen edullista olla</i>	7%	7%	4%	18%	6%	12%	11%	21%
<i>Suomen sijainti, se on sopivan lähellä</i>	28%	32%	24%	61%	34%	34%	42%	56%
<i>Ei halua matkustaa lomallaan kauas</i>	3%	4%	3%	12%	3%	6%	3%	9%
<i>Miellyttävä ilmasto</i>	12%	14%	12%	19%	15%	21%	21%	31%
<i>Ystävälliset ihmiset</i>	27%	30%	29%	46%	32%	33%	39%	56%
<i>Suomi aito ja "cool" mukavalla tavalla</i>	24%	30%	27%	53%	30%	31%	39%	56%
<i>Mielenkiintoinen kulttuuritarjonta</i>	17%	21%	26%	28%	28%	26%	30%	39%
<i>Suomi on turvallinen ja luotettava kohde</i>	28%	38%	43%	53%	39%	45%	37%	53%
<i>Suomen imago on ainutlaatuinen</i>	22%	28%	39%	37%	28%	33%	29%	48%
<i>Suomessa on mielenkiintoisia vastakohtia</i>	27%	35%	45%	34%	35%	41%	32%	42%
<i>Luova ja innovatiivinen ajattelutapa</i>	6%	14%	15%	13%	14%	8%	10%	29%
<i>Paljon käyntipaikkoja/aktiviteetteja</i>	14%	20%	22%	27%	23%	19%	29%	36%
<i>Kiinnostavampi kuin monet muut maat</i>	10%	12%	16%	8%	4%	8%	11%	15%
<i>Ainutlaatuinen ja kaunis luonto</i>	47%	62%	65%	63%	61%	63%	66%	75%
<i>Suomalaiset markkinoivat hyvin</i>	3%	2%	6%	14%	6%	4%	4%	10%
<i>Tuttavia/sukulaisia Suomessa</i>	3%	5%	3%	3%	7%	2%	3%	10%
<i>Joulupukki</i>	9%	13%	13%	16%	8%	13%	21%	22%
<i>Revontulet</i>	31%	45%	45%	53%	35%	48%	43%	53%
<i>Suomalainen arkkitehtuuri</i>	11%	11%	16%	24%	21%	21%	17%	32%
<i>Jean Sibelius</i>	2%	2%	5%	13%	15%	7%	5%	25%
<i>Ei mitään erityistä syytä, se vain kiinnostaa</i>	13%	9%	13%	2%	14%	12%	9%	5%

Kuva täydentyi, kun ne henkilöt, jotka eivät ole kiinnostuneita matkustamaan Suomeen, kertoivat perusteet mielipiteelleen.

Suomen kannalta on lohdullista, että useimmat eivät pystyneet nimeämään mitään erityistä syytä. Matkustaminen Suomeen ei vain tällä hetkellä satu kiinnostamaan.

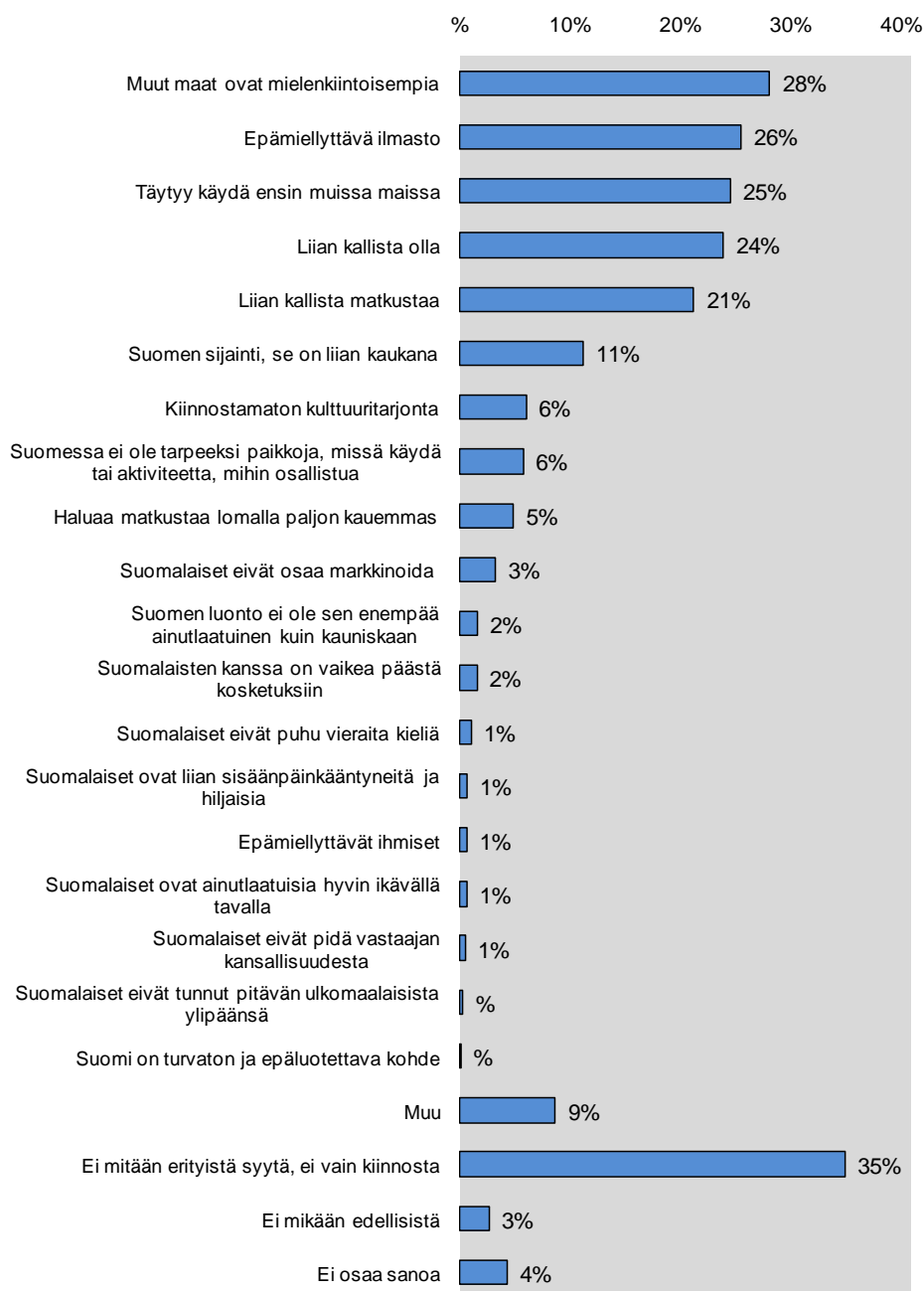
Lisäksi vain marginaalinen osa kysymykseen vastanneista viittasi suoraan meitä suomalaisia vähemmän mairitteleviin perusteisiin.

Vain prosentin – parin mielestä Suomen luonto ei nimittäin oikeasti ole mitenkään erityislaatuinen. Yhtä harva pitää suomalaisia epämiellyttävänä, liian sisäänpäin kääntyneinä ja hiljaisina tai usko, ettei heidän kanssaan yksinkertaisesti ole mahdollista päästä kosketuksiin. Yhtä harvan mielestä suomalaisia voi syyttää ulkomaalaisvihamielisyydestä yleensä tai vastaajan oman kansallisuuden ylenkatsomisesta.

Runsas neljännes tästä joukosta sanoi pitävänsä muita maita mielenkiintoisempina tai ajattelevansa, että ennen matkaa Suomeen, on yksinkertaisesti käytävä ensin muutamassa muussa maassa. Noin joka viidesosa – neljäsosa vetosi hintaan. Suomessa on heidän mielestään liian kallista tai matkustaminen tänne maksaa heidän makuunsa turhan paljon.

Muutammat vetosivat Suomen kaukaiseen sijaintiin. Keskimääräistä useammin kyse oli saksalaisista (maakohdaiset vertailukuvat liitteessä). He vetosivat usein myös hintoihin (sekä oleskelun että matkustamisen kustannuksiin). Myös britit ja ranskalaiset olivat keskimääräistä useammin tällä kannalla.

SYYT, MIKSI EI OLE KIINNOSTUNUT MATKUSTAMAAN SUOMEEN (%
niistä, jotka eivät kiinnostuneita matkustamaan Suomeen), n=1968



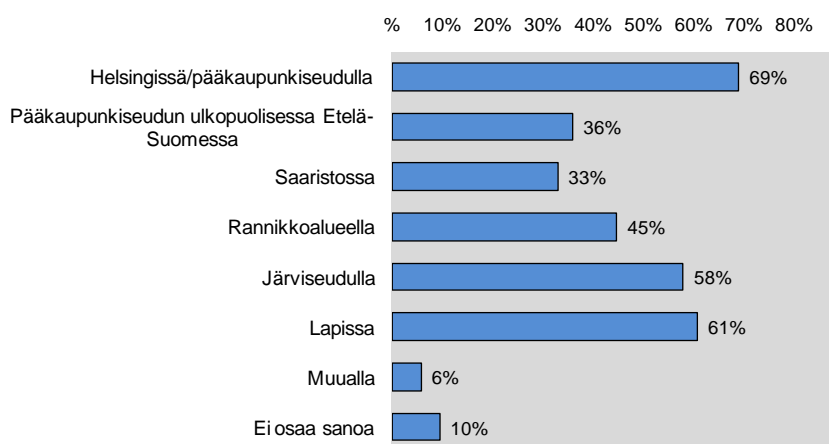
Lisäksi voi todeta, että monet ranskalaiset (saksalaiset olivat toinen tässä suhteessa erottuva kansallisuus) pitivät Suomen ilmastoa esteenä matkustamiselle. Lisäksi silloin, kun listattiin maita, joissa vieraileminen pidettiin kiireellisempänä kuin matkustamista Suomeen, löysi paljon ranskalaisia.

Ruotsalaisten matkustuspäätöksen esteenä on joskus halu matkustaa ”merta kauemmas kalaan”: Suomi on liian lähellä heitä. Se taitaa myös olla liian samanlainen kuin Ruotsi, koska niin moni ruotsalainen pitää muita maita mielenkiintoisempina lomakohteina.

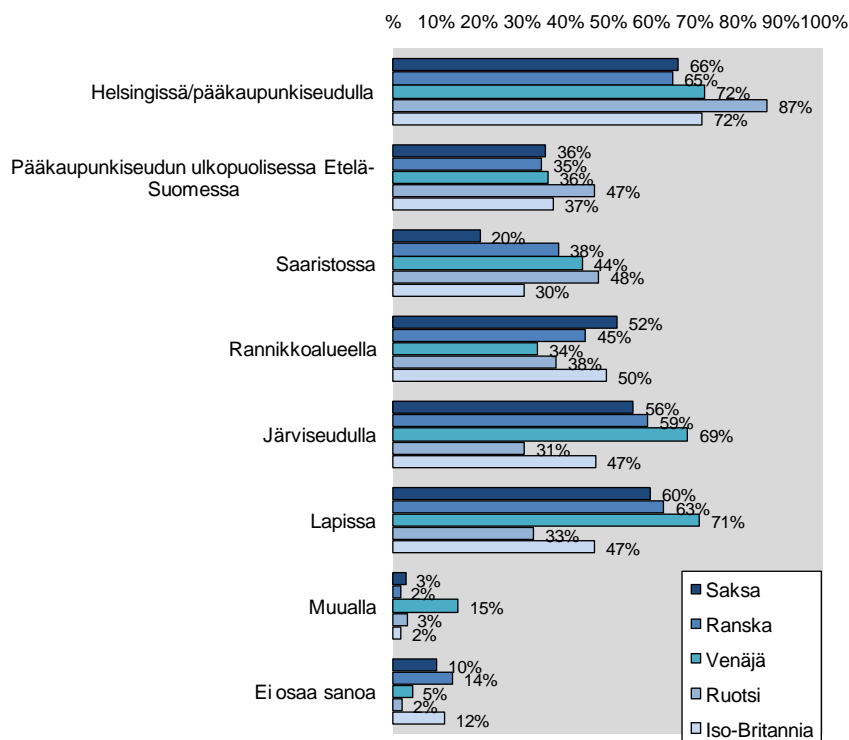
6.2 Toivotut kohteet ja aktiviteetit

Ne, jotka ovat kiinnostuneita tulemaan Suomeen kulttuurimatkalle, haluaisivat käydä maassamme muuallakin kuin vain yhdellä paikkakunnalla. Kaikkiaan 71 prosenttia totesi, että mieluummin tekisi jonkinlaisen rengasmatkan tai ainakin kävisi samalla kertaa useammassa kuin yhdessä paikassa, kun kerran matkustaa Suomeen saakka. Joka viides pysyttelisi mieluiten yhdessä paikassa (esim. Helsingissä).

ALUEET, JOILLA HALUAISI KÄYDÄ
KULTTUURIMATKALLAAN SUOMESSA
(% niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen ja sen
kulttuurimatkailutarjonnasta), n=2509



ALUEET, JOILLA HALUAISIN KÄYDÄ KULTTUURIMATKALLAAN
SUOMESSA (% niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen ja sen
kulttuurimatkailutarjonnasta), n=2509



Neljä viidestä (81 %) ranskalaisesta kiertelisi. 75 prosenttia venäläisistä tekisi niin, saksalaisista (67 %) ja britannialaisistakin (60 %) selvä enemmistö. Joka toinen ruotsalainen kävisi matkansa aikana mielellään useammalla kuin yhdellä paikkakunnalla. Silti heistä suurempi osa kuin muista (kaksi viidestä) pysähtyisi mieluiten yhteen ja samaan (lauttasatama)kaupunkiin.

Helsinki ja pääkaupunkiseudun muut paikkakunnat, Lappi sekä järvimaisemat miellyttäisivät useimpia Suomeen matkustavia. Noin joka kolmas haluaisi vierailla pääkaupunkiseudun ulkopuolisessa Etelä-Suomessa tai saaristossa, melkein joka toinen rannikkoalueella.

Vaikka monet alueet herättävät kiinnostusta, perinteiset matkailuvaltit ovat kaikkein houkuttelevimmat tämänkin tutkimuksen kohdejoukolle. Varsinkin venäläiset, mutta myös ranskalaiset ja saksalaiset kulttuurimatkailijat pitävät Lappia arvossaan. Keskimääräistä useampi venäläinen haluaisi käydä myös järvisuudulla ja muualla (Itä-Suomessa).

Ruotsalaisten matkat osuisivat ennen muuta pääkaupunkiseudulle ja sen ulkopuoliseen muuhun eteläiseen Suomeen. Myös saaristo kiinnostaa keskimääräistä useampaa ruotsalaista. Brittejä kävisivät mielellään Suur-Helsingin lisäksi rannikkoalueella.

Taulukko 12. Kiinnostavimmat alueet Suomen matkalla (%).

	Kohde-ryhmää	Ryhmä1	Ryhmä2	Ryhmä3	Ryhmä4	Ryhmä5	Ryhmä6	Ryhmä7	Ryhmä8	Kaikki
<i>Helsinki/pk-seutu</i>	77%	62%	69%	75%	63%	78%	73%	66%	82%	69%
<i>Muu Etelä-Suomi</i>	49%	34%	30%	37%	37%	47%	40%	33%	45%	36%
<i>Saaristo</i>	47%	27%	28%	35%	45%	32%	34%	32%	64%	33%
<i>Rannikkoalue</i>	56%	40%	46%	52%	47%	48%	45%	39%	55%	45%
<i>Järvisuutu</i>	67%	49%	60%	55%	74%	62%	64%	58%	70%	58%
<i>Lappi</i>	71%	55%	56%	66%	80%	55%	64%	62%	75%	61%
<i>Muu alue</i>	9%	5%	4%	5%	10%	7%	5%	8%	11%	6%

Kulttuurimatkailun keskeiseen kohderyhmään kuuluvien mieltymykset jakautuvat suurin piirtein samalla tavalla kuin Suomen matkasta kiinnostuneiden yleensäkin, mutta jälleen kohderyhmän prosenttiluvut ovat suuremmat. Tämä tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että kyseiseen heistä keskimääräistä suurempi osa haluaisi nähdä ja kokea enemmän ja useammassa paikassa.

Kahdeksas erottuu muista tyypittelyn ryhmistä, sen jäsenillä on todellista halua kiertää Suomea. Neljänteen ryhmään kuuluvat ovat erityisen mieltyneitä Lappiin ja järvisuutuun. Viidennestä ryhmästä moni haluaisi nähdä pääkaupunkiseudun ulkopuolista eteläistä Suomea.

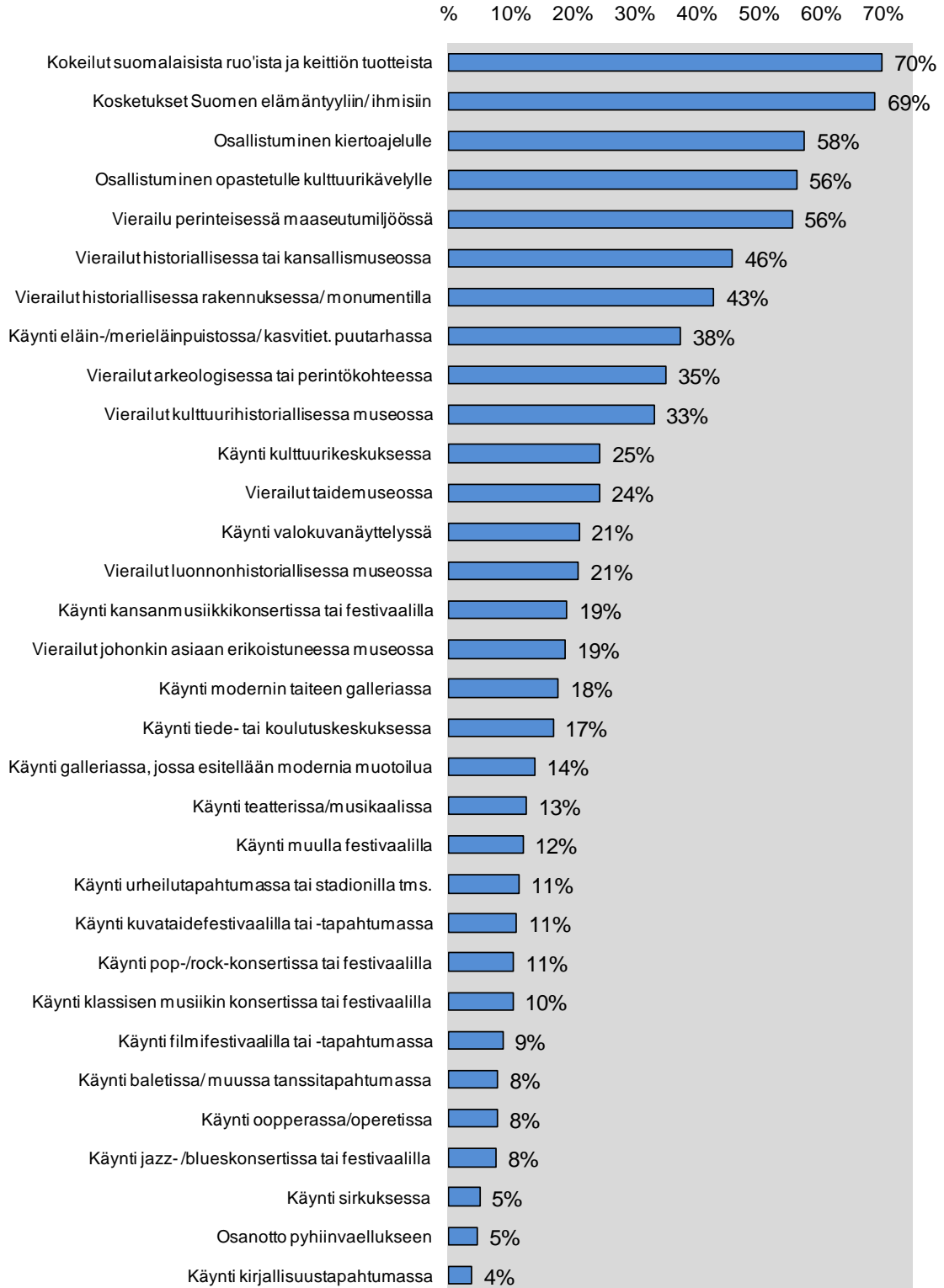
Suomen matkasta kiinnostuneita kiehtoo eniten suomalaisten ruokien ja keittiökulttuurin tuotteiden kokeileminen sekä päästä kosketuksiin suomalaiseen elämäntyyliin ja suomalaisiin ihmisiin. Myös vierailu perinteisessä maaseutumiljöössä sijoittuu Suomen-matkan toivelistan kärkipäähän.

Nämä kolme kulttuurimatkailun osa-aluetta muodostivat faktorianalysissä kokonaisuuden, mikä nimettiin elämäntyylin tarkkailuksi. Voidaan sanoa, että ulkomaiset kulttuurimatkailijat ovat kaikkein kiinnostuneimpia maamme tästä puolesta.

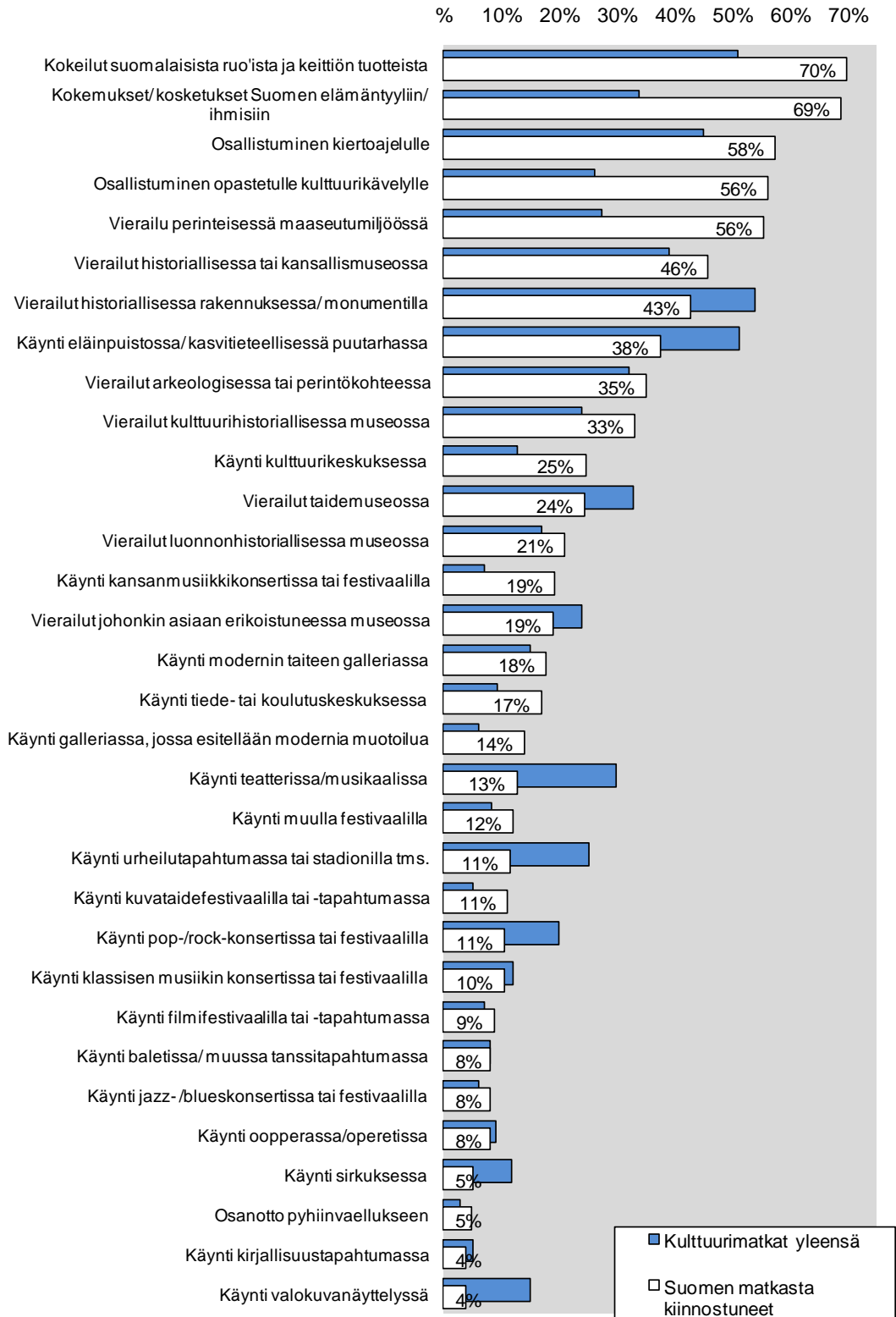
Enemmistöä innostavat lisäksi osallistuminen kiertoajeluille ja sellaisille opastetuille kävelyretkille, joihin kuuluu jonkinlainen arkkitehtoninen tai kulttuurinen teema.

Yksittäiset kohteet herättävät mielenkiintoa harvemmissä. Niistä mainittiin useimmin vierailut kansallismuseoihin, historiallisiin rakennuksiin. Myös eläinpuistot, kasvitieteelliset puutarhat, erikoistuneet museot sekä erilaiset perintökohteet herättävät kiinnostusta keskimääräistä useammassa.

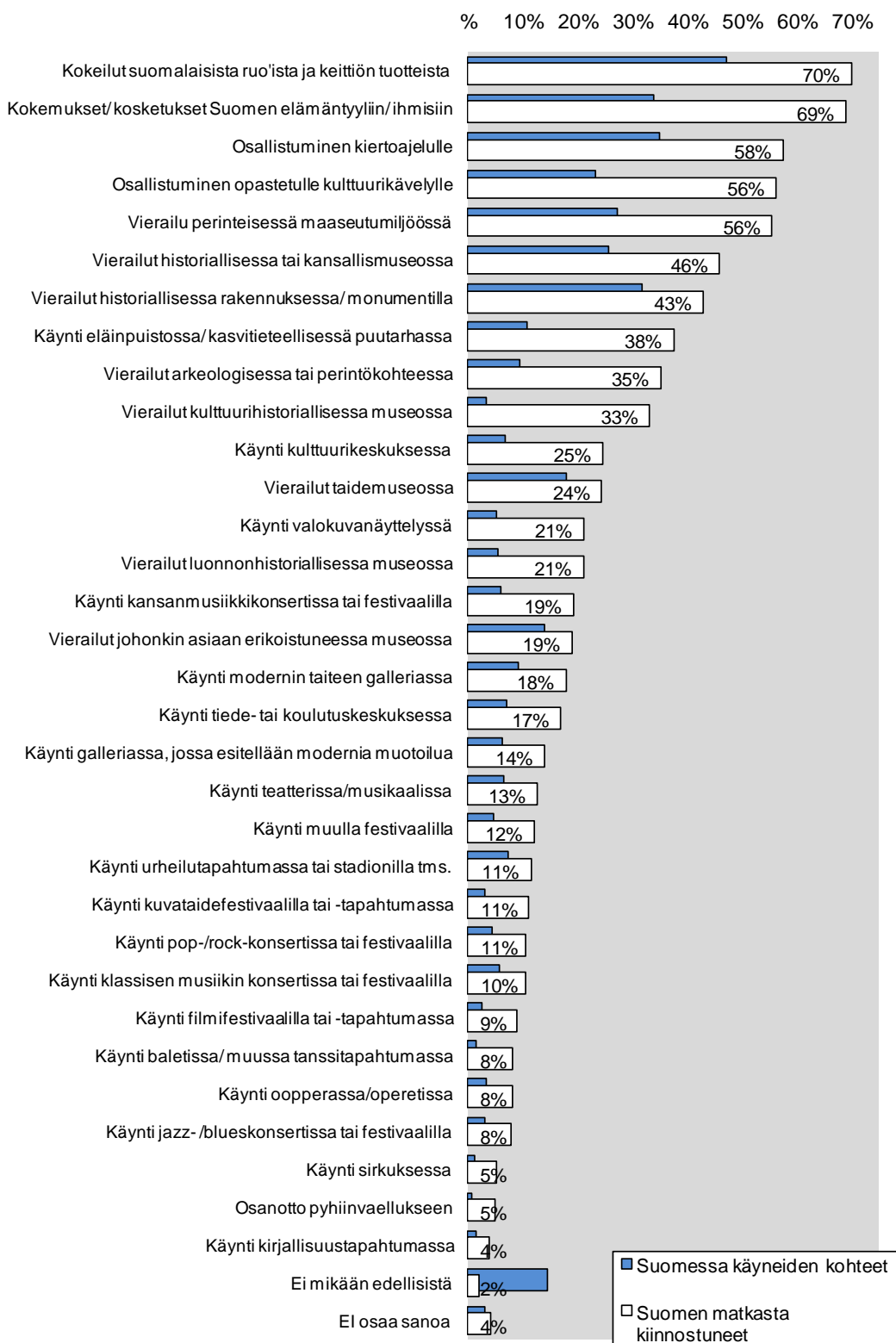
KIINNOSTAVIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteET JA AKTIVITEETIT
SUOMEEN SUUNTAUTUVALLA MATKALLA (%), n=2669



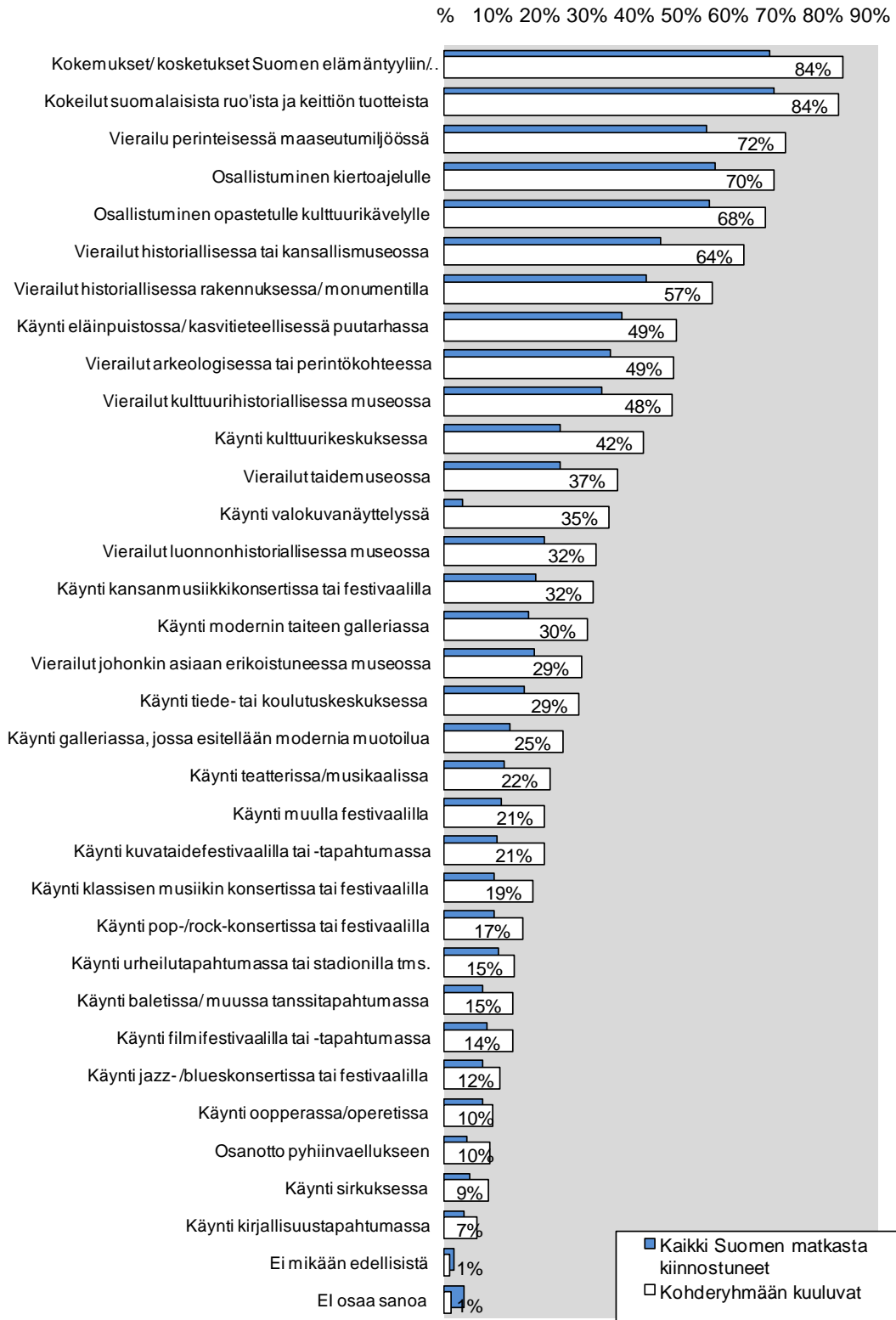
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
Suomen matkoista kiinnostuneet vs. kulttuurimatkat yleensä (%)



SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
Suomen matkoista kiinnostuneet vs. Suomessa käyneet matkallaan (%)



SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet: kohderyhmä versus Suomen matkoista kiinnostuneet (%)



Sivun 43 kuviossa Suomeen matkustamisesta kiinnostuneiden valintoja tarkastellaan suhteessa tutkimukseen osallistuneiden viime aikojen kulttuurimatkoillaan tekemiin todellisiin kulutusvalintoihin.

Samaan graafiseen esitykseen on siten sisällytetty kaksi täysin eri asiaa. Kuvion pylväissä esitettävät prosenttiluvut perustuvat eri kohdejoukkoihin ja kantalukuihin. Näin niitä ei voi vertailla aivan suoraan keskenään. Siitä huolimatta – ja kun muistaa tulkita kuvaa riittävän varovaisesti – se tarjoaa vihjeitä siitä, että Suomeen ja muualle suuntautuvilla kulttuurimatkoilla preferoitaisiin osin eri asioita.

Kyseinen kuva vahvistaa ajatusta, että kosketukset suomalaiseen elämäntyyliin ja suomalaisiin ihmisiin sekä paikalliseen miljööseen ovat tärkeä vetovoimatekijä mahdollisessa Suomeen suuntautuvasa kulttuurimatkailussa.

Kiertoaajelujen ja opastettujen kävelyiden tavanomaista suurempi merkitys tässä yhteydessä on myös helposti luettavissa kuviosta. Niiden suosio saattaa viitata siihen, ettei Suomesta kiinnostuneilla kulttuurimatkailijoilla välttämättä ole kovin hyvää käsitystä siitä, mitä he voisivat kokea täällä ollessaan. Tutustuminen on hyvä aloittaa kiertoaajelulla ja -kävelyllä.

Muilta osin Suomeen kohdistuvan kulttuurimatkailun valinnat osuvat pääpiirteissään varsin hyvin yhteen yleisempien kulttuurimatkailun preferenssien kanssa. Se, mikä yleensäkin maistuu useammalle, on sitä, mitä monet haluavat nähdä ja kokea myös Suomessa. Vastaavasti harvempien yleisemmin pitämä olisi selkeän vähemmistön listalla Suomen matkankin aikana.

Sivun 44 kuviossa on (yhtä maltillista tulkintaa edellyttäen) asetettu samaan rinnakkain Suomen matkaa periaatteessa mahdollisena pitävien kiinnostuksen kohteet ja se, missä Suomessa käyneet ovat vierailleet tekemiensä matkojen aikana.

Periaatteellisen ja todellisen kysynnän välinen suuri ero on silmiinpistävä. Välillisesti voidaan ajatella, että potentiaalia löytyy joka suhteessa, jos tarjonta vain saataisiin kohtaamaan kysyntä. Kuviosta paljastuu, että vaikka suomalaisen elämäntyylin kokeminen ja aistiminen on muodostanut tärkeimmän osan jo tehdyillä matkoilla, tänne tulevat haluaisivat päästä siitä perille vielä nykyistekin paremmin.

Sivun 45 kuviossa verrataan Suomen matkasta yleensä kiinnostuneiden näkemyksiä joukon siihen osaan, joka lisäksi kuuluu arvomaailmansa perusteella maahamme kohdistuvan kulttuurimatkailun keskeiseen kohderyhmään. Jälkimmäisten käsitykset mieluisista käyntikohteista ja kokemuksista noudattelevat tässäkin ensin mainittujen mieltymyksiä, mutta kohderyhmään kuuluvien suhteellinen kysyntä on joka kohteen osalta luokkaa suurempaa.

Jälleen maakohtaiset vertailukuvat on sijoitettu raportin loppuun. Suomalaisen elämäntyylin tarkkailu ja tutustuminen maahamme kiertoaajeluilla miellyttävät melko tavalla kaikkia tutkimuksessa mukana olleita kansallisuuksia. Muista asioista voi yhteenvedonomaisesti todeta mm. seuraavan:

saksalaiset

Saksalaisten kiinnostus keskittyy voimakkaasti elämäntyylin tarkkailuun ja kiertoaajeluihin. Monet tapahtumat ja museot houkuttelevat heistä keskimääräistä harvempaa. Saksalaisten kiinnostus yltyä lähimmäksi muita silloin, kun puhutaan historiallisista rakennuksista ja monumenteista.

ranskalaiset

Historialliset museot, monumentit ja rakennukset kiinnostavat myös ranskalaisia. Heistä keskimääräistä useampi saattaisi myös vieraila kansanmusiikkikonsernissa/-festivaalilla tai kasvitieteellisessä puutarhassa. Osallistuminen kiertoaajeluille ei herätä heissä aivan samanlaista kiinnostusta kuin muissa.

venäläiset

Venäläiset erottuvat, koska ovat melkein kaikesta tarjolla olevasta kiinnostuneempia kuin muut. Varsinkin kansallis- ja kulttuurihistorialliset museot ovat heidän suosiossaan. Myös valokuvanäyttelyt ja modernin taiteen galleriat kiinnostavat heitä enemmän kuin muita, joita matka Suomeen kiinnostaa.

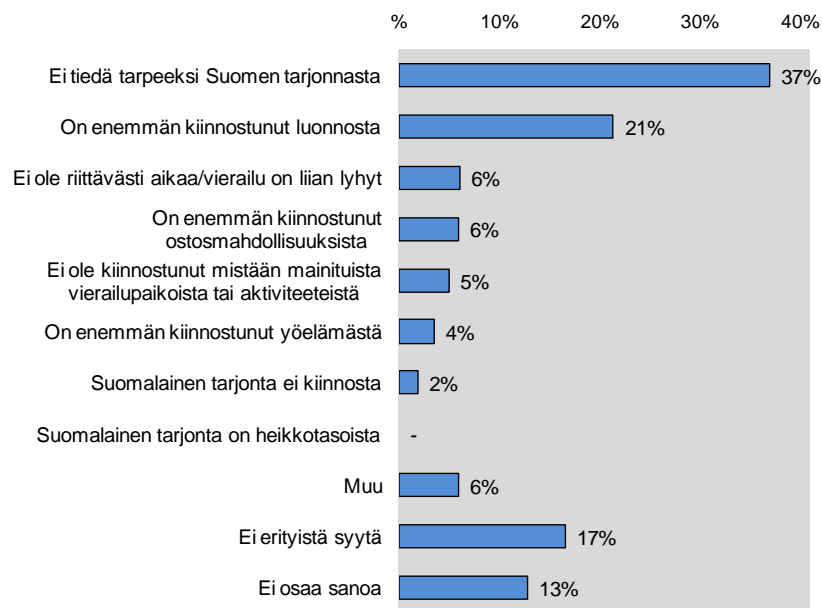
ruotsalaiset

Ruotsalaisten vastaukset edustavat monessa suhteessa Suomeen suuntautuvasta matkailusta kiinnostuneiden keskivertoalintoja. Vaikka ajatus suomalaisen elämänmenon tarkkailusta miellyttää heitäkin aika tavalla, heidän asiaa kohtaan osoittama intonsa kuitenkin on selvästi vähäisempää kuin muiden. Saman voi todeta heidän kiinnostuksestaan osallistua kiertoajeluille Suomessa.

britannialaiset

Britit taas olisivat erittäin kiinnostuneita osallistumaan kiertoajeluille (suhteellisesti ottaen jopa venäläisiä innokkaampia) sekä ohjatuille kulttuurikävelyille. Myös suomalaisen elämänmenon tarkkailu ja sen kokeminen viehättäisi heitä kovasti. Suomeen tulevat britit olisivat myös melko innokkaita museovie-railijoita. Varsinkin kulttuurihistoriallinen ja kansallismuseo olisivat heille mieleen.

MIKSEIVÄT KULTTUURIMATKAILUKOhteet KIINNOSTA
(% niistä, joita kiinnostaa matka Suomeen, mutta sen
kulttuurimatkailukohteet eivät), n=160



Joukkoon mahtui muutama sellainen (6 % Suomeen tulemisesta kiinnostuneista), joka kertoi olevansa kiinnostunut matkustamaan Suomeen, mutta ei ollut kiinnostunut yhdestäkään tarjotusta kulttuurimatkailun vierailupaikasta tai aktiviteetista.

Kun tätä joukkoa pyydettiin miettimään syytä tälle, paljastui, että runsas kolmannes teki valintansa siksi, koska ei ole tarpeeksi tietoinen Suomen tarjoamista mahdollisuuksista. Tähän vetosi varsinkin moni ranskalainen.

Suomen luonto kiinnostaisi viidesosaa (saksalaisia ja venäläisiä) niin paljon, että he jättäisivät kulttuurimatkailulliset elementit väliin ollessaan Suomessa. Vajaa kolmannes ei pystynyt keksimään mitään tiettyä perustetta. Tämä osa joukosta vain totesi, ettei osaa perustella valintaansa tai ettei heillä yksinkertaisesti ole mielessä mitään erityistä syytä (ruotsalaiset ja britit).

Oheisesta taulukosta (taulukko 13) käyvät selville kulttuurin kuluttamisen tyypittelyn ryhmien (se osa niistä, jota matka Suomeen kiinnostaa) mielenkiinnon kohteet mahdollisella Suomeen suuntautuvalla matkalla.

Kahdeksas ryhmä on siinä mielessä otollinen, että sitä kiinnostaa lähes kaikki huomattavasti tai ainakin enemmän kuin muita ryhmiä.

Kyseisen ryhmän enemmistö on kiinnostunut kaikesta (pl. luonnonhistoriallinen museo) Suomesta löytämästään museo- ja arkkitehtonisen kulttuurin alaan kuuluvasta tarjonnasta. Suomalaisen elämäntyylin tarkkailu ja kiertojelukulkuuri (ajelut ja kävelyt) ovat heidän toinen erityinen mielenkiinnon kohteensa.

Kyseinen ryhmän enemmistö ei ole innostunut festivaalikulkuuriin tarjonnasta, mutta aihepiirin herättämä kiinnostus on silti tässä joukossa selvästi suurempaa kuin muihin ryhmiin kuuluvien parissa.

Taulukko 13. Kiinnostavimmat käyntikohteet ja aktiviteetit Suomen matkalla (%).

	Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3	Ryhmä 4	Ryhmä 5	Ryhmä 6	Ryhmä 7	Ryhmä 8
<i>Historiallinen/kansallismuseo</i>	34%	37%	56%	60%	54%	61%	45%	67%
<i>Kulttuurihistoriallinen museo</i>	22%	23%	50%	52%	40%	43%	29%	61%
<i>Erikoistunut museo</i>	11%	11%	30%	25%	28%	21%	16%	54%
<i>Historiallinen rakennus/monumentti</i>	32%	34%	57%	44%	49%	59%	41%	63%
<i>Taidemuseo</i>	12%	19%	32%	36%	51%	24%	21%	62%
<i>Perintö-/arkeologinen kohde</i>	22%	29%	54%	37%	36%	53%	30%	59%
<i>Luonnonhistoriallinen museo</i>	13%	17%	36%	16%	24%	27%	22%	39%
<i>Taidegalleria (moderni taide)</i>	8%	11%	21%	33%	44%	18%	15%	52%
<i>Valokuvanäyttely</i>	14%	16%	22%	35%	34%	19%	22%	50%
<i>Kuvataidetahtuma</i>	6%	6%	12%	20%	23%	8%	9%	45%
<i>Muu festivaali</i>	8%	6%	12%	24%	14%	12%	13%	42%
<i>Filmifestivaali/-tapahtuma</i>	6%	7%	4%	21%	11%	8%	7%	32%
<i>Kansanmusiikkikonsertti</i>	14%	12%	21%	47%	24%	19%	18%	44%
<i>Galleria (moderni muotoilu)</i>	7%	9%	17%	24%	34%	14%	11%	44%
<i>Kulttuurikeskus</i>	15%	20%	43%	34%	33%	28%	20%	43%
<i>Tiedekeskus</i>	10%	11%	27%	28%	18%	16%	17%	47%
<i>Jazz-/blueskonsertti</i>	2%	6%	6%	13%	21%	7%	4%	36%
<i>Ooppera/operetti</i>	3%	4%	4%	18%	16%	8%	10%	30%
<i>Klassisen musiikin konsertti</i>	4%	3%	9%	22%	24%	16%	5%	44%
<i>Baletti tai muu tanssiesitys</i>	4%	4%	4%	14%	16%	6%	9%	38%
<i>Teatteri/musikaali</i>	7%	9%	7%	23%	17%	15%	15%	38%
<i>Kirjallisuustapahtuma</i>	2%	2%	3%	7%	7%	4%	3%	20%
<i>Elämäntyylin ja ihmisten kokeminen</i>	54%	73%	81%	74%	75%	74%	73%	81%
<i>Keittiö</i>	53%	74%	85%	81%	76%	73%	77%	83%
<i>Perinteinen maaseutumiljö</i>	43%	56%	65%	79%	59%	56%	60%	70%
<i>Sirkus</i>	4%	3%	4%	9%	1%	7%	11%	9%
<i>Eläinpuisto/kasvitieteellinen puutarha</i>	32%	31%	40%	54%	29%	40%	50%	50%
<i>Kiertojelu</i>	44%	59%	56%	75%	59%	66%	66%	71%
<i>Opastettu kulttuurikiertokävely</i>	44%	51%	58%	72%	66%	69%	59%	76%
<i>Pyhiinvaellus</i>	2%	2%	7%	17%	2%	6%	4%	17%
<i>Pop-/rock-konsertti</i>	5%	13%	9%	17%	15%	10%	10%	26%
<i>Urheilutapahtuma/stadion</i>	5%	17%	12%	29%	8%	8%	14%	18%

Museo- ja arkkitehtonisen kulttuurin kohteet kiinnostavat myös muita ryhmiä. Näille on kuitenkin tyypillistä ikään kuin poimia ”rusinat pullasta”; jotkut kohteet kiinnostavat jopa enemmistöä, mutta vierailu toisissa innostaisi vain harvoja.

Historiallinen tai kansallismuseo sekä historialliset rakennukset ja monumentit olisivat kaikkien mielestä ainakin melko kiinnostavia vierailukohteita Suomessa. Ryhmiin 3 ja 6 kuuluvat saattaisivat käydä

jossakin arkeologista arvoa omaavassa tai perintökohteessa, ensin mainitut – yhdessä ryhmään 4 kuuluvien kanssa – tuntiessa kiinnostusta myös kulttuurihistoriallista museota kohtaan.

Kolmanteen ryhmään kuuluvien parissa halukkuus vieraila kulttuurikeskuksissa on keskimääräistä suurempi. Neljäs ja viides ryhmä ovat kahdeksannen kanssa ainoat, joissa suhteellinen into käydä Suomessa järjestettävässä klassisen musiikin konsertissa on mainittavaa tasoa.

Elämäntyylin tarkkailua ja kiertojelukulutturia kohtaan tunnettu kiinnostus ei ole pelkästään kahdeksannen ryhmän ominaisuus, vaikka se edustaakin molemmissa joukon innostuneinta osaa. Kolmas ryhmä on aivan yhtä kiinnostunut ensin mainitusta ja neljäs ryhmä jälkimmäisestä.

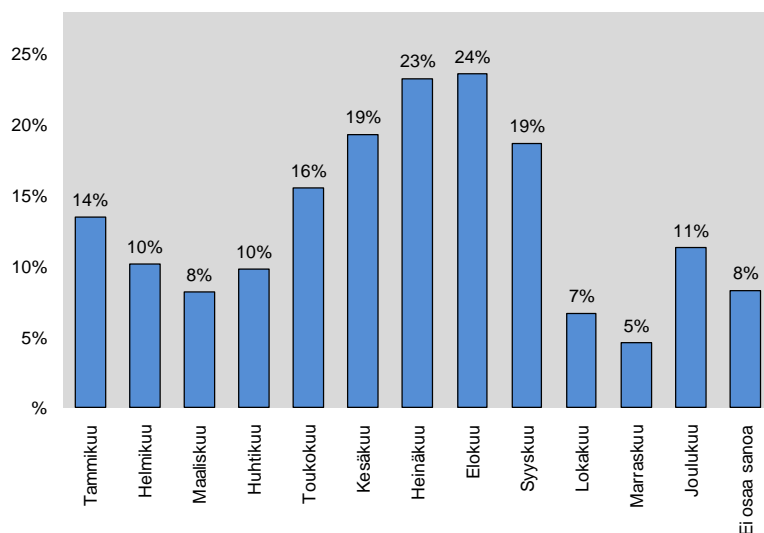
Itse asiassa yhtä tapausta lukuun ottamatta kaikkien ryhmien enemmistöt pitävät molempiin kuuluvia aktiviteetteja kiinnostavina. Kyseinen säännön vahvistava poikkeus ovat ensimmäisen ryhmän jäsenet, joista ”vain” 44 prosenttia olisi kiinnostunut osallistumaan kiertojelulle tai – kävelyille Suomeen suuntautuvalla matkalla.

6.3 Preferoidut ajankohdat ja majoitusvaihtoehdot

Mieluiten Suomeen matkustettaisiin kesälomien aikaan, heinä- ja elokuussa. Toinen, hieman pienempi sesonki ajoittuisi uuden vuoden molemmin puolin.

Kysymys oli laadittu siten, että kukin Suomeen suuntautuvasta matkasta kiinnostunut sai valita kaksi itselleen sopivinta kuukautta.

SOPIVIMPINA PIDETYT KUUKAUDET (2 kpl.) MATKUSTAA SUOMEEN LOMAMATKALLE (% niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen, n=2669)



Varsinkin ruotsalaiset suosivat heinä- ja elokuuta: heistä 42 prosenttia valitsi ne. Venäläisille tammikuu on mieluisampi kuin muille. Joka kolmas venäläinen valitsi tämän kuukauden. Ranskalaiset ovat muita alttiimpia matkustamaan Suomeen helmi- (14 %) ja joulukuussa (15 %). Saksalaiset voisivat heinä- ja elokuun lisäksi lähteä liikkeelle touko- (20 %) tai kesäkuussa (24 %) tai hieman myöhemmin eli syyskuussa (22 %).

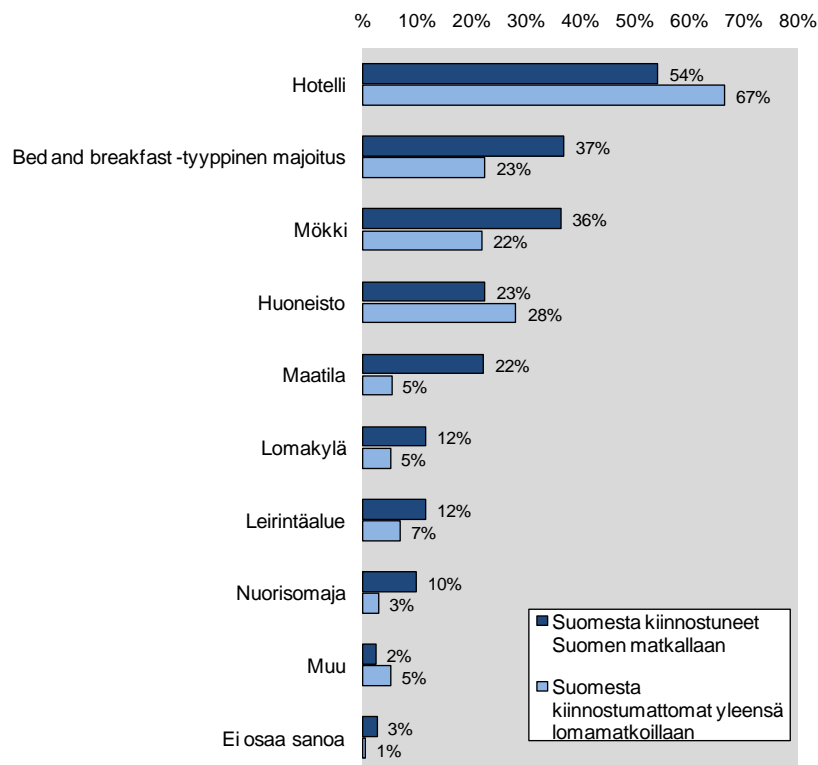
Kulttuurimatkailun kannalta tärkeimmän kohderyhmän tai tyyppittelyn yhteydessä konstruoitujen ryhmien ajankohtaa koskevat mieltymykset eivät poikenneet merkittävästi koko joukon valinnoista.

Enemmistö suosisi Suomessa hotellimajoitusta. Runsaalle kolmannekselle kävisi bed and breakfast-tyyppinen majoitus tai mökki. Osa kaupunkiin ja taajamiin suunnistavista voisi yöpyä huoneistoissa ja maaseudulla viihtyvistä maataloissa. Lomakylät, nuorisomajat ja leirintäalueet olisivat noin joka kymmenennelle mieluisa vaihtoehto.

Ne tutkimukseen osallistuneet kulttuurimatkailijat, jotka eivät tunne mielenkiintoa Suomeen matkustamiseen, arvioivat omia preferenssejään yleisemmältä pohjalta: minkälaista majoitusta he suosivat yleensä lomamatkoillaan.

Heidän parissaan hotellien suosio on selvästi suurempi (muiden majoitustyyppien kustannuksella) kuin niillä, jotka ovat kiinnostuneita Suomen matkasta. Kaksi kolmesta haluaisi majoittua hotelliin lomallaan.

LOMAMATKOILLA SUOSITUT MAJOITUKSET (%), n=5006



Mökkien, huoneistojen ja bed and breakfast -paikkojen suosio jäi tässä ryhmässä lähelle 25 prosenttia, muiden majoitustyyppien kannatuksen oltua marginaalisempaa.

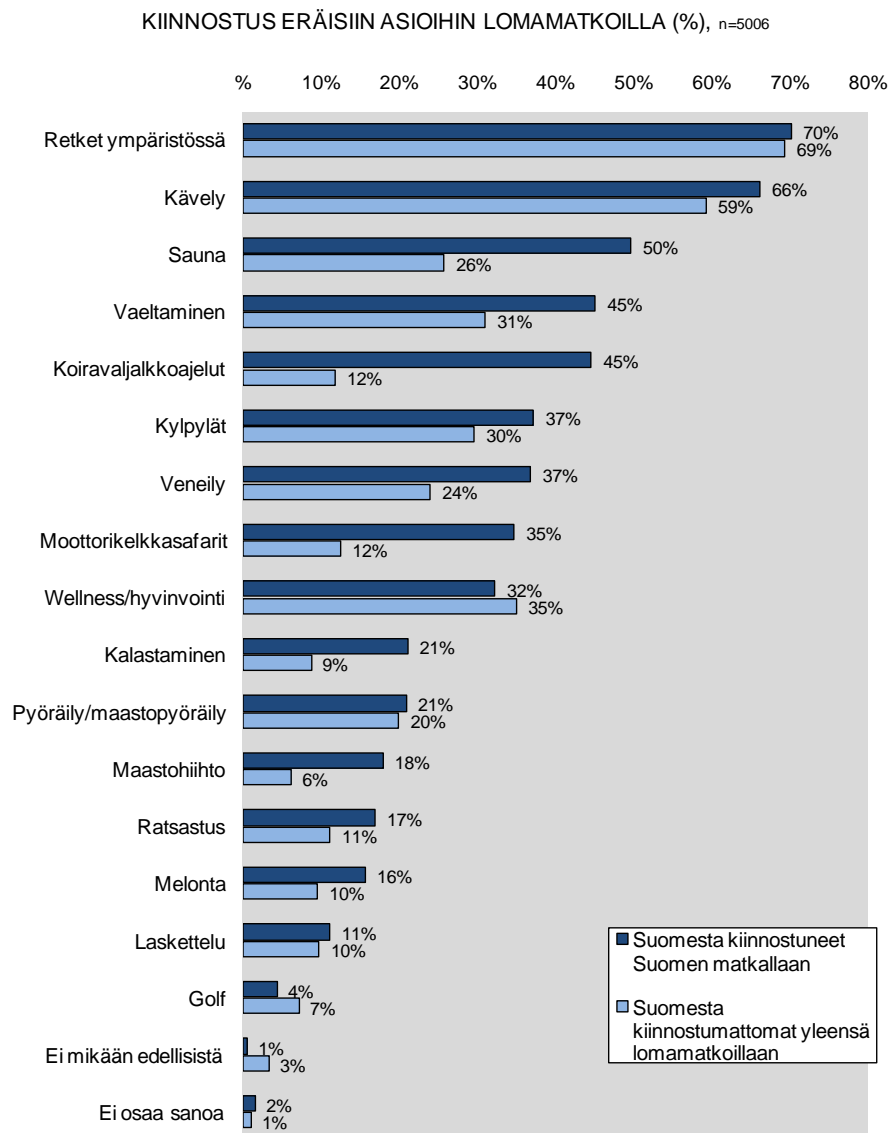
Suomeen matkustamisesta kiinnostuneet ruotsalaiset ja britit valitsisivat kaikkein useimmin hotellin. Bed and breakfast kävisi keskimääräistä useammalle saksalaiselle ja ranskalaiselle. Venäläisistä aivan yhtä suuri osa ei haluaisi sellaista majoitusta, mutta mökki sen sijaan maistuisi heille. Myös saksalaiset pitävät ajatusta mökkimajoituksesta hyvänä. Heistä keskimääräistä useampi (37 %) voisi lisäksi yöpyä huoneistossa. Monelle venäläiselle (24 %) kävisi leirintäalue.

Lisäksi tiedusteltiin, eräiden muiden loma-aktiviteettien mieltymistä. Jälleen Suomeen suuntautuvasta matkasta kiinnostuneet saivat arvioida aktiviteetteja ikään kuin olisivat maassamme matkalla. Muiden vastaukset kuvastavat kiinnostusta kyseisiin asioihin yleensä loman aikana..

Retket, reippailu ja kävely olivat molempien toivelistan kärjessä. Sauna, vaeltaminen, koiravaljakkoajelut ja moottorikelkkasafarit taas miellyttivät huomattavasti enemmän niitä, jotka voisivat tulla Suomeen. Myös kalastamisen, maastohiihdon sekä osin veneilynkin voi lukea sellaisiksi aiheiksi.

Suomesta kiinnostuneiden mieltymyksistä löytää tiettyjä maakohtaisia eroja. Saksalaiset pitävät ympäristöön suuntautuvista retkistä, vaeltamisesta, veneilystä, melonnasta ja wellness-palveluista keskimääräistä enemmän.

Ranskalaiset taas ovat innokkaita koiravaljakkoajeluiden, moottorikelkkasafarien ja vaeltamisen ystäviä. Kävely, sauna, veneily, kalastaminen, hiihto (sekä murtomaa että laskettelu) ja ratsastus miellyttävät paljon venäläisiä.



Ruotsalaiset ovat keskimääräistä innostuneempia kalastamisesta ja golfista, mutta muuten he erottuvat joukosta, koska eivät tunteneet kiinnostusta aivan kaikkiin listattuihin asioihin. Moottorikelkkasafarit ja kävely ovat hyviä esimerkkejä sellaisista.

Britit eivät juuri innostuneet vaeltamisesta, mutta kävely ja retket ympäristöön maistuisivat heille. Myös moottorikelkkasafarit tuntuvat heistä mielenkiintoisilta.

Kulttuurimatkailun keskeisen kohderyhmän mieltymykset eivät merkittävästi eronneet niiden valinnoista, jotka pitävät Suomea mielenkiintoisena matkailukohteena. Oheiseen taulukkoon (taulukko 14) merkittyjen kulttuurinkuluttamisen tyypittelyssä konstruoitujen ryhmien väliset näkemykset puolestaan sisältävät jonkin verran eroja.

Taulukko 14. Eräiden aktiviteettien kiinnostavuus osana Suomen matkaa (%).

	Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3	Ryhmä 4	Ryhmä 5	Ryhmä 6	Ryhmä 7	Ryhmä 8
<i>Kävely</i>	61%	68%	69%	70%	69%	68%	67%	72%
<i>Vaeltaminen</i>	40%	49%	43%	60%	43%	53%	41%	45%
<i>Kalastaminen</i>	19%	22%	19%	34%	14%	16%	27%	32%
<i>Veneily</i>	31%	38%	37%	38%	37%	42%	37%	50%
<i>Melonta</i>	14%	24%	15%	6%	17%	16%	10%	15%
<i>Pyöräily/maastopyöräily</i>	14%	27%	18%	20%	23%	24%	24%	27%
<i>Ratsastus</i>	13%	20%	19%	26%	15%	15%	19%	19%
<i>Golf</i>	3%	8%	4%	4%	8%	4%	1%	6%
<i>Retket ympäristössä</i>	62%	70%	80%	79%	72%	75%	73%	69%
<i>Maastohiihto</i>	13%	16%	15%	28%	15%	21%	21%	35%
<i>Laskettelu</i>	8%	12%	12%	15%	11%	11%	11%	20%
<i>Koiravaljalkkoajelut</i>	40%	45%	51%	55%	46%	46%	45%	44%
<i>Moottorikelkkasafarit</i>	28%	41%	45%	33%	25%	33%	34%	47%
<i>Wellness/hyvinvointi</i>	28%	38%	40%	21%	46%	35%	23%	29%
<i>Kylpylät</i>	32%	38%	40%	43%	44%	35%	41%	42%
<i>Sauna</i>	37%	55%	53%	61%	55%	47%	55%	72%

Esimerkiksi saunaa kohtaan tunnettu kiinnostus vaihtelee. Pienin se on ensimmäisellä ryhmällä (37 %) ja suurin kahdeksannella (72 %). Vastaavaa kylpylöitä koskevaa eroa ei sen sijaan löydy.

Muuten erot ovat luonteeltaan yksittäisiä. Esim. ryhmään 8 mahtuu suhteellisesti ottaen paljon veneilyn ystäviä. Myös hiihto on heille läheinen laji.

6.4 Rahankäyttöön liittyviä tekijöitä

Tutkimukseen sisällytettiin myös eräitä rahankäyttöä koskevia kysymyksiä. Niihin annettuihin vastauksiin tulee suhtautua varauksin. Kyseessä ovat Suomen matkasta kiinnostuneiden henkilöiden arviot siitä, mitä he olisivat valmiita maksamaan tietyistä asioista, mikäli päättäisivät lähteä matkalle Suomeen.

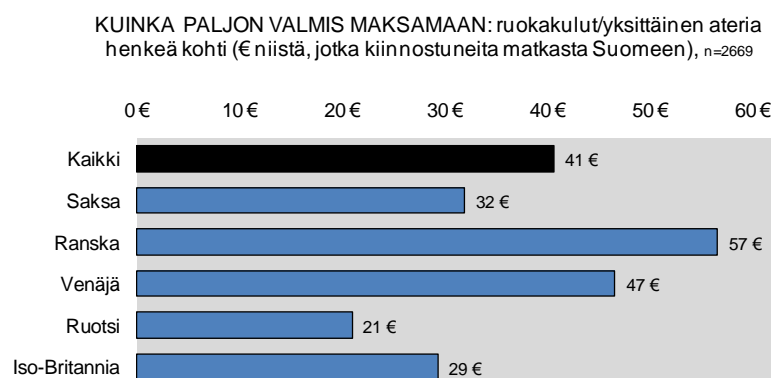
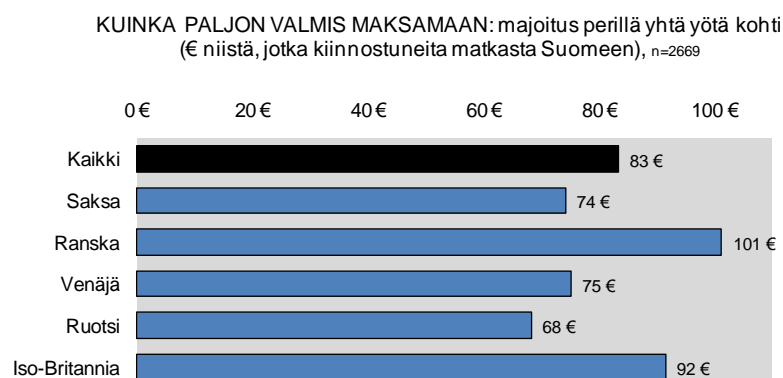
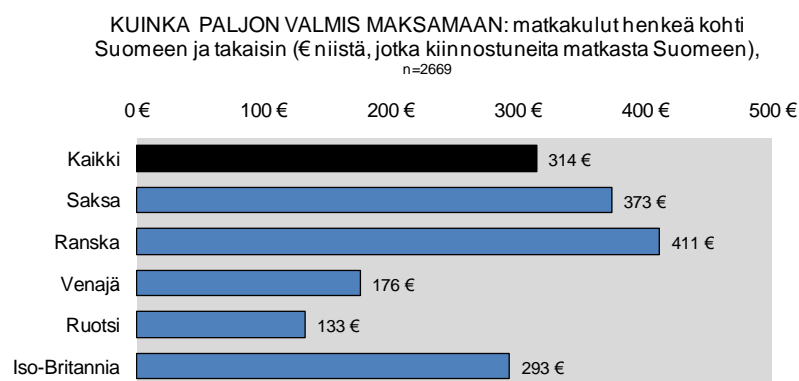
Mitään oletuksia matkan kestosta, seurueen suuruudesta (yksin vai perheen tms. kanssa) tai sisällöstä ei annettu. Jokainen vastaaja arvioi tilannetta täysin subjektiivisista ja tässä yhteydessä vaille selvitystä jäävistä lähtökohdista.

Ainoa matkaa koskeva, julkilausuttu oletus oli, että sen tuli sisältää jokin tai joitakin tässä tutkimuksessa käsitellyistä kulttuurimatkailun elementeistä.

Esitettävät luvut ovat aritmeettisia keskiarvoja, mikä on kaikkein yleisimmin käytetty keskiluku. Ongelmana on, että muutamat ääriarvot vaikuttavat aritmeettiseen keskiarvoon voimakkaammin kuin eräisiin muihin keskilukuihin (näin on tässä tapauksessa ateriointiin liittyvien kulujen kohdalla).

Ranskalaiset ja saksalaiset antoivat lukunsa euroina, ruotsalaiset ja britit omissa valuutoissaan. Venäläisiä pyydettiin vastatessaan ilmoittamaan summat USA:n dollareina. Analyysiä varten kaikki summat muunnettiin euromääräisiksi.

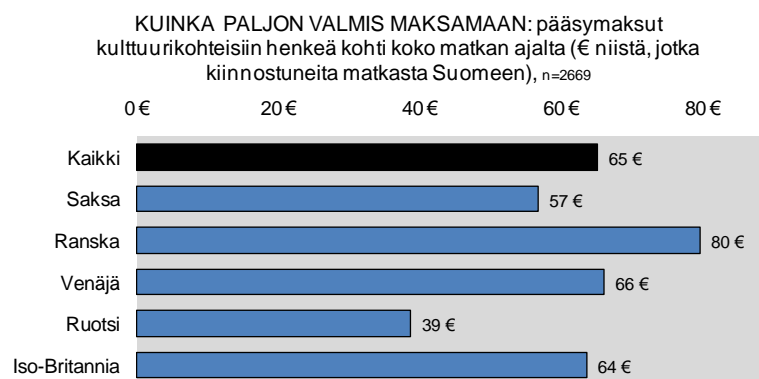
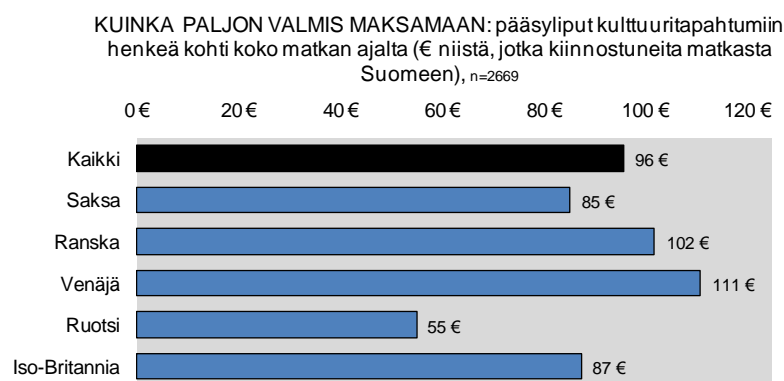
Ensimmäinen kysymys liittyi matkakuluihin. Vastaajia pyydettiin kertomaan, kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan yhtä matkustajaa kohti matkakuluja Suomeen suuntautuvalla kulttuurimatalla. Keskimääräinen summa asettui 314 euroon.



Ranskalaiset olisivat valmiita maksamaan matkasta 411 euroa/henkilö. Saksalaisten keskimääräinen summa (€ 373) nousi melkein yhtä suureksi, brittien ilmoittama rahamäärän (€ 293) jäätyä lähelle koko joukon keskiarvoa. Venäläisten (€ 176) ja ruotsalaisten (€ 133) ilmoittamat summat olivat selvästi pienemmät. Lähempää tietysti pääsee halvemmalla perille, eikä välttämättä tarvitse turvautua lentokoneeseen.

Ranskalaiset olivat valmiita maksamaan keskimääräistä enemmän myös kahdesta muusta matkakustannukseen lukeutuvasta asiasta eli majoituksesta ja aterioista. Kun koko joukolle kävisi 83 euron kustannuksen yötä kohti, ranskalaiset olivat valmiita 101 euroon. Brittien raja kulkisi 92 eurossa, muiden edellyttäessä hieman edullisempaa, noin 70 euron majoitusta.

Ruoka on toinen kuluerä, missä ranskalaisille sopiva hintataso oli korkeampi kuin muilla. He voisivat maksaa aterialta jopa 57 euroa henkilöä kohti. Myös venäläiset olisivat valmiita sijoittamaan ruokailuun keskimääräistä suuremman summan (€ 47). Asteikon toinen ääripää muodostuu ruotsalaisista. He eivät haluaisi maksaa paljontaan yli 20 euroa.

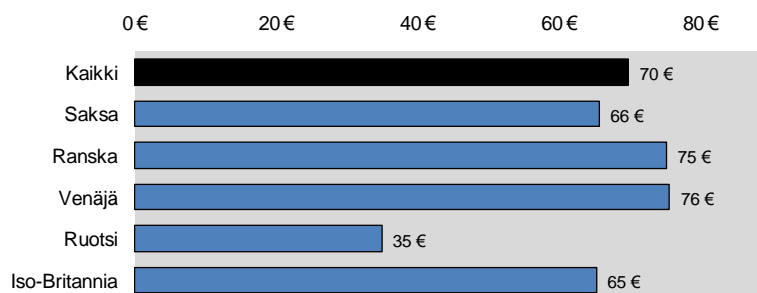


Neljä muuta arvioinnin kohdetta (kuviot tällä ja seuraavalla sivulla) liittyi suoraan kulttuurimatkailuun. Ranskalaisilla ja venäläisillä vaikuttaisi – ainakin esittämiensä vastausten perusteella – olevan valmius sijoittaa kyseisiin asioihin suurempia summia kuin muilla.

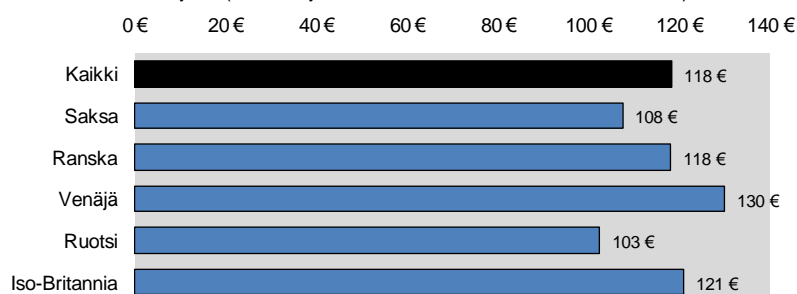
Ruotsalaiset ilmoittivat huomattavasti pienempiä summia. He sijoittaisivat esim. kulttuuritapahtumien pääsylippuihin, kulttuurikohteiden pääsymaksuihin sekä kulttuuriteemoja sisältäviin kiertojoukkoihin noin 60 prosenttia siitä mitä muut keskimäärin.

Kun puhe oli tiettyyn kulttuuriteemaan liittyvistä, yöpymisen sisältävistä kiertomatkoista, ruotsalaisille sopivat hinnat olivat lähellä koko joukon keskiarvoa. Osaselitys ruotsalaisten tuloksille voi löytyä kysymyksenasettelusta. Siinä nimittäin pyydettiin miettimään po. neljän asian hintoja koko matkan ajalta.

KUINKA PALJON VALMIS MAKSAMAAN: kulttuuriteemoja sisältävät kiertoajelut henkeä kohti koko matkan ajalta (€ niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen), n=2669



KUINKA PALJON VALMIS MAKSAMAAN: tiettyyn kulttuuriteemaan liittyvät, yöpymisen sisältävät kiertomatkat/retket henkeä kohti koko matkan ajalta (€ niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen), n=2669



Jos oletetaan, että ruotsalaisista saapuisi maahamme laivaristeilyllä tai muusta syystä viettäisi Suomessa lyhyemmän ajan, summienkin voisi ajatella jäävän pienemmiksi. Toisaalta heidän esittämänsä rahamäärät olivat joukon alhaisimmat myös silloin, kun arvioitiin yksittäistä kuluerää henkeä kohti.

Oheisesta taulukosta käyvät ilmi kulttuurimatkailun keskeiseen kohderyhmään sekä tyypittelyn ryhmiin kuuluvien ilmoittamat keskimääräiset summat kaikista seitsemästä asiasta.

Kohderyhmään kuuluvien matkakuluja koskevat summat ovat aavistuksen pienemmät kuin koko joukolla keskimäärin, mutta kulttuurimatkailuun liittyvät suurin pirtein saman verran suuremmat.

Taulukko 15. Valmius maksaa eräistä asioista Suomeen suuntautuvalla kulttuurimatkalla (%).

Kohde-ryhmä	Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3	Ryhmä 4	Ryhmä 5	Ryhmä 6	Ryhmä 7	Ryhmä 8	
Matkakulut henkeä kohti	305 €	316 €	327 €	301 €	228 €	351 €	340 €	264 €	354 €
Majoitus perillä/yö	80 €	77 €	83 €	87 €	86 €	93 €	90 €	86 €	75 €
Ruokakulut/ateria/henkilö	34 €	41 €	38 €	45 €	46 €	49 €	37 €	42 €	35 €
Pääsyliput kulttuuritapahtumiin	100 €	80 €	81 €	79 €	104 €	105 €	102 €	121 €	153 €
Pääsymaksut kulttuurikohteisiin	69 €	54 €	62 €	60 €	79 €	67 €	77 €	74 €	78 €
Kulttuurikiertoajelut	76 €	60 €	65 €	71 €	82 €	78 €	83 €	78 €	62 €
Kulttuurikiertomatkat	128 €	101 €	114 €	118 €	129 €	134 €	137 €	118 €	139 €

Aiemmin kulttuurimatkailumyönteiseksi osoittautunut kahdeksas ryhmä on valmis sijoittamaan jonkin verran muita enemmän matkakuluihin sekä kulttuuritapahtumien pääsylippuihin. Muuten mikään ryhmä ei varsinaisesti erotu toisista. Kaikkien arviot sopivista summista ovat enemmän tai vähemmän samansuuruisia.

7 Suomeen kohdistuvan kulttuurimatkailun kysynnän määrästä ja suunnasta

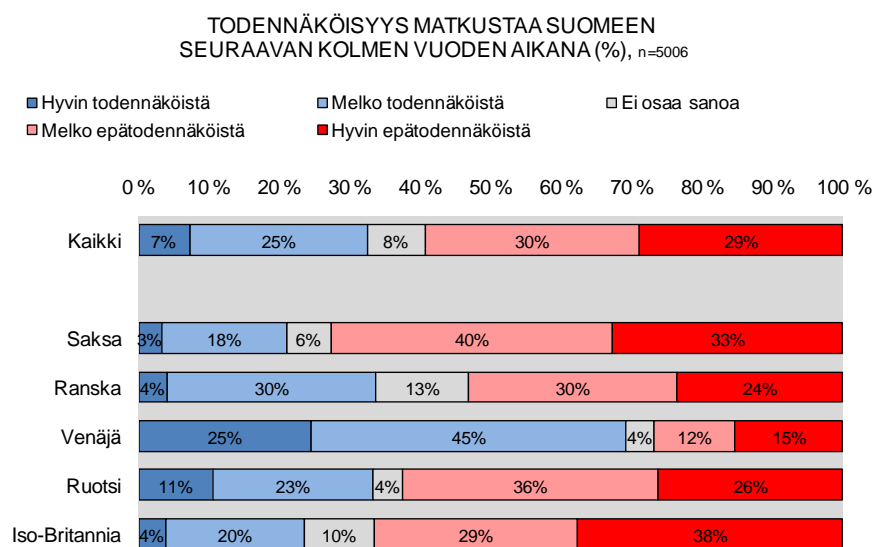
On selvää, että vain osa Suomea ja sinne matkustamista koskevasta kiinnostuksesta realisoituu. Siksi tutkimukseen osallistuneilta tiedusteltiin erikseen, kuinka todennäköisenä he pitävät, että matkustavat maahamme seuraavan kolmen vuoden aikana.

Seitsemän prosenttia koko joukosta piti sellaista matkaa hyvin todennäköisenä, ja joka neljäs totesi sen tuntuvan melko todennäköiseltä. Enemmistö ei usko matkustavansa lähiaikoina Suomeen. 29 prosenttia oli asiasta niin vakuuttunut, että valitsi vaihtoehdon hyvin epätodennäköistä, 30 prosentin kertoessa sen matkan olevan melko epätodennäköinen.

Saksalaisista suurempi osa kuin muista kansallisuuksista lukeutuu siihen ryhmään, joka tuskin lähtee Suomeen. Myös brittien parista löytää paljon niitä, jotka matkustavat mieluummin muualle.

Joka kymmenes ruotsalainen pitää matkustamista Suomeen seuraavan kolmen vuoden kuluessa hyvin todennäköisenä. Venäläiset kuitenkin muodostavat tässä suhteessa aivan oman ryhmänsä. Heistä nimittäin peräti joka neljännellä matka maahamme on aikakin ns. vakavassa harkinnassa.

Lisäksi 45 prosenttia tutkimukseen osallistuneista itänaapureistamme valitsi tässä yhteydessä vaihtoehdon melko todennäköistä.



Kun suhteuttaa tuloksen siihen väkimäärään, mitä tutkimus kussakin maassa edustaa, tilanne luonnollisesti tasoittuu. Huomio kannattaa kiinnittää vain siihen joukkoon, joka todella on kiinnostunut Suomesta ja pitää tänne matkustamista erittäin todennäköisenä. Todennäköisin kulttuurimatkalle saapuva turistivirta nimittäin koostunee ainakin suurimmalta osin tästä joukosta.

Näin päästään kiinni tietynlaiseen kulttuurimatkailun vuosittaiseen potentiaaliin, eräänlaiseen teoreettiseen maksimiin, mikä voisi olla houkuteltavissa maahamme kulttuurimatkalle.

Saksalaisten kohdalla kulttuurimatkailun potentiaali on noin kolminkertainen todelliseen matkailijamäärään (376.000 vuonna 2008) verrattuna, samoin britannialaisten, joista 316.000 vieraili maassamme vuonna 2008. Ranskalaisten parissa tämä teoreettinen maksimi ylittää todellisen (120.000) jopa kuusinkertaisesti. Venäläisten (2.300.000 matkaa Suomeen 2008) maksimi ylittää vain hieman todellisten matkojen määrän ja ruotsalaisten (765.000 vuonna 2008) jopa alittaa sen.

Tulee muistaa, että siinä missä tämän tutkimuksen luku havainnoi mielenkiintoa, tilastosta käy ilmi todellinen käyttäytyminen. Ennen kuin vaikkapa ranskalaisten periaatteellinen kiinnostus (vaikka se olisi niin voimakasta, että tiettyä käyttäytymistä pidetään hyvin todennäköisenäkin) aktualisoituu matkaksi Keski-Euroopasta katsoen kaukaiseen ja eksoottiseen Suomeen, monta estettä on ylitettävä ja useita väliintulevia tekijöitä eliminoitava.

Ruotsalaisille tässä tutkimuksessa mitatut luvut taas aliarvostavat ruotsalaisten yleensä Suomeen suuntaavaa matkailua. Muiden tehtyjen tutkimusten perusteella kuitenkin ollaan tietoisia, että länsinaapuriemme matkat Suomeen sisältävät huomattavasti vähemmän kulttuurimatkailun piirteitä kuin monesta muusta länsimaasta kotoisin olevien.

Ruotsalaisten Suomen vierailuihin liittyy usein työnteko tai sukulaisten ja tuttavien luona vieraileminen. Maantieteellinen ja kulttuurinen läheisyys eivät välttämättä suosi kulttuurimatkailua.

Venäläiset ovat yleensäkin ottaen suurin Suomeen matkustava kansallisuus. Lisäksi muissa yhteyksissä on havaittu, että heistä suhteellisesti ottaen keskimääräistä useampi saapuu Suomeen vapaa-ajan matkalle. Jos käytettävissä on rahaa, sitä käytetään myös kulttuurimatkailuun.

Seuraavassa vaiheessa Suomeen matkustamista hyvin todennäköistä pitävää joukkoa kavennettiin vielä siten, että joukosta poistettiin sellaiset henkilöt, jotka eivät pitäneet matkaa erittäin mielenkiintoisena.

Jäljelle jäävä ryhmä koostuu siis vain ja ainoastaan sellaisista henkilöistä, jotka pitävät Suomeen matkustamista sekä erittäin kiinnostavana että hyvin todennäköisesti toteutuvana asiana. Tämä joukko on esitetty seuraavan sivun kuviossa.

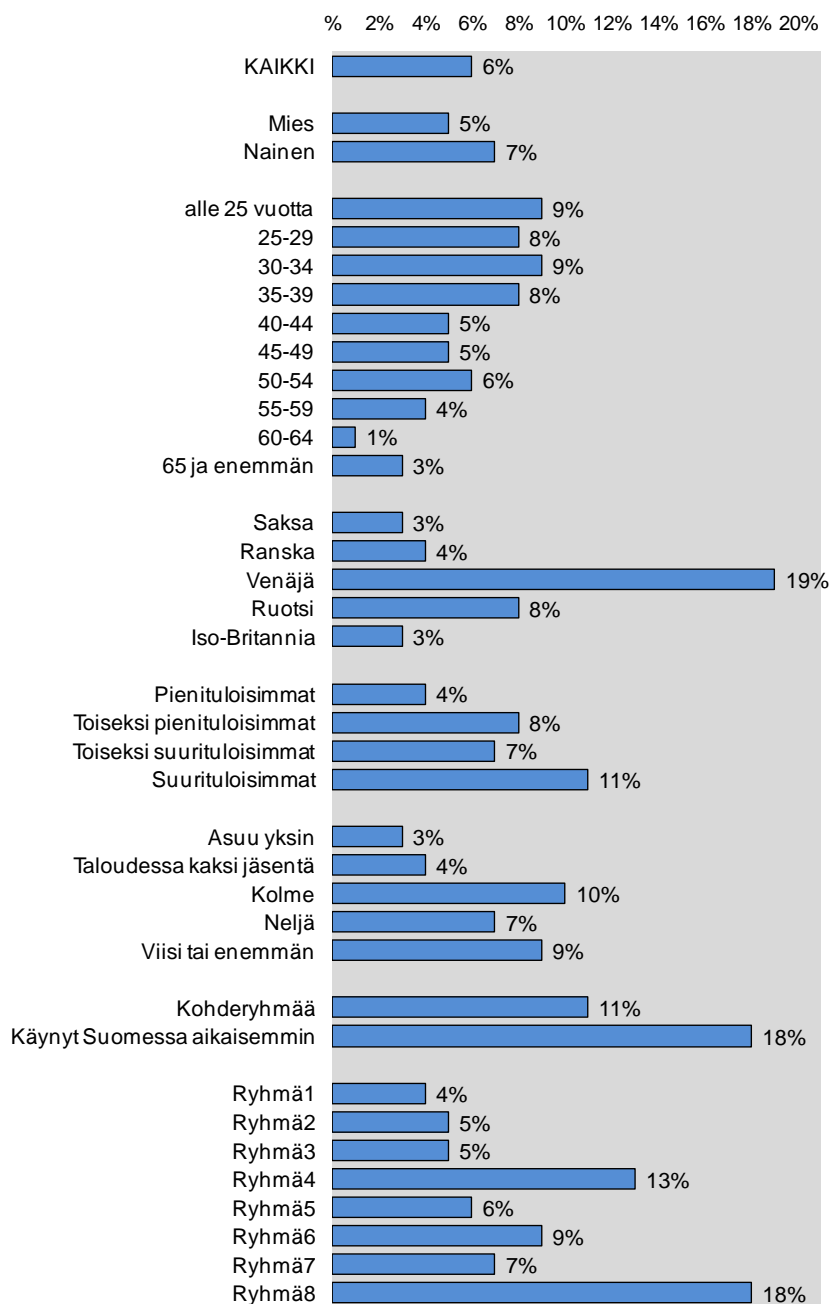
Jo edellä esitettyjen eri kansallisuuksien välisten erojen lisäksi jo edellä käsiteltyjen erojen lisäksi siitä havaitsee, että Suomeen matkustamiseen liittyy melkoinen annos nuorekkuutta. Se, että lähtöinto on useampijäsenisissä talouksissa keskimääräistä suurempi, vihjaa mahdollisuudesta saada maahamme vieraiksi perhematkailijoita.

Kuuluminen omassa maassaan hyvätuloihin ja sitä myöten ylempään keskiluokkaan, paremmin koulutettuihin ja työelämässä parempiin asemiin, ovat myös tekijöitä, jotka lisäävät Suomea kohtaan tunteita kiinnostusta.

Lisäksi, jos kyse on arvomaailmaltaan sellaisesta henkilöstä, että hän kuuluu maahamme kohdistuvan kulttuurimatkailun keskeiseen kohderyhmään, on kaksi kertaa keskimääräistä todennäköisempää, että hän tuntee polttavaa halua matkustaa Suomeen.

Mikäli hän on vierailut Suomessa jo aikaisemmin, matkalle lähtemisen todennäköisyys nousee kolminkertaiseksi. Kun nämä kaksi ominaisuutta yhdistää, kiinnostus kasvaa lähes viisinkertaiseksi, kun sitä vertaa koko joukkoon keskimäärin. Kulttuurin kuluttamisen tyypittelyn perusteella konstruoiduista ryhmistä neljännellä ja etenkin kahdeksannella on keskimääräistä suurempi alttius matkustaa Suomeen.

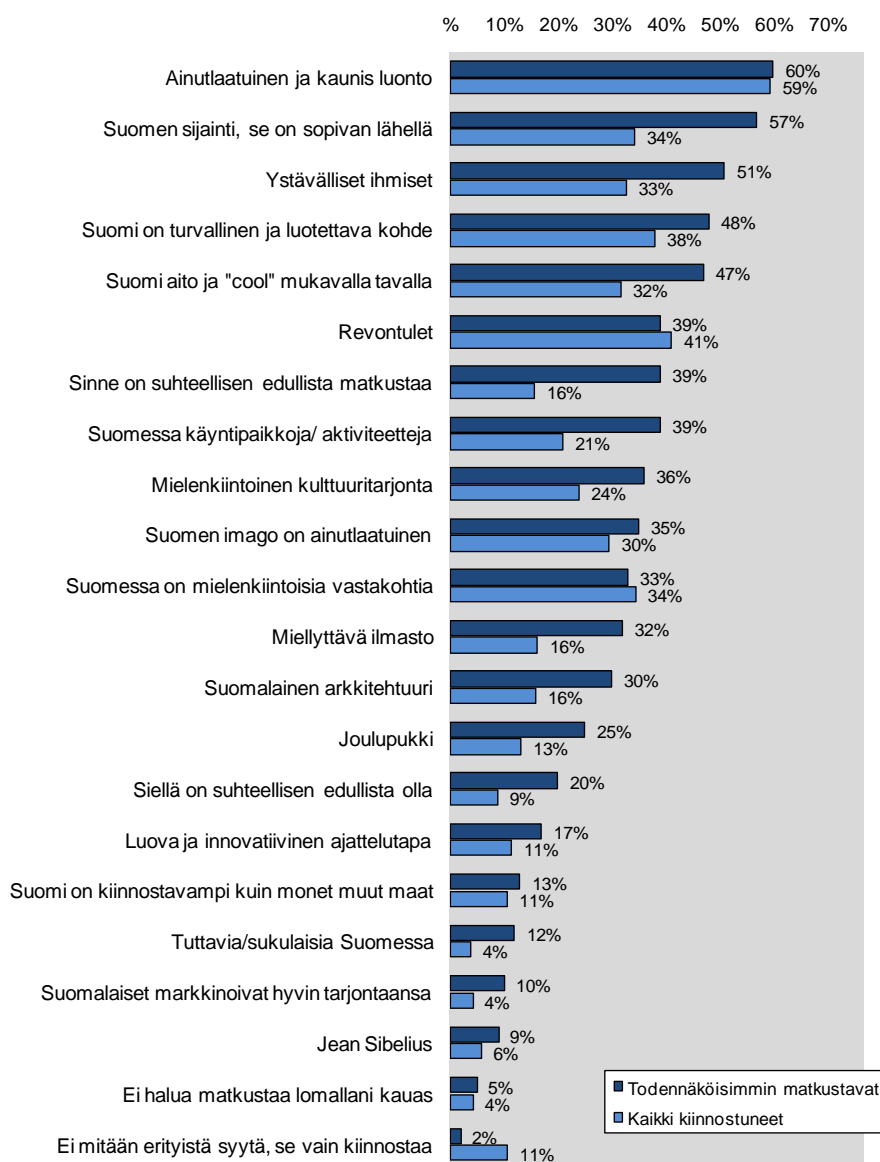
TODENNÄKÖISIMMIN SUOMEEN MATKUSTAVAT (erittäin kiinnostuneita + pitävät matkaa hyvin todennäköisenä) (%) n=5006



Seuraavien sivujen graafisissa esityksissä on kuvattu maahamme todennäköisimmin matkustavien ilmoittamia perusteita lähteä matkalle sekä kiinnostusta ottaa osaa eräisiin aktiviteetteihin mahdollisen Suomen lomansa aikana.

Maastohiihto, kalastaminen ja ratsastus olisivat heitä erityisesti kiehtovaa lomatekemistä Suomessa. Muilta osin heidän preferenssinsä myötäilevät hyvin Suomessa lomailusta kiinnostuneiden valintoja. Kun näitä vertaa tässä yhteydessä esitettyihin yleisempiin mieltymyksiin, saa vahvistusta ajatukselle, että tietyt luontoon ja ulkoiluun liittyvät asiat todella ovat keskeisiä vetovoimatekijöitä Suomen matkan taustalla.

SYYT MATKUSTAA SUOMEEN (%)



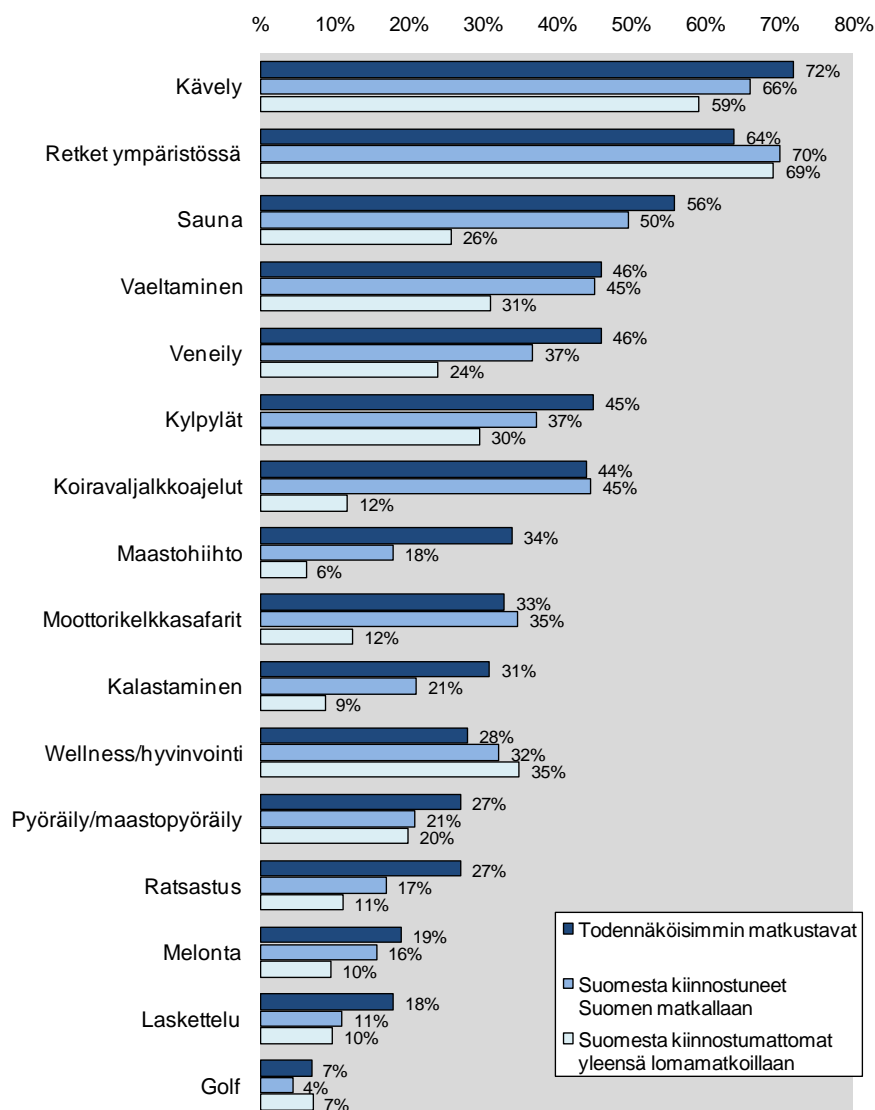
Tänne matkustamisesta aivan erityisesti kiinnostuneen joukon ilmoittamat perusteet ovat pääosin samat kuin niillä, joita Suomi kiinnostaa ylipäänsä (mutta joiden matkustaminen tänne on epätodennäköisempää).

Ensin mainitut kuitenkin vetoavat huomattavasti useammin matkustamisen edullisuuteen ja helppouteen sekä oleskelun kohtuulliseen hintaan. Myös suomalaisten mukavien ihmisten ja Suomessa vallitsevan rennon tunnelman merkitys on tälle ryhmälle suurempi.

Kulttuurimatkailun kannalta ilahduttavaa on, että kyseisestä joukosta suurempi osa kuin Suomesta yleensä ottaen kiinnostuneista uskoo löytävänsä Suomesta käyntipaikkoja ja aktiviteetteja. Heistä suurempi osa myös arvelee löytävänsä Suomesta mielenkiintoista kulttuuritarjontaa.

Heidän periaatteellinen halukkuutensa vieraillla eri kohteissa tai ottaa osaa yksittäisiin aktiviteetteihin Suomessa on lähes kautta linjan suhteellisesti ottaen suurempi kuin maahamme matkustamisesta ylipäänsä kiinnostuneiden.

KIINNOSTUS ERÄISIIN ASIOIHIN LOMAMATKOILLA (%)



Vain kosketukset maamme elämäntyyliin ja ihmisiin sekä osallistuminen kiertoajeluille ja -kävelyille saa kummassakin ryhmässä yhtä suuren kannatuksen. Kaikki muut – olipa kyse mistä faktoroinnilla paljastelusta kulttuurin lajityypistä tahansa – ovat todennäköisimmin maahamme matkustavien parissa keskimääräistä halutumpia kohteita Suomessa.

Kulttuurinkuluttamisen tyyppitelyssä muodostettua ryhmistä kolme osoittautui maahamme kohdistuvan kulttuurimatkailun kannalta mielenkiintoiseksi: näiden ryhmien jäseniin nimittäin lukeutuu keskimääräistä enemmän sellaisia, jotka leikittelevät mielessään lähtemisellä kulttuurimatkalle Suomeen.

Taulukkoon 16 on kerätty eräitä heihin liittyviä sosiodemografisia piirteitä. Heidä (=suomen matkaa pohtivat) voi verrata sekä heidän omaan ryhmäänsä että koko vastaajajoukkoon yhteensä (oikeanpuoleisin sarake).

SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet: Suomen matkoista kiinnostuneet vs. todennäköisimmin matkustavat (%)



Taulukko 16. Todennäköisimmin Suomeen matkustavien ominaisuuksia eräissä tyypittelyn ryhmissä (%).

	Ryhmä 4		Ryhmä 6		Ryhmä 8		Kaikki yhteensä
	Kaikki yhteensä	Suomen matkaa pohtivat	Kaikki yhteensä	Suomen matkaa pohtivat	Kaikki yhteensä	Suomen matkaa pohtivat	
Miehiä	55%	27%	55%	25%	51%	36%	48%
Naisia	45%	73%	45%	75%	49%	64%	52%
Alle 30 -vuotiaat	13%	27%	12%	26%	22%	33%	21%
30-39-vuotiaat	13%	23%	14%	22%	19%	24%	19%
40-49 -vuotiaat	19%	14%	16%	20%	19%	27%	18%
50-59 -vuotiaat	32%	36%	25%	25%	30%	15%	21%
60 enemmän	22%	%	33%	7%	11%	%	19%
Pienituloisimmat	16%	7%	18%	5%	16%	12%	20%
Toiseksi pienituloisimmat	24%	33%	24%	37%	29%	16%	23%
Toiseksi suurituloisimmat	41%	33%	27%	29%	19%	32%	30%
Suurituloisimmat	20%	27%	32%	29%	36%	40%	27%
Asuu yksin	14%	%	17%	12%	20%	3%	20%
Taloudessa kaksi jäsentä	33%	40%	47%	23%	24%	12%	39%
Kolme jäsentä	18%	30%	17%	37%	20%	40%	18%
Neljä jäsentä	25%	25%	13%	18%	26%	21%	16%
Viisi tai enemmän	8%	5%	6%	10%	10%	24%	6%
Saksalaiset	13%	18%	41%	23%	21%	9%	36%
Ranskalaiset	27%	23%	23%	14%	20%	3%	21%
Venäläiset	46%	55%	17%	52%	43%	73%	16%
Ruotsalaiset	3%	4%	2%	2%	1%	3%	3%
Britannialaiset	11%	%	18%	9%	16%	12%	24%
Kohderyhmää	29%	45%	20%	41%	45%	42%	18%

Verrattuna heidän määräänsä taulukkoon valituissa ryhmissä ylipäänsä (puhumattakaan kaikista tutkimukseen osallistuneista) venäläisten osuus on moninkertainen siinä ryhmässä, jonka voi ajatella kaikkein todennäköisimmin matkustavan Suomeen.

Lisäksi taulukon 16 perusteella Suomeen kulttuurimatkailumaana koskevaan kiinnostukseen liitetty nuorekkuus korostuu entisestään. Myös arviot siitä, että Suomesta kiinnostuneet henkilöt eivät todennäköisesti lähde matkalle yksin, saa vahvistusta.

Näyttää myös siltä, että Suomeen suuntautuvaa matkaa tosissaan pohtivien taloudelliset lähtökohdat ovat omassa maassaan hyvät. Lisäksi heistä keskimääräistä huomattavasti suurempi osa on arvo-maailmaltaan tässä raportissa aiemmin esitellyn maamme kulttuurimatkailun keskeisen kohderyhmän mukaisia.

Taulukko 17. Suomeen suunnatuilla matkoilla arvioitu rahankäyttö eräissä ryhmissä (%).

	Ryhmä 4		Ryhmä 6		Ryhmä 8		Suomen matkaa pohtivat yhteensä	Suomen matkasta kiinnostuneet
	Kaikki yhteensä	Suomen matkaa pohtivat	Kaikki yhteensä	Suomen matkaa pohtivat	Kaikki yhteensä	Suomen matkaa pohtivat		
Matkakulut henkeä kohti	228 €	195 €	340 €	252 €	354 €	272 €	212 €	314 €
Majoitus perillä/yö	86 €	54 €	90 €	89 €	75 €	74 €	84 €	83 €
Ruokakulut/ateria/henkilö	46 €	30 €	37 €	34 €	35 €	43 €	40 €	41 €
Pääsyliput kulttuuritapahtumiin	104 €	98 €	102 €	90 €	153 €	157 €	121 €	96 €
Pääsymaksut kulttuurikohteisiin	79 €	74 €	77 €	84 €	78 €	71 €	67 €	65 €
Kulttuurikiertoajelut	82 €	74 €	83 €	84 €	62 €	75 €	78 €	70 €
Kulttuurikiertomatkat	129 €	133 €	137 €	140 €	139 €	121 €	128 €	118 €

Vaikka henkilöt omassa maassaan lukeutuvatkin hyvin ansaitsevien joukkoon, he eivät tulisi Suomeen tuhmaamaan. Heidän ajatuksensa sopivasta rahankäytöstä ovat melko lähellä Suomeen tulemisestä yleensä kiinnostuneiden arvioita.

8 Kulttuurimatkailun haasteet Suomessa

Tutkimus paljasti, että vierailu Suomessa herkistää matkustamaan tänne uudestaan. Maassamme käyneet matkailijat löytävät täältä lähes poikkeuksetta sellaista, mikä lisää Suomen houkuttelevuutta heidän silmissään. Lisäksi tutkituissa maista löytää lukuisia henkilöitä, miljoonia kansalaisia, joiden peruskäsitys Suomesta on positiivinen ja joita tutustuminen Suomeen ainakin periaatteessa houkuttelee.

Suomalainen luonto revontulineen ja muine ainutlaatuisine elementteineen vetää myös kulttuurimatkailijoita magneetin tavoin puoleensa. Muitakin suoran kulttuuritarjonnan voittavia kilpailuvalteja löytyy.

Esimerkiksi Suomen turvallisuus ja luotettavuus olivat houkuttelevampia syitä matkalle (etenkin venäläisille) kuin varsinaiset kulttuurikohteet.

Unohtaa ei sovi tavallisten suomalaisten vetovoimaa. Useat ulkomaiset kulttuurimatkailijat nimittäin tuntuvat pitävät heistä paljon. Suomalaisiin ja suomalaisuuteen liittyy heidän silmissään mielenkiintoisia kontrasteja. Me suomalaiset saamme aikaan rennon ja ”coolin” tunnelman. Suomalaista lifestyleä ja elämäntyyliä, niistä samanaikaisesti huokuvaa ”särmää ja syvyyttä” voikin pitää yhtenä Suomen vahvimmista matkailuvalteista myös kulttuurimatkailun saralla.

Suomeen suuntautuvien käyntien kulttuurimatkailullinen profiili on selvästi ohuempi kuin kulttuurimatkailuilla yleensä. Muiden maiden tarjontaa hyödynnetään selvästi aktiivisemmin. Potentiaalia jää täällä paljon hyödyntämättä. Asian hyvä puoli on se, että asioiden tila tarjoaa runsaasti mahdollisuuksia.

Kulttuurimatka nimittäin on useimpien vastaajien mielestä tietynlainen opintomatka, hyvä keino laajentaa omaa tietämystään ja ymmärtämystään. Kohdemaan näkökulmasta se on loistava keino tuoda omia piirteitään esiin.

Kulttuurimatkalle saapuvat henkilöt kun ovat jo valmiiksi asettaneet mielensä sellaiseen asentoon, että tietoa ja kokemuksia paikallisesti tärkeistä historiallisista ja arkipäivän asioista suorastaan vaaditaan. Matka ei ole onnistunut, ellei niitä saada.

Nykyistä selvästi useampi suomalaiseen luontoon ja elämäntyyliin ihastunut matkailija varmasti vierailisi kulttuurikohteissa ja osallistuisi kulttuurimatkailuaktiviteetteihin, jos tarjonta olisi sopivasti paketoitu. Kysymys on siitä, minkälainen kokonaistuote luonnosta, elämäntyylistä ja kulttuurista osataan rakentaa.

Tieto siitä, että kiertoajelut, opastetut kiertokävelyt ja vierailut historiallisissa rakennuksissa sekä monumenteilla houkuttelevat Suomeen saapuvia kulttuurimatkailijoita, viittaa siihen, että varsin monien todellinen tietämys Suomesta on vajavainen. Useilla on siten tarve muodostaa yleiskuva maastamme. Tällaista tarjontaa on syytä lisätä, kehittää opastuksia ja luoda mahdollisuuksia pienille ”ulospyrähdyksille” esim. tarkemmille tutustumismatkoille maaseudulle.

On ilmeistä, että tiedottamisen lisäämiselle ja tehostamiselle on tarvetta. Tutkimuksen perusteella on selvä, että Internet on kulttuurimatkailejoille erittäin tärkeä tiedonlähde. Sisältöinformaatio, tieto tuotepaketeista yms. löytää varmasti tiensä perille sitä kautta.

Ei kuitenkaan pidä unohtaa markkinointia yleensä sekä ns. ”viidakkorumpua”. Monet nimittäin totesivat ystävien ja sukulaisten näkemysten vaikuttavan matkakohteiden valinnassa ja matkalle lähtemisessä. Näin kaikki Suomen yleistä kiinnostavuutta lisäävä ja ehkä erityisesti meitä ulkomaalaisten silmissä karakterisoivaa ”sivistynyttä alkuvoimaisuutta” esiin tuova informaatio vahvistaa myös kulttuurimatkailemisen asemaa.

Kun edellisen perusteella voisi ajatella, että Suomen maine ja houkuttelevuus kulttuurimaana jää luonnon ja eksotiikan jalkoihin, asian voi kääntää myös toisin päin. Näiden ainutlaatuisuustekijöiden ansiosta Suomeen matkustaa paljon sellaisia vieraita, jotka muuten saattaisivat jättää tulematta. Luonto- ja reippailuaktiiviteettien lisäksi nämä henkilöt mielellään nauttivat myös ”hengen ravintoa”.

Varsinkin Lapin suosion vuoksi kulttuurimatkaileijat etsivät sitä myös Helsingin ulkopuolelta. Lapin vetovoima on suuri: sinne haluaisi melkein yhtä moni kuin pääkaupunkiseudulle. Kolmas alueellinen valttikortti on järvisyys.

Vaikka enemmistö Suomesta kiinnostuneista mielellään hieman kiertelisi matkallaan, useimmat sisällyttäisivät reittiinsä myös metropolialueen. Suur-Helsingin merkitys kulttuurimatkailemisen kohteena ja porttina onkin kiistämätön. Tuotteistamisen kannalta kyse on siitä, että tulisi pyrkiä sellaisiin paketteihin, jotka sisältävät kohteita sekä Helsingissä että muualla kiinnostavilla alueilla. Sisällöltään ne voisivat olla mielenkiintoinen sekoitus korkeakulttuuria, elämäntavan havainnointia ja yhteyttä luontoon.

Kolmas tutkimuksessa havaittu seikka on se, että tapa kuluttaa kulttuuria vaikuttaa suoraan kulttuurimatkailemisen valintoihin. Asiat, joita preferoidaan kotona, kiinnostavat myös ulkomailla.

Olisi kuitenkin virhe pitää kulttuurimatkailejoita homogeenisenä ryhmänä Tutkimuksen vastaajajoukko nimittäin jakaantui kulttuurin kuluttamisen suhteen kahdeksaan toisistaan selkeästi poikkeavaan ryhmään, joista osa osoitti keskimääräistä suurempaa kiinnostusta matkustaa Suomeen.

Osaa tästä joukosta voi nimittää hyvinvoiviksi kiertoajelujen ystäviksi”. Kyseessä ovat koulutetut, vartuneet, hyvinvoivat (usein eläkeläismatkaileijat). He ovat kulttuuriorientoituneita, mutta heillä on harvoin mielessään mitään spesifejä, etukäteen tiedossa olevia tutustumiskohteita. Usea tähän ryhmään kuuluva harkitsee matkustavansa Suomeen ensimmäistä kertaa elämässään.

He tarvitsevat vaivattoman keinon päästä hyvään käsitykseen Suomesta. Luotettavat oppaat, valmiit tutustumispaketit, mielekkäästi rakennetut kokonaisuudet ja helppo siirtyminen maaseudun ja luonnon rauhaan vetoavat tähän ryhmään.

Toinen selkeä kokonaisuus ovat aktiivisesti kulttuurista kiinnostuneet. Tämä joukko kuluttaa kotioloissaankin paljon kulttuuria. Ulkomaanmatkoillaan se hyödyntää aktiivisesti kaikkea hyvänä pitämäänsä tarjontaa, niin kulttuuria kuin muihin elämyksiin liittyvää. He ovat muita alttiimpia kohdemarkkinoinnille ja kulttuurisisällön tuotteistukselle.

Kulttuurimatkailemisen markkinoinnissa pätee sama perussääntö kuin missä tahansa myyntityössä. Tärkeintä on, että osaa rakentaa oikeat tuotteet oikeille kohderyhmille. Kun ottaa huomioon sen, että kulttuurimatkailemisen suositaan usein naapureita, Venäjä ja Ruotsi ovat Suomelle tärkeimmät kohteet.

Näistä varsinkin ensin mainitut ovat kulttuurimatkailemisen kannalta keskeisin. Kulttuurimatkailemisen kannalta he lienevät myös helpompi ryhmä. Suomessa jo käyneet venäläiset nimittäin ovat sisällyttäneet ruot-

salaisiin verrattuna matkoihinsa kaksi verroin kulttuurimatkailullisia elementtejä. He ovat myös se joukko, joka pitää matkaa Suomeen kaikkein todennäköisimpänä.

Näiden kahden perustyyppin lisäksi pitää tietysti muistaa niche-matkailijat eli kulttuurimatkailun tiettyjen, usein kapeiden, osa-alueiden suurimmat ystävät.

Tässä puhutun tutkimuksen kaltaisissa hankkeissa tavoitteena on ikään kuin rakentaa kartta, jonka avulla pystytään suunnistamaan määränpään oudossa maastossa. Silloin tällaiset kapeat, mutta oman kiinnostuksen kohteensa kannalta erittäin tärkeät asiakasryhmät helposti ”hukkuvat” valtavaan informaatiomäärään.

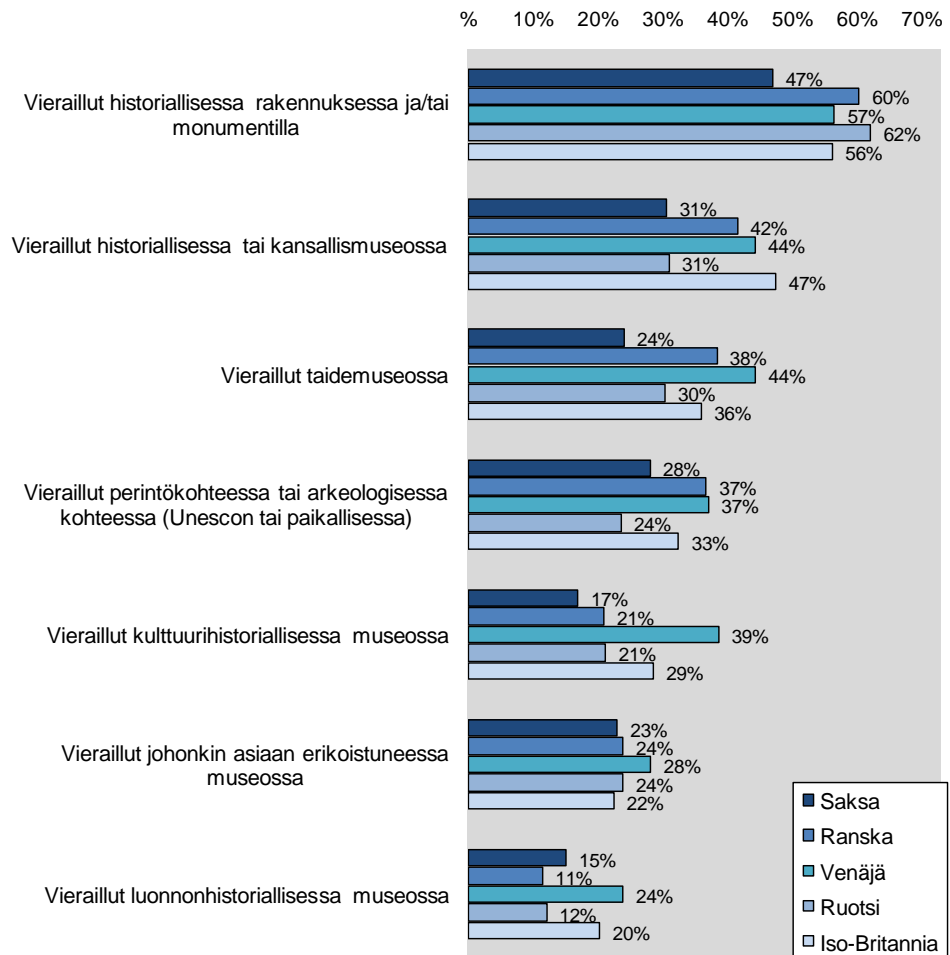
Näissä ryhmissä kuitenkin toteutuu ehkäpä kaikkein parhaiten yksi tutkimuksen havainnoista: kulttuurimatkailun valintojen ja kotimaisten kulttuurin alaan liittyvien intressien yhtyminen. Nämä ryhmät löytyvät siitä yhä suuremmaksi käyvästä joukosta, joka suunnittelee matkansa yksin tai pienemmässä joukossa. Heitä kannattaa tavoitella kotimaissaan omien vertaisryhmiensä joukosta.

Kokonaisuudessaan tutkimuksen tulokset tukevat ajattelua, missä matkailun markkinointitoiminta painottuu yhä enemmän Suomen matkailumaakuvan luomiseen ja kirkastamiseen. Siinä kulttuurimatkailun liittyvien elementtien huomioonottaminen on oleellinen ja menestyksen kannalta oikea valinta.

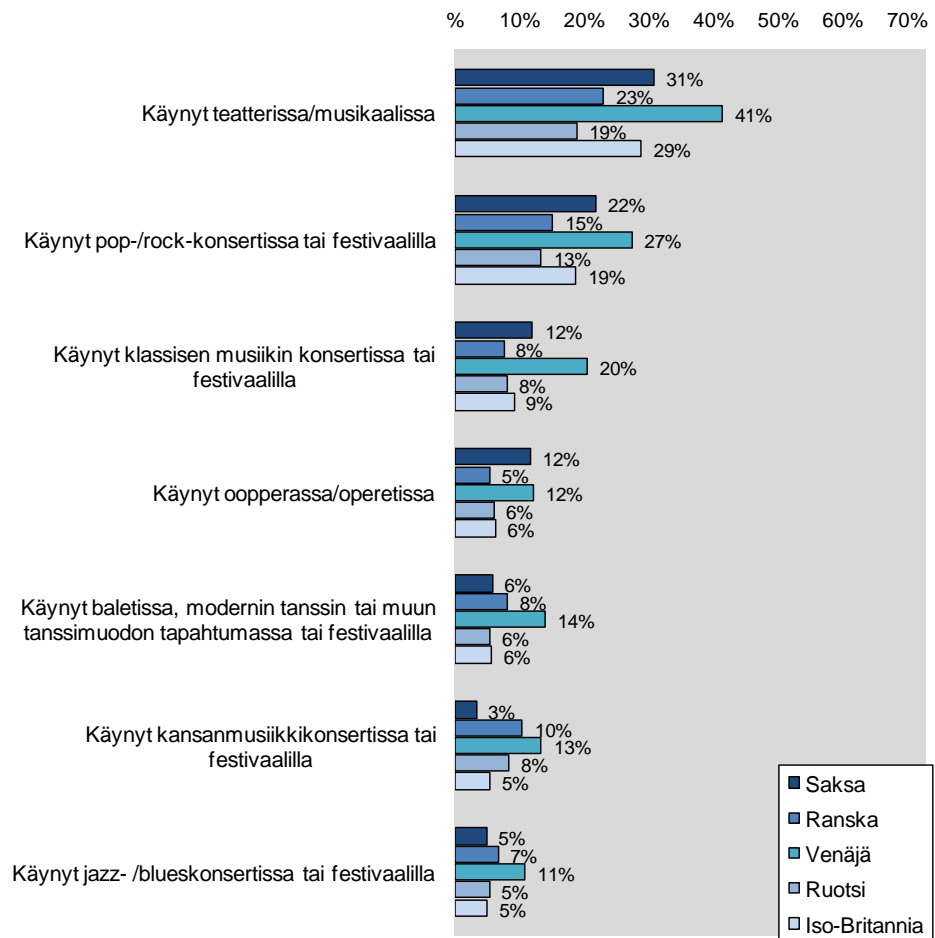
LIITEKUVAT

SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet KULUNEEN KOLMEN
VUODEN AIKANA TEHDYILLÄ ULKOMAANMATKOILLA:

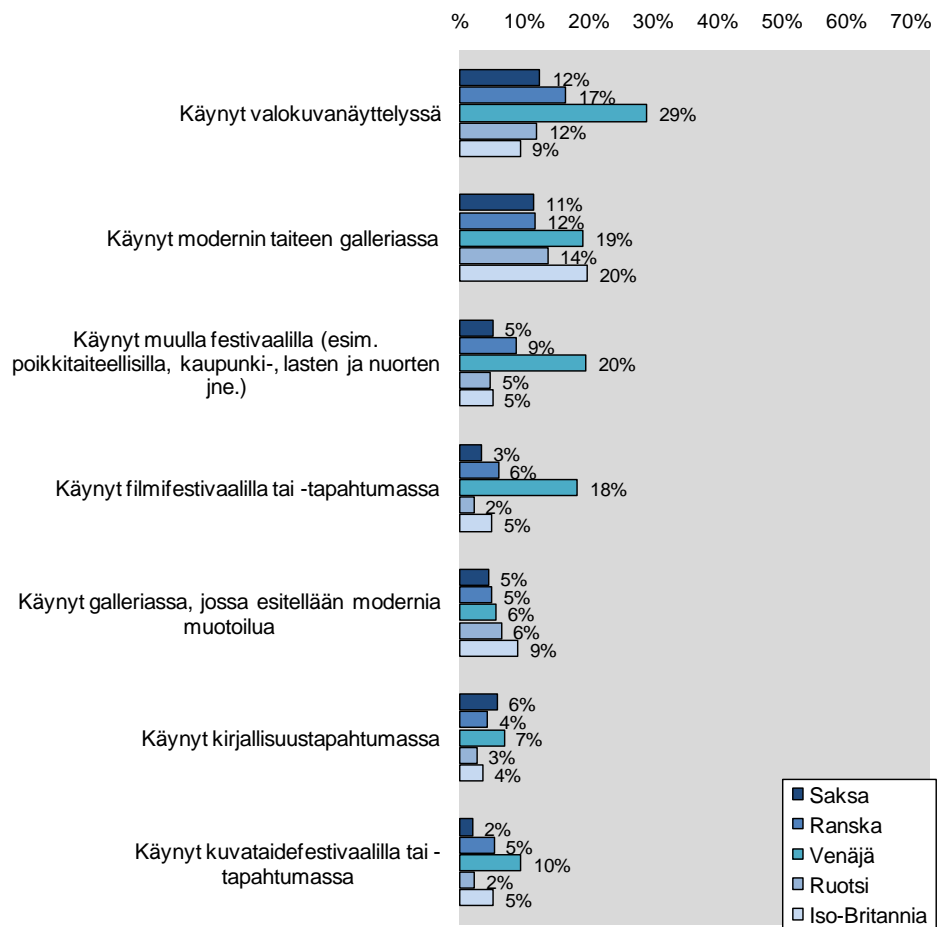
museot yms. (%), n=5006



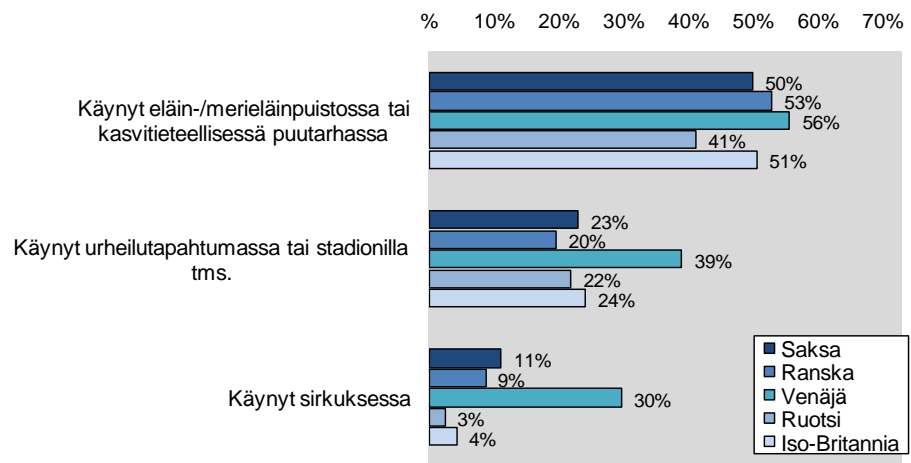
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet KULUNEEN KOLMEN
 VUODEN AIKANA TEHDYILLÄ ULKOMAANMATKOILLA:
 esittävä taide (%), n=5006



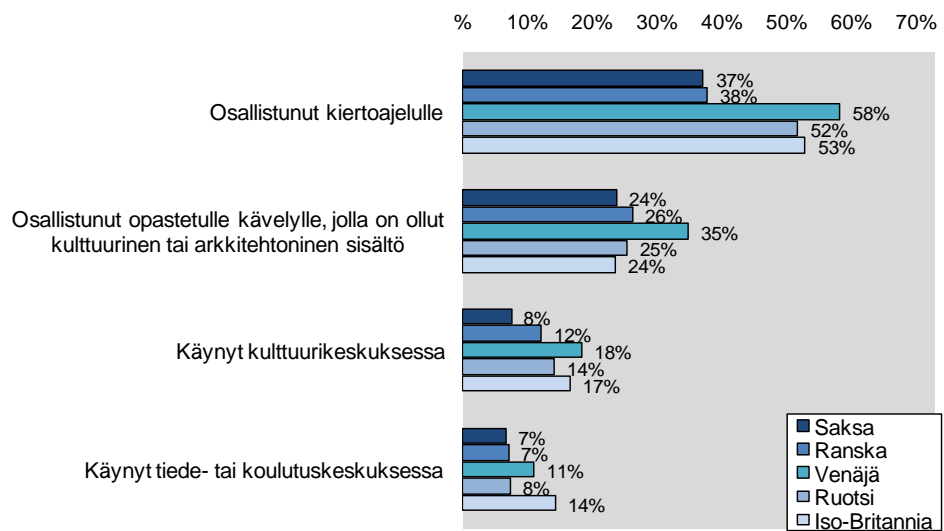
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet KULUNEEN KOLMEN
VUODEN AIKANA TEHDYILLÄ ULKOMAANMATKOILLA:
kirjallisuus, valokuvaus, elokuva, kuvataide (%), n=5006



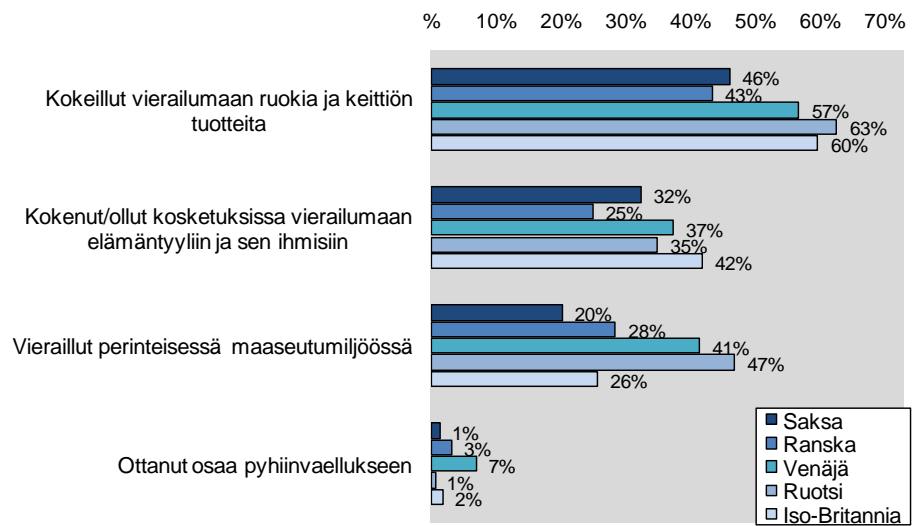
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet KULUNEEN KOLMEN
 VUODEN AIKANA TEHDYILLÄ ULKOMAANMATKOILLA:
 vapaa-ajan paikat/tapahtumat (%), n=5006



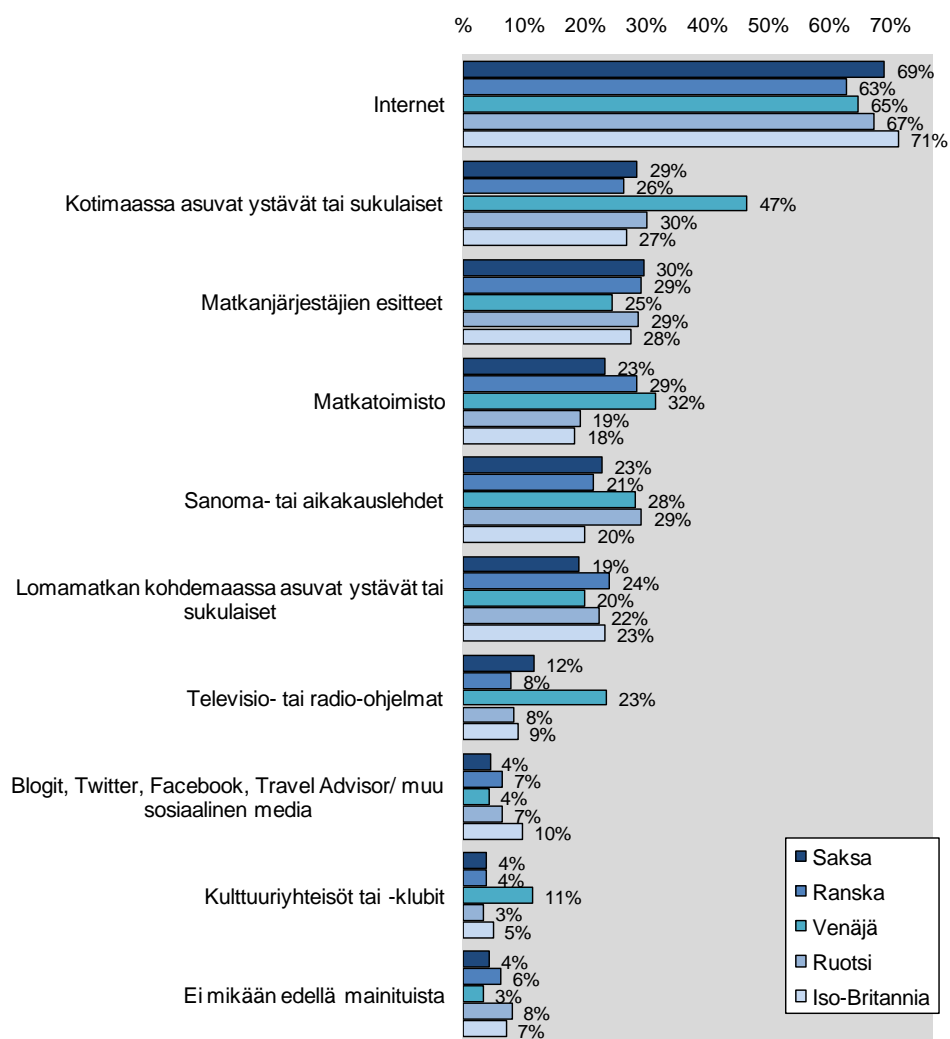
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet KULUNEEN KOLMEN
 VUODEN AIKANA TEHDYILLÄ ULKOMAANMATKOILLA:
 kiertojelut/ -kävelyt/keskukset (%), n=5006



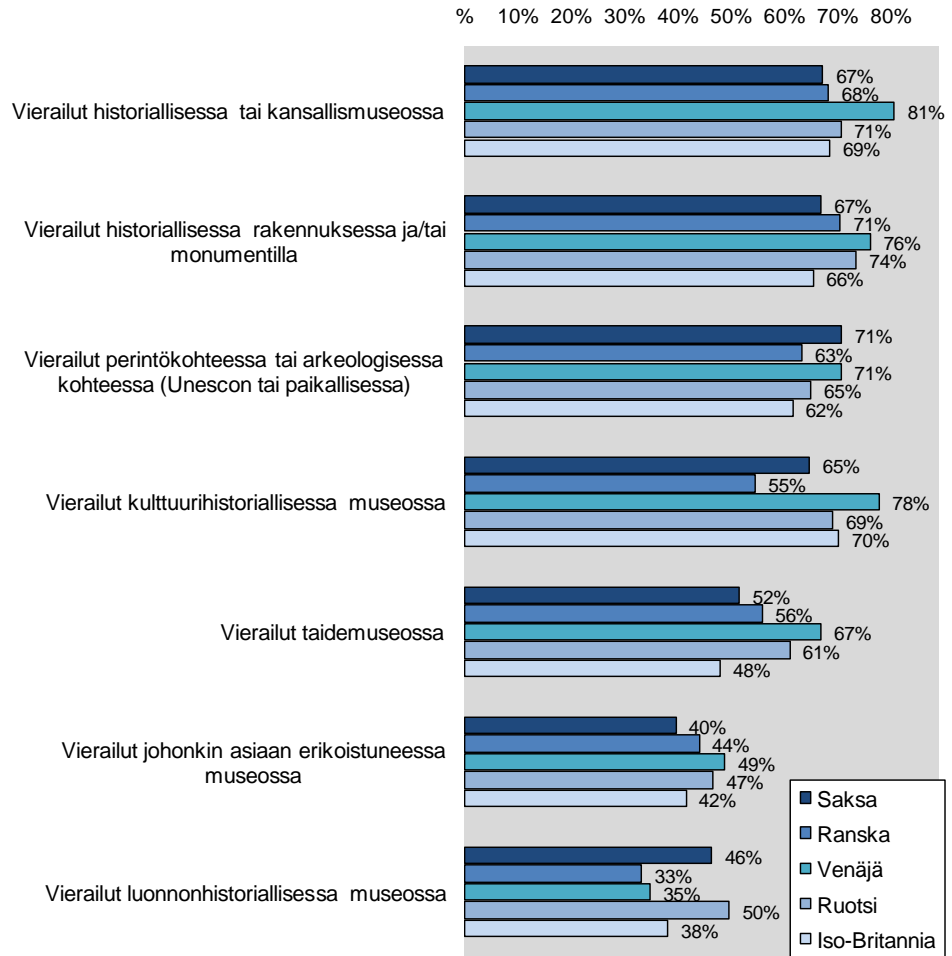
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet KULUNEEN KOLMEN
 VUODEN AIKANA TEHDYILLÄ ULKOMAANMATKOILLA:
 elämäntapa/muu (%), n=5006



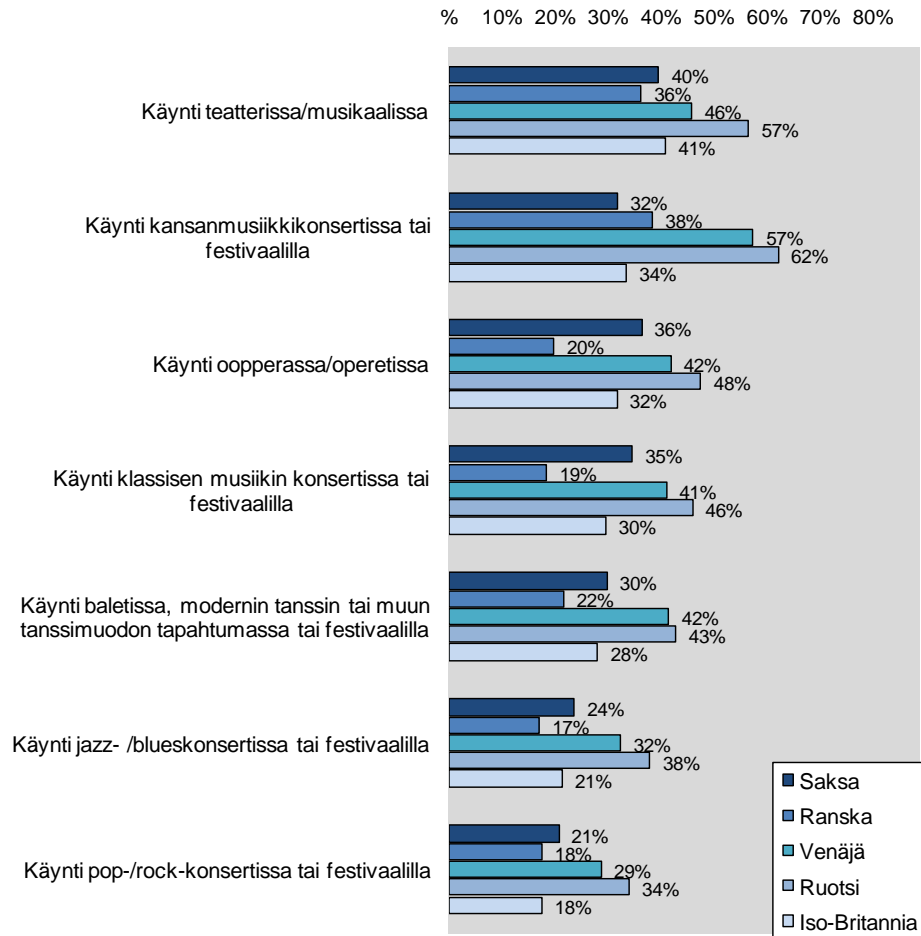
TIEDONLÄHTEET LOMALLA VIERAILLUISTA KULTTUURIPAIKOISTA JA
AKTIVITEETEISTA, JOIHIN OTETTIIN OSAA (%), n=5006



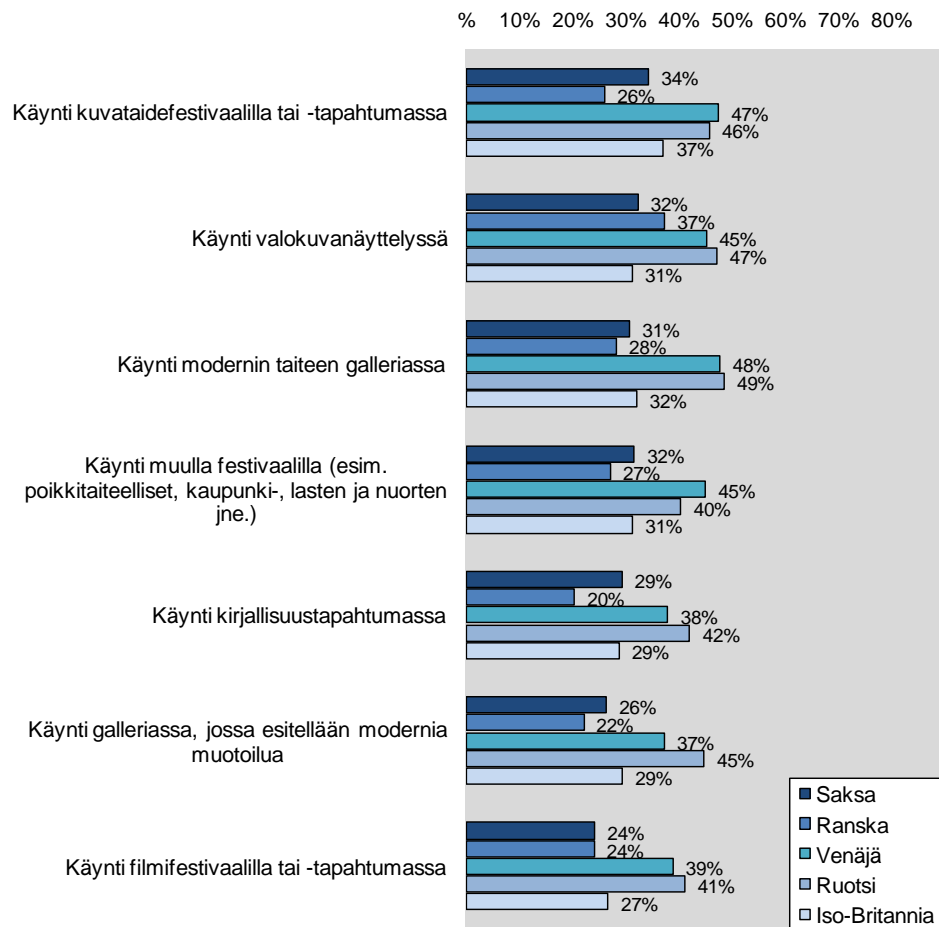
KULTTUURIMATKAILUN KÄSITESISÄLTÖ: mitkä asiat liitetään
kulttuurimatkailuun, museot yms. (%), n=5006



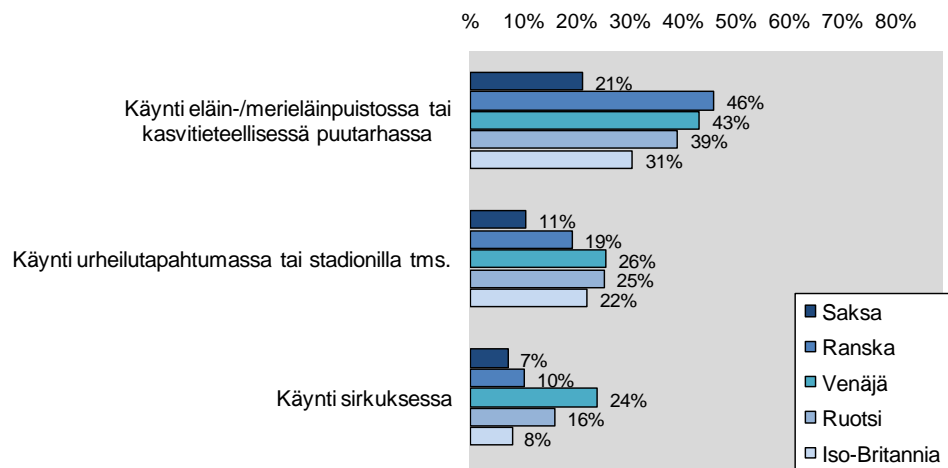
KULTTUURIMATKAILUN KÄSITESISÄLTÖ: mitkä asiat liitetään
kulttuurimatkailuun, esittävä taide (%), n=5006



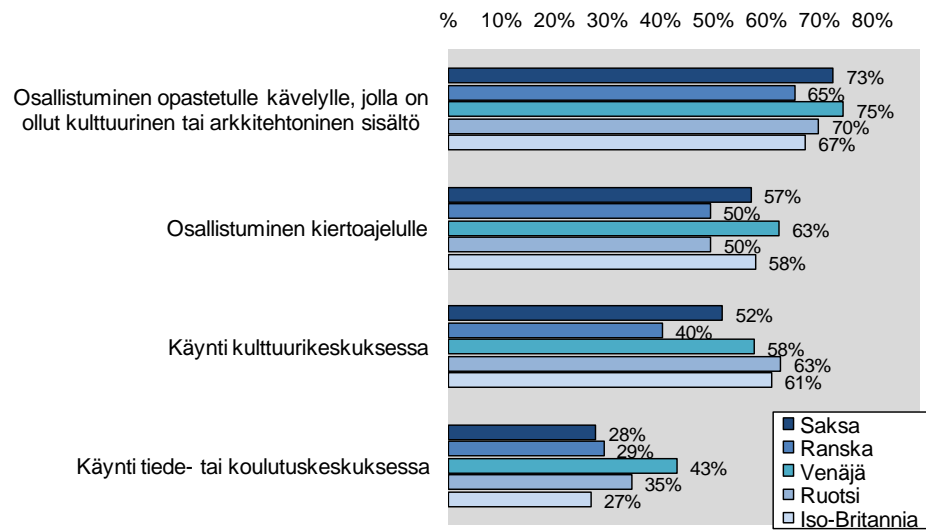
KULTTUURIMATKAILUN KÄSITESISÄLTÖ: mitkä asiat liitetään
kulttuurimatkailuun, kirjallisuus, valokuvaus, elokuva, kuvataide (%), n=5006



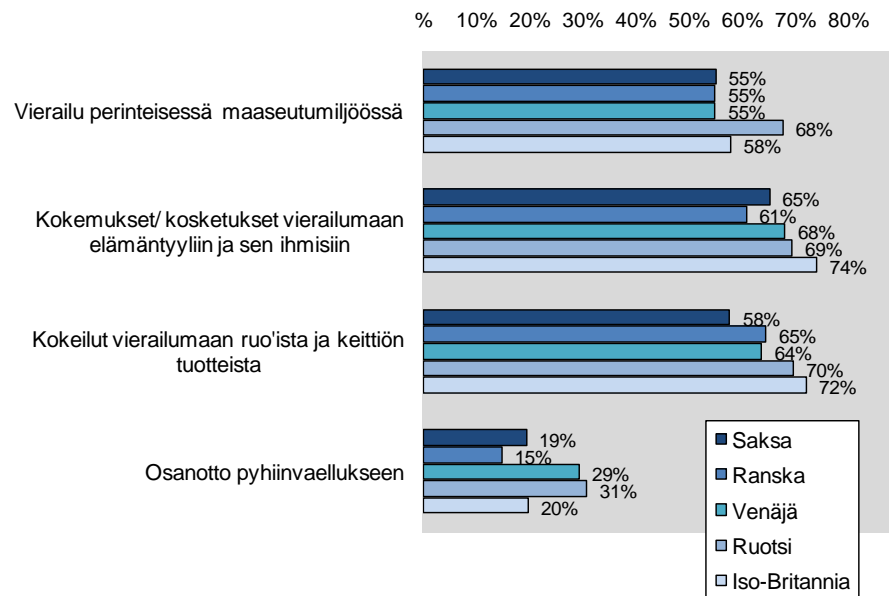
KULTTUURIMATKAILUN KÄSITESISÄLTÖ: mitkä asiat liitetään
kulttuurimatkailuun, vapaa-ajan paikat/tapahtumat (%), n=5006



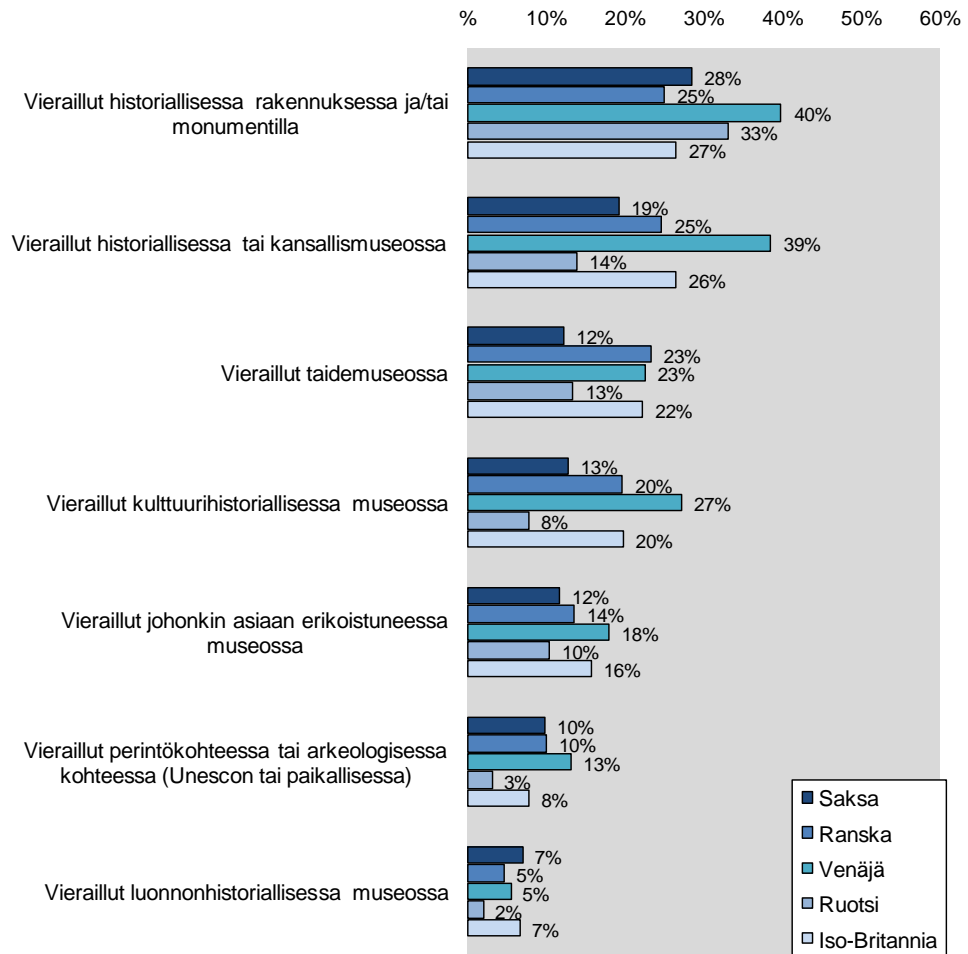
KULTTUURIMATKAILUN KÄSITESISÄLTÖ: mitkä asiat liitetään
kulttuurimatkailuun, kiertoajelut/ -kävelyt/keskukset (%), n=5006



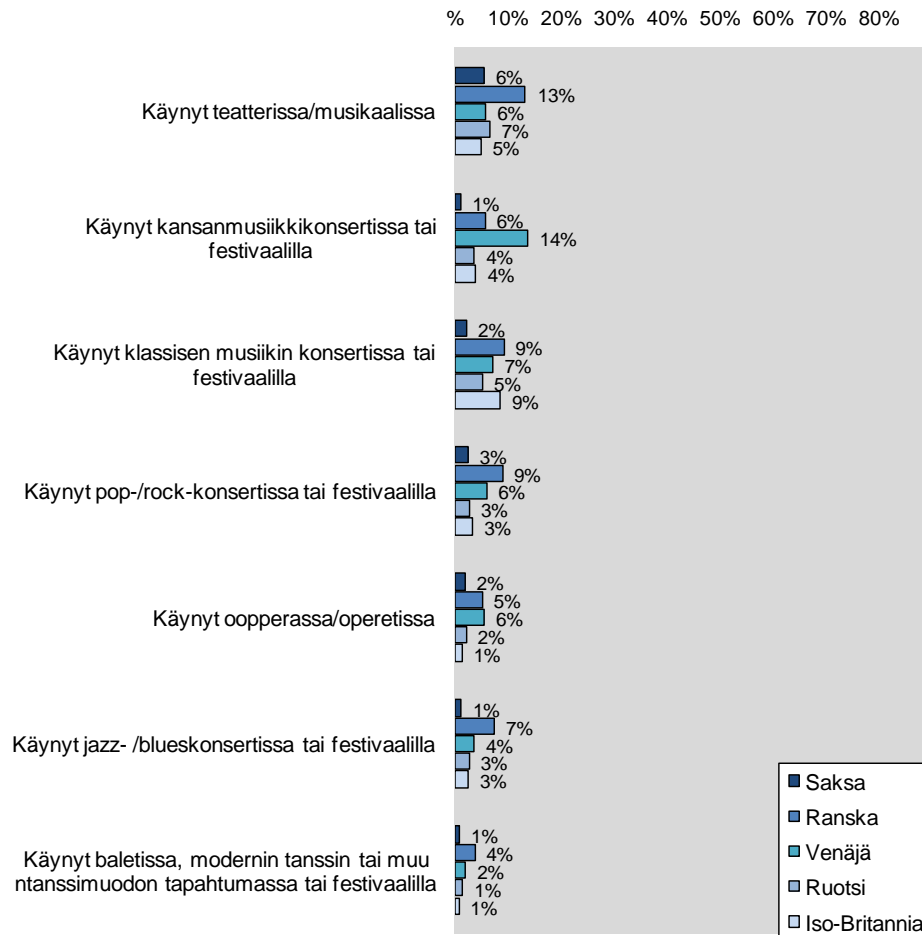
KULTTUURIMATKAILUN KÄSITESISÄLTÖ: mitkä asiat liitetään
kulttuurimatkailuun, elämäntapa/muu (%), n=5006



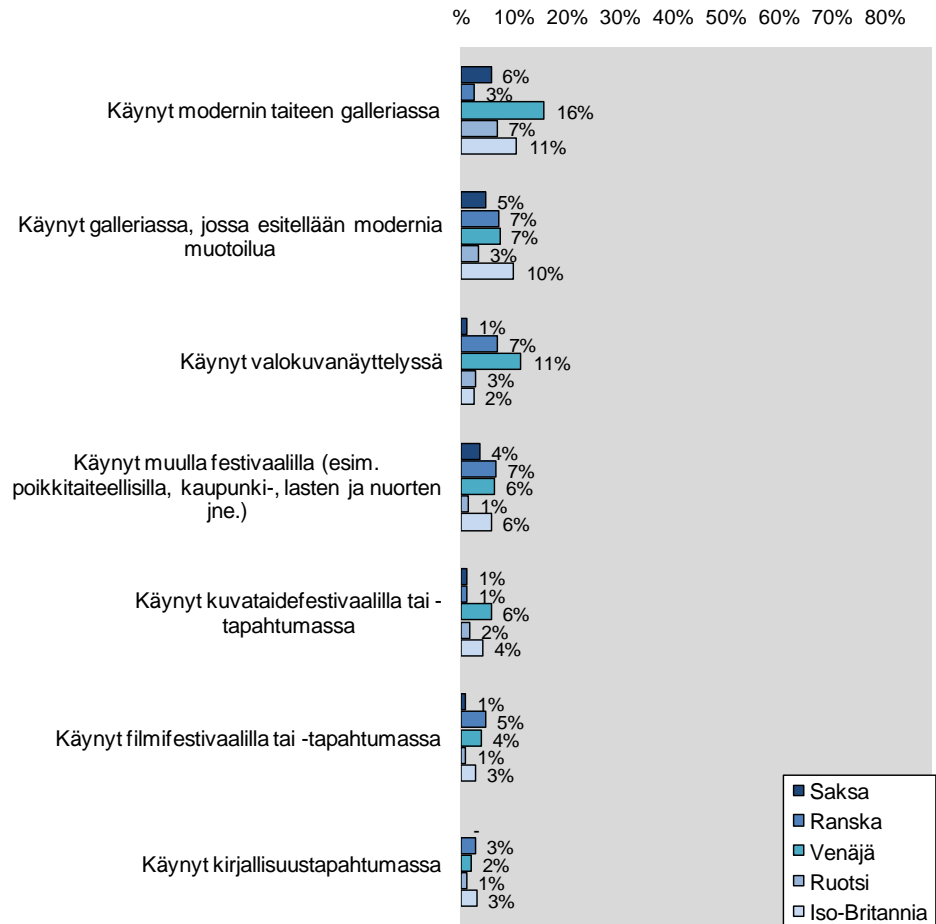
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOHOITEET
SUOMEEN TEHDYILLÄ MATKOILLA: museotyms. (%), n=793



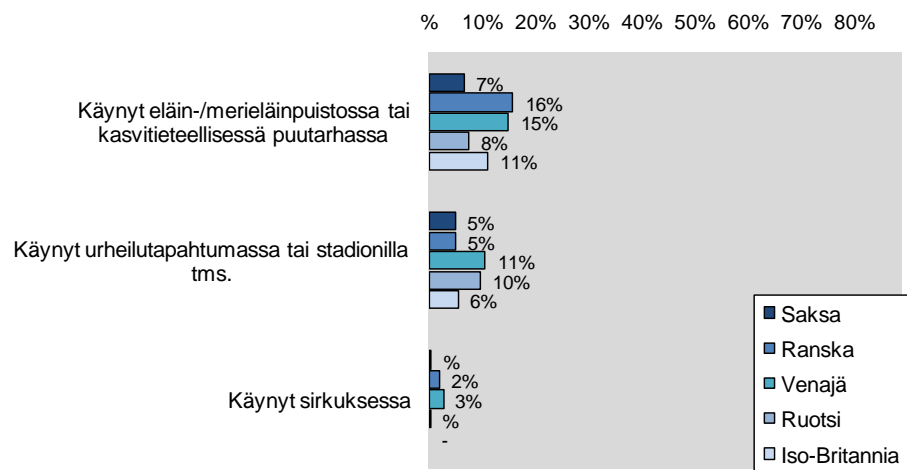
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet SUOMEEN TEHDYILLÄ
MATKOILLA: esittävä taide (%), n=793



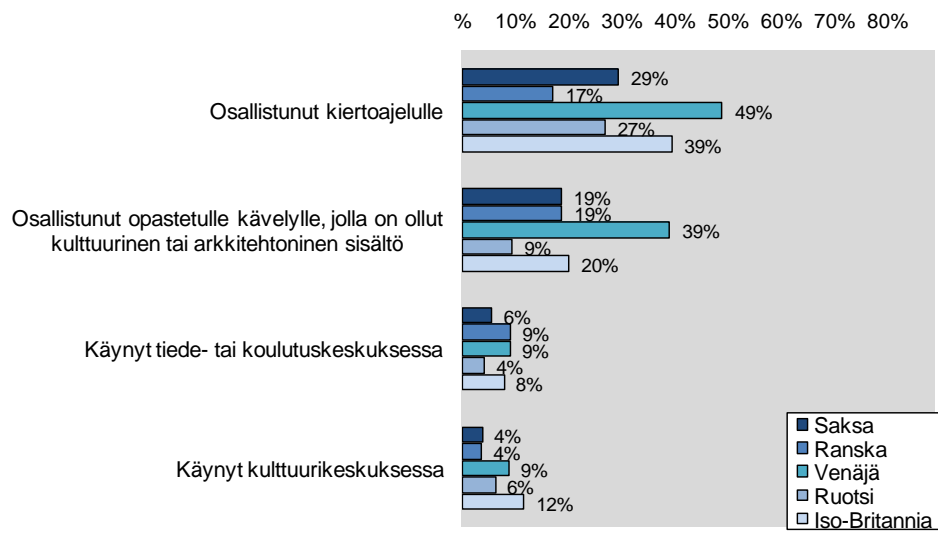
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOHOTEET SUOMEEN TEHDYILLÄ
MATKOILLA: kirjallisuus, valokuvaus, elokuva, kuvataide (%), n=793



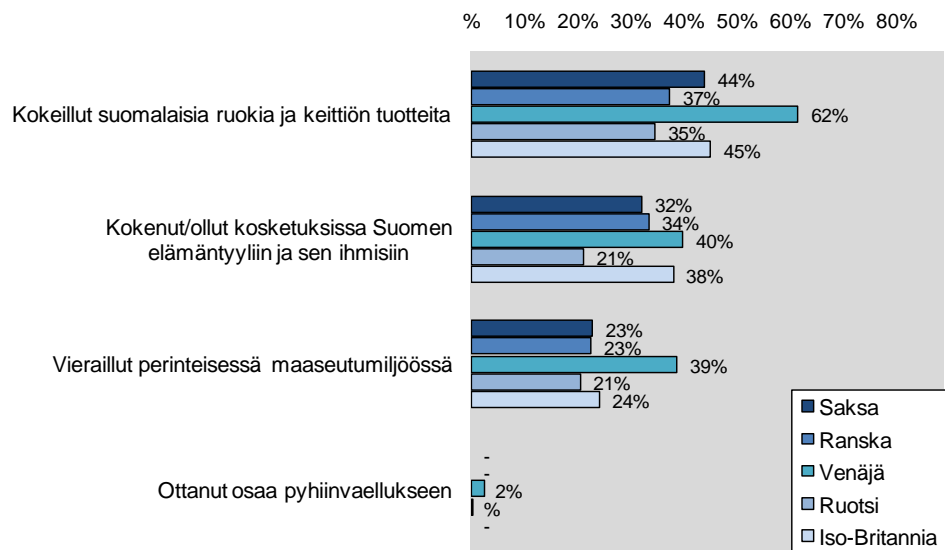
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet SUOMEEN TEHDYILLÄ
MATKOILLA: vapaa-ajan paikat/tapahtumat (%), n=793



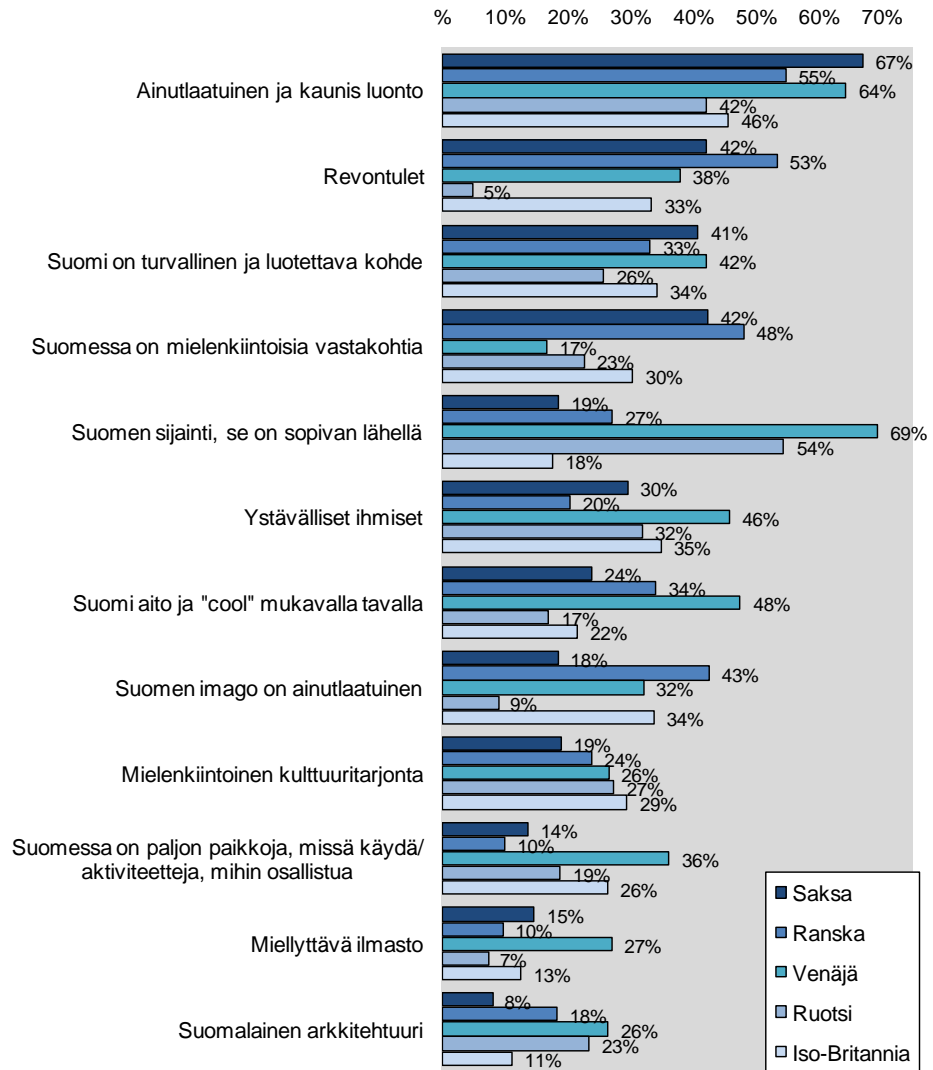
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOhteet SUOMEEN
TEHTÄVILLÄ MATKOILLA: kiertojelut/ -kävelyt/keskukset (%), n=793



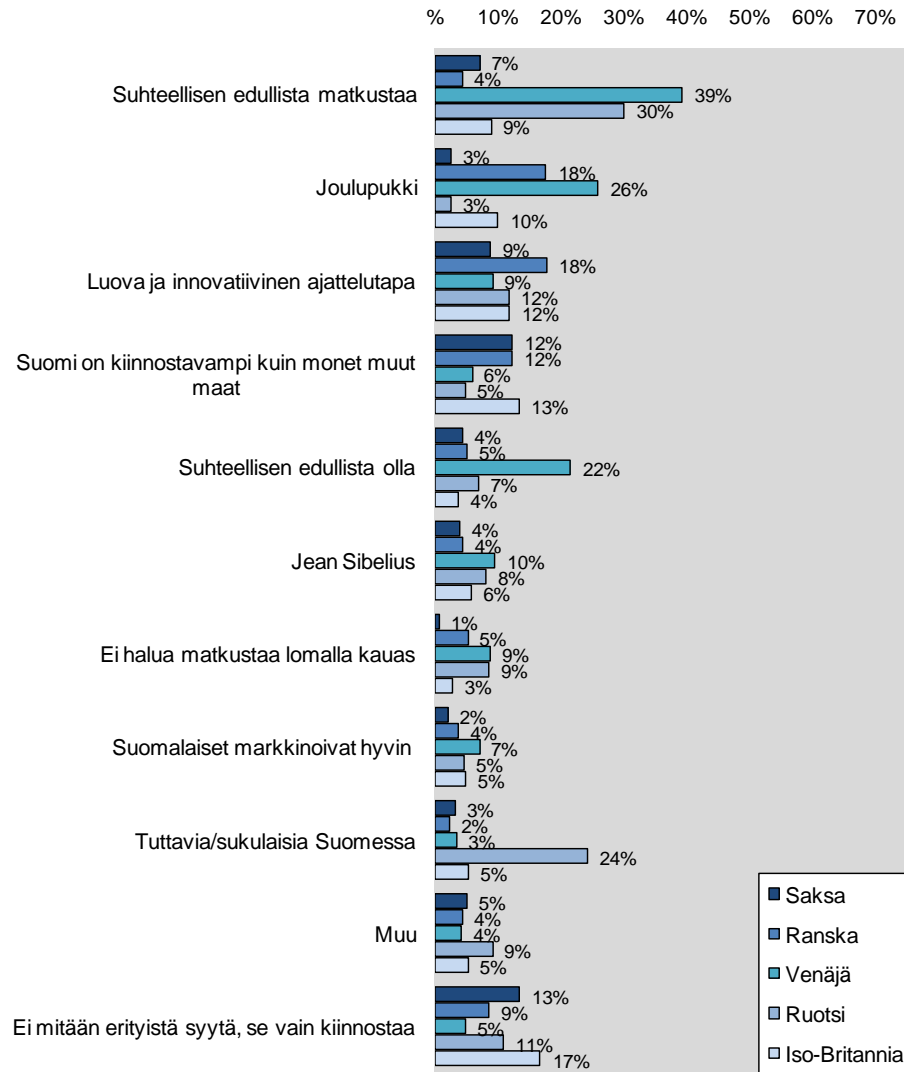
SUOSITUIMMAT KULTTUURIMATKAKOHTTEET SUOMEEN
TEHTÄVILLÄ MATKOILLA: elämäntapa/muu (%), n=793



SYYT, MINKÄ VUOKSI MATKUSTAMINEN SUOMEEN KIINNOSTAA 1/2
(% niistä, jotka kiinnostuneita matkustamaan Suomeen) n=2669

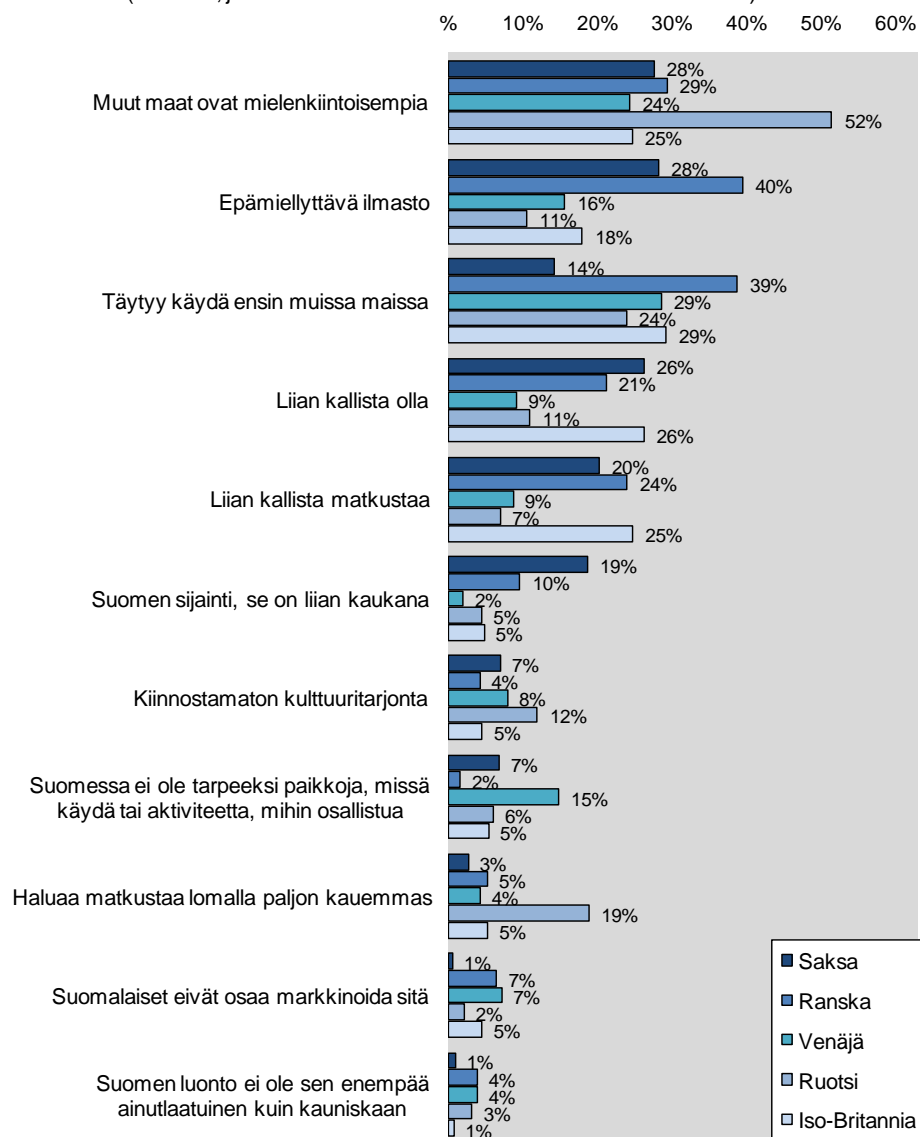


SYYT, MINKÄ VUOKSI MATKUSTAMINEN SUOMEEN KIINNOSTAA 2/2
 (% niistä, jotka kiinnostuneita matkustamaan Suomeen) n=2669

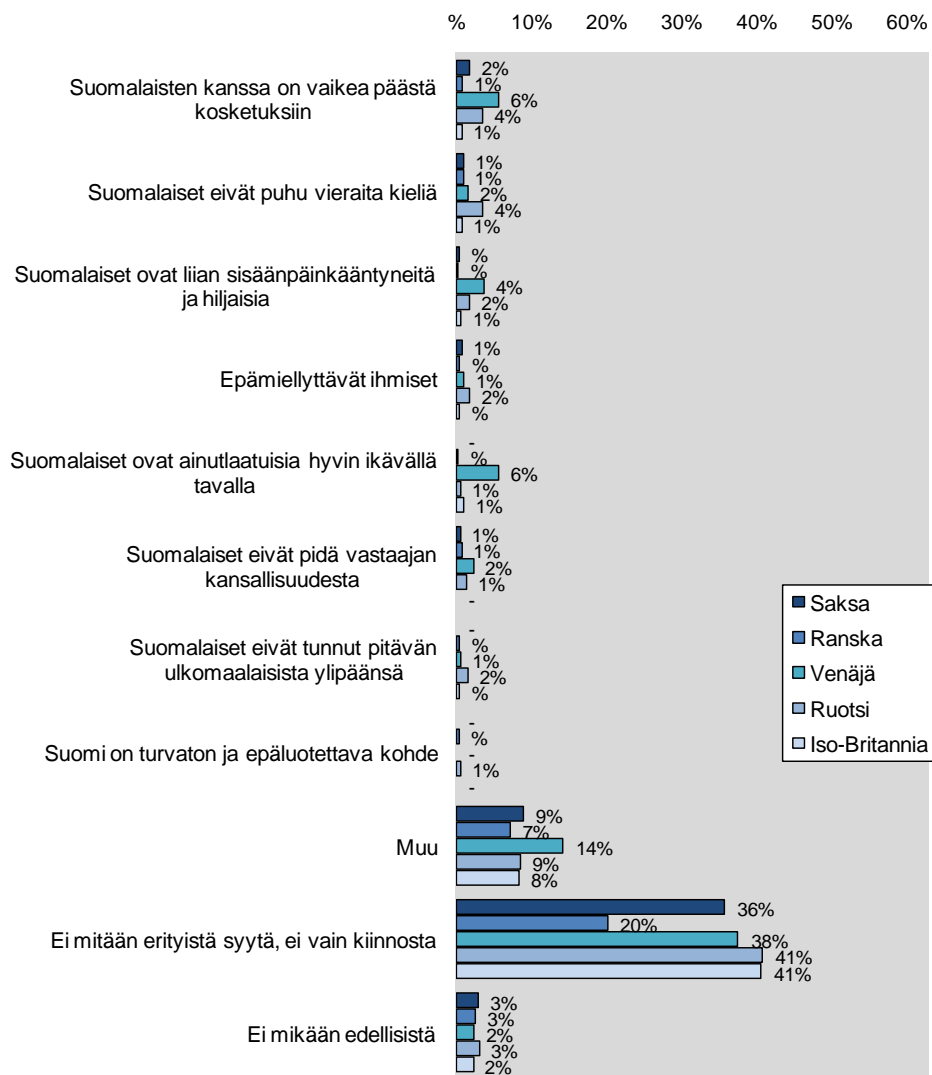


SYYT, MIKSI EI OLE KIINNOSTUNUT MATKUSTAMAAN SUOMEEN 1/2

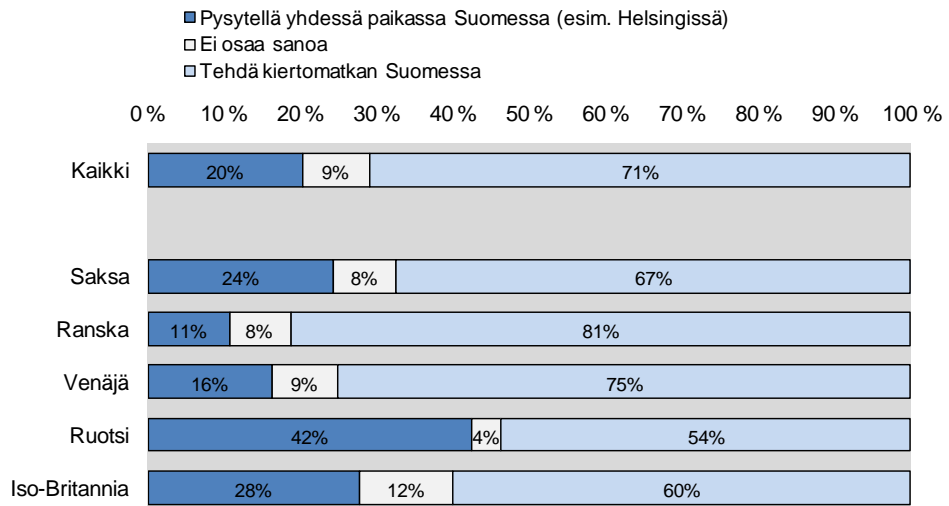
(% niistä, jotka eivät kiinnostuneita matkustamaan Suomeen) $n=1968$



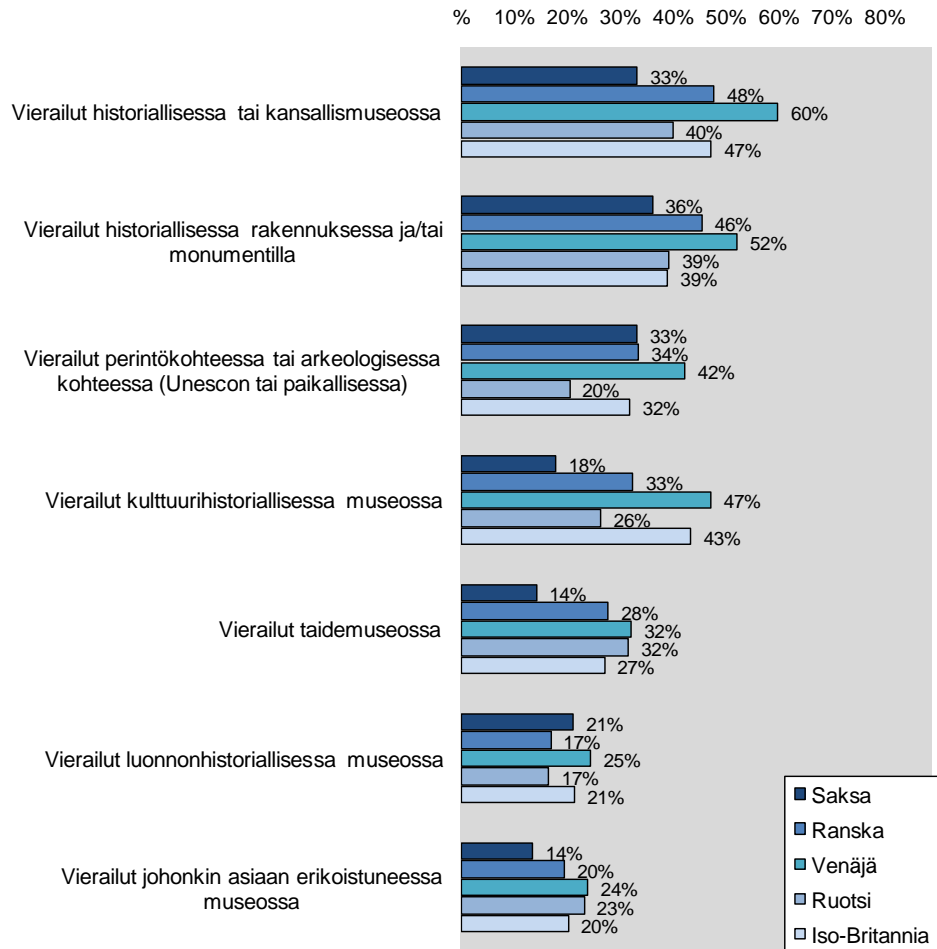
SYYT, MIKSI EI OLE KIINNOSTUNUT MATKUSTAMAAN SUOMEEN 2/2
 (% niistä, jotka eivät kiinnostuneita matkustamaan Suomeen) n=1968



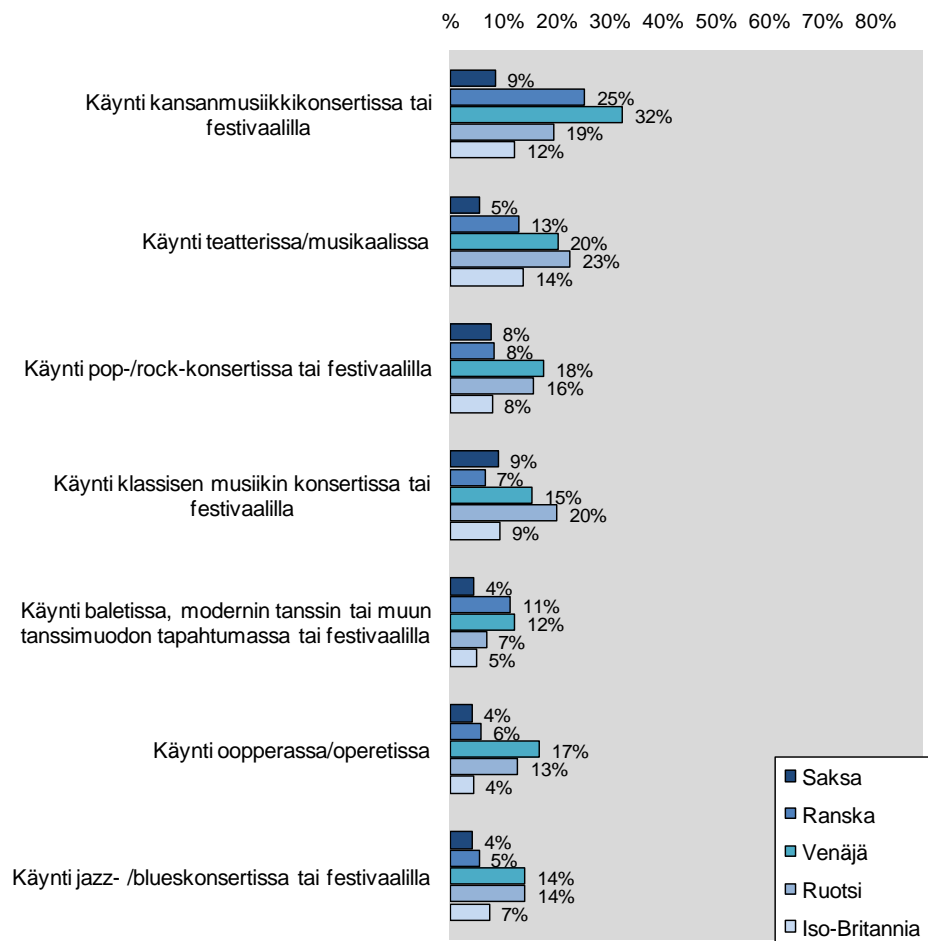
HALUAISI SUOMEN MATKOJENSA AIKANA...(% niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen), n=2669



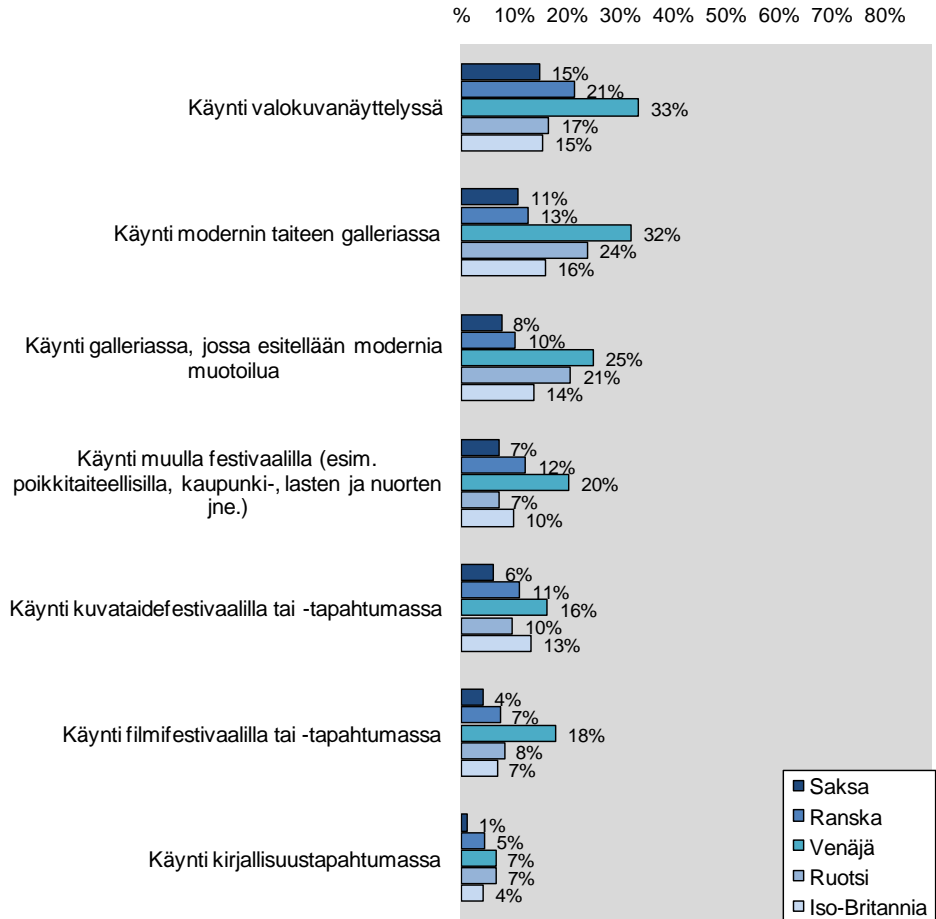
SUOMESSA KIINNOSTAVAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
museot yms. (% niistä, joita kiinnostaa matka Suomeen), n=2669



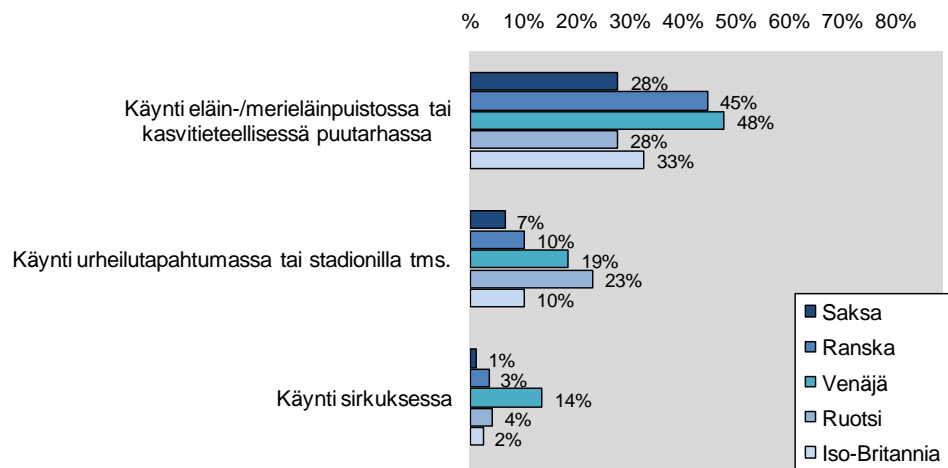
SUOMESSA KIINNOSTAVAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
esittävä taide (% niistä, joita kiinnostaa matka Suomeen), n=2669



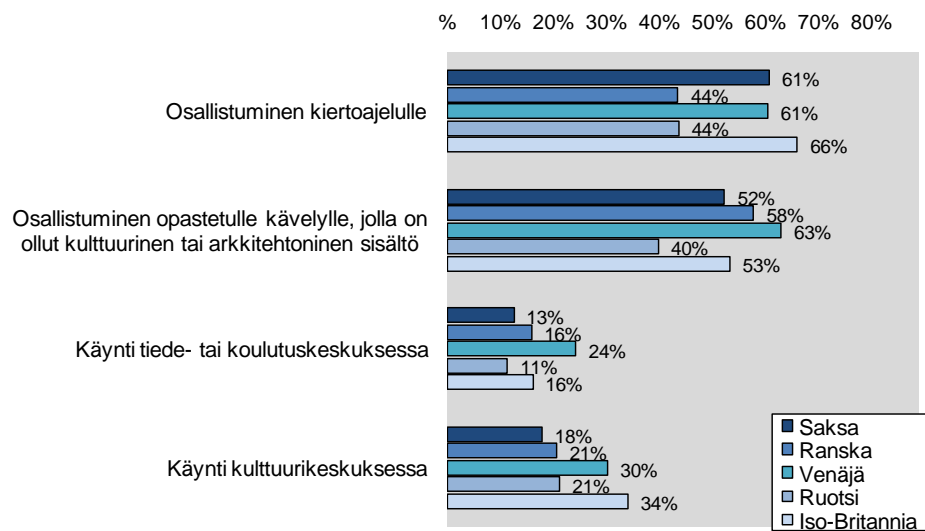
SUOMESSA KIINNOSTAVAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
kirjallisuus, valokuvaus, elokuva, kuvataide (% niistä, joita kiinnostaa
matka Suomeen), n=2669



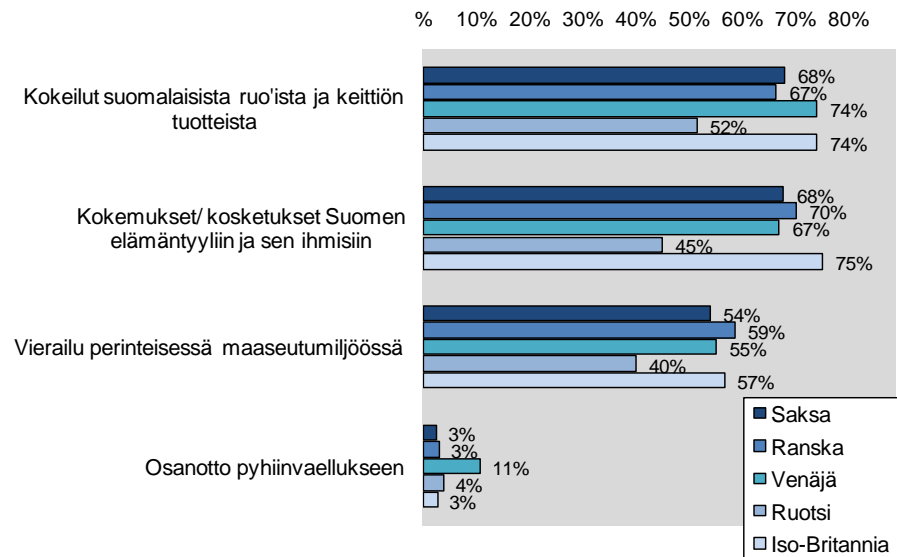
SUOMESSA KIINNOSTAVAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
vapaa-ajan paikat/tapahtumat (% niistä, joita kiinnostaa matka Suomeen),
n=2669



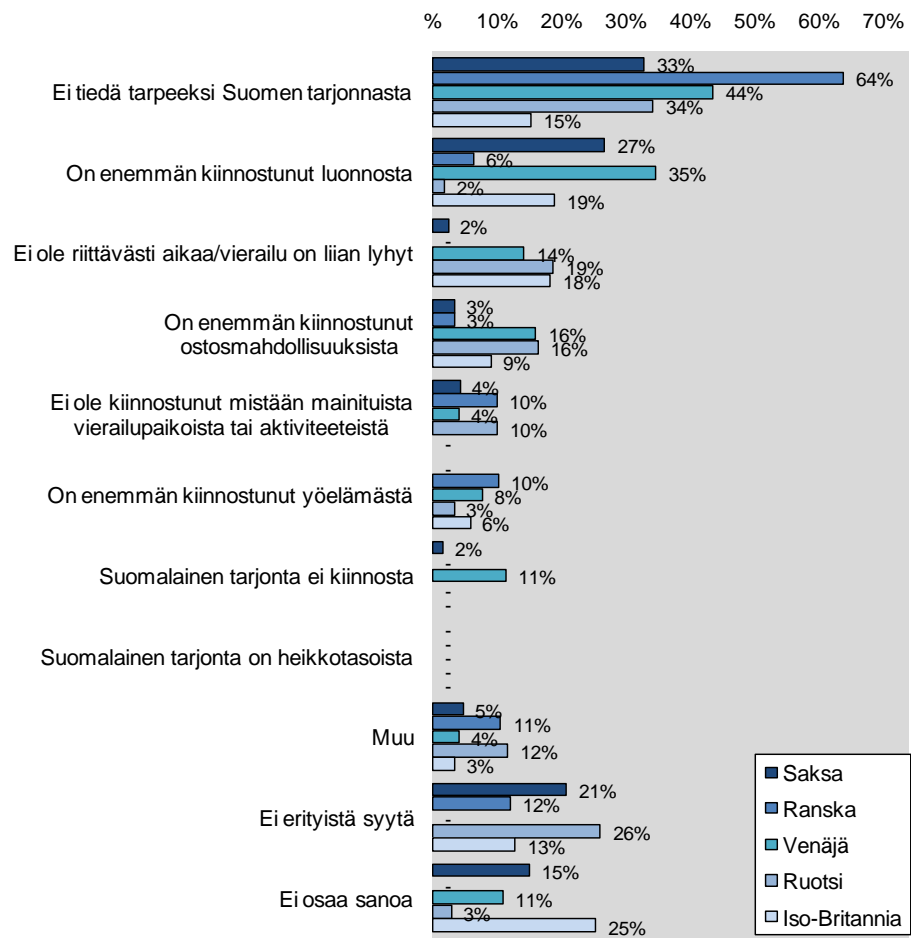
SUOMESSA KIINNOSTAVAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
kiertoajelut/ -kävelyt/keskukset (% niistä, joita kiinnostaa matka Suomeen),
n=2669



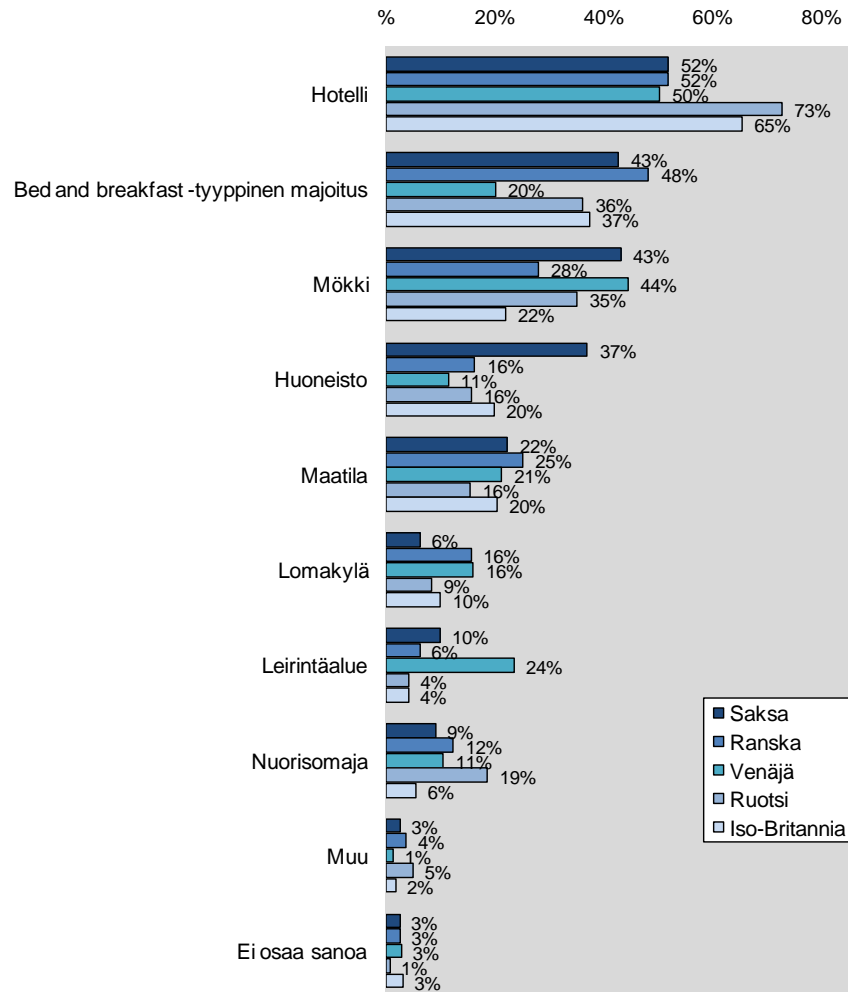
SUOMESSA KIIINNOSTAVAT KULTTUURIMATKAILUKOhteet:
elämäntapa/muu (% niistä, joita kiinnostaa matka Suomeen), n=2669



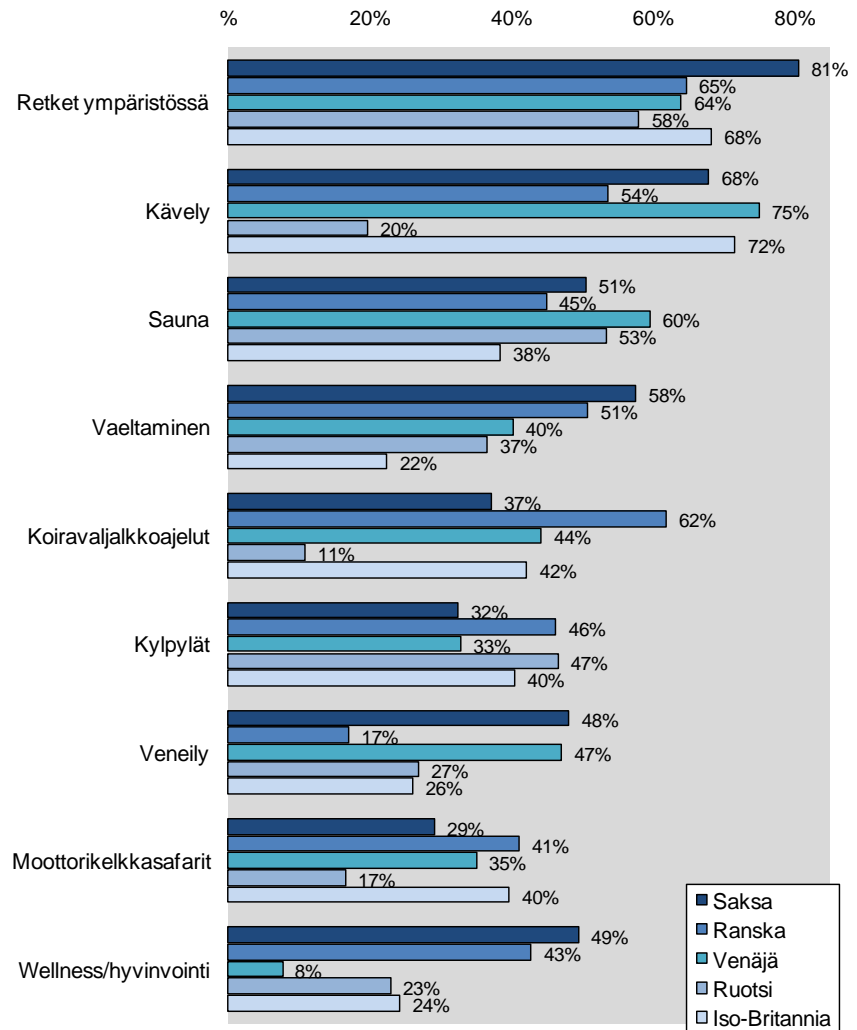
MIKSEIVÄT KULTTUURIMATKAILUKOhteet KIINNOSTA (% niistä, joita kiinnostaa matka Suomeen, mutta sen kulttuurimatkailukohteet eivät), n=160



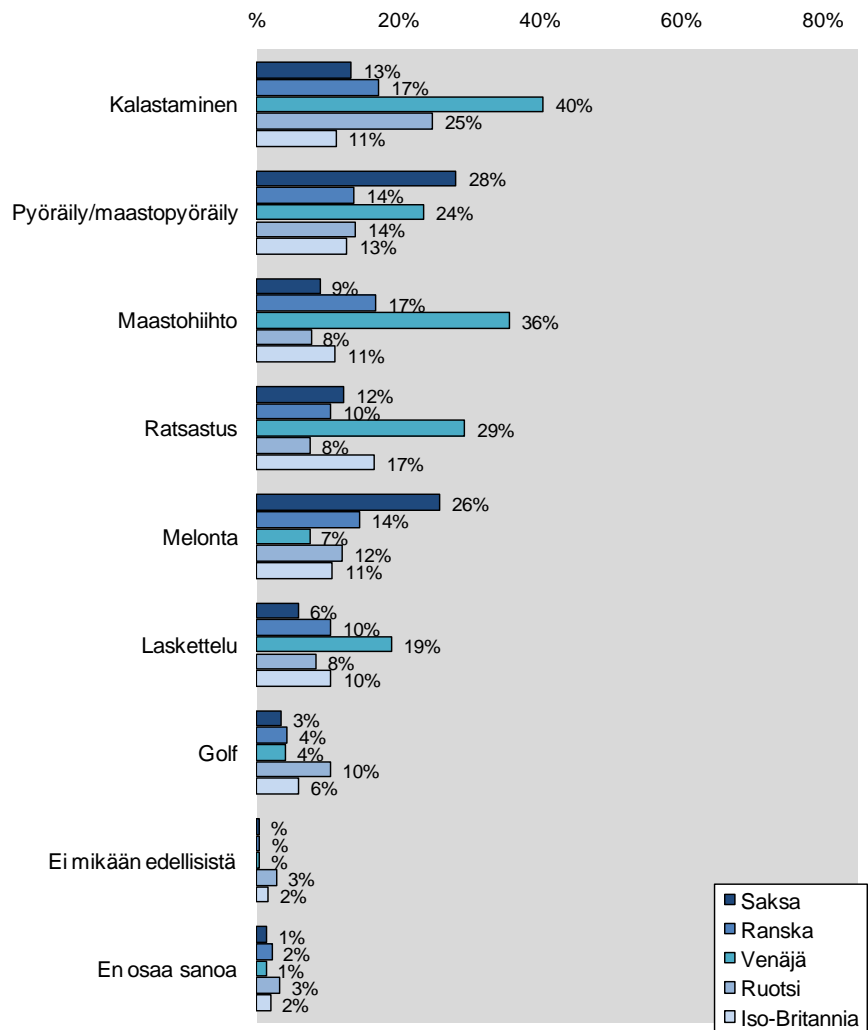
SUOMEEN SUUNTAUTUVILLA LOMAMATKOILLA SUOSITUT
MAJOITUKSET (% niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen), n=2669



KIINNOSTUS ERÄISIIN ASIOIHIN SUOMEEN SUUNTAUTUVILLA
LOMAMATKOILLA 1/2 (% niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen),
n=2669



KIINNOSTUS ERÄISIIN ASIOIHIN SUOMEEN SUUNTAUTUVILLA
LOMAMATKOILLA 2/2 (% niistä, jotka kiinnostuneita matkasta Suomeen),
n=2669



KULTTUURIMATKAILUN KESKEINEN KOHDERYHMÄ

Ryhmittelyn taustalla olevat väittämät ja niiden kanssa samaa mieltä olleiden osuudet:

- Arvot ja eettisyys ohjaavat elämääni (42%).
- Yritän elää elämääni siten, että myös tulevat sukupolvet voisivat nauttia hyvin elinolosuhteista ja hyvästä elämästä (50%).
- On tärkeätä, että kaikki apua tarvitsevat saavat sitä (45%).
- Yksi elämän suurista nautinnoista on se, että pystyy luomaan hyvinvointia ja iloa muille ihmisille (35%).
- Meidän pitäisi varata tarpeeksi aikaa, jotta voisimme todella ymmärtää elämäämme vaikuttavien erilaisten asioiden arvon (38%)
- Olen kiinnostunut muista kulttuureista (64%)
- Tulen hyvin toimeen epävarmuuden kanssa (26%).
- On hienoa viettää aikaa erilaisten ihmisten kanssa (52%)
- Olen aina valmis kokeilemaan uusia asioita ja ideoita (48%).
- Tasapaino kehon, sielun ja tunne-elämän välillä on yksi elämän tärkeimmistä asioista (42%).
- Pidän jatkuvasti huolta itsestäni, jotta tuntisin itseni niin terveeksi ja tarmokkaaksi kuin mahdollista (27%).
- Etsin jatkuvasti uusia tunne-elämyksiä (17%).

LOMAKE

ENSIN MUUTAMIA KYSYMYKSIÄ LOMAMATKOISTA

Q1 Oletteko ollut kuluneen kolmen vuoden aikana sellaisella lomamatkalla, mikä on sisältänyt yhden tai useampia vierailuja tai osallistumisia alla mainittuihin paikkoihin tai tilaisuuksiin? Merkitkää kaikki omalla kohdallanne kyseeseen tulevat.

Museot yms.

- 1 Vierailut taidemuseossa
- 2 Vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa
- 3 Vierailut kulttuurihistoriallisessa museossa
- 4 Vierailut johonkin asiaan erikoistuneessa museossa
- 5 Vierailut luonnonhistoriallisessa museossa
- 6 Vierailut historiallisessa rakennuksessa ja/tai monumentilla
- 7 Vierailut perintökohteessa tai arkeologisessa kohteessa (Unescon tai paikallisessa)

Esittävä taide

- 8 Käynyt teatterissa/musikaalissa
- 9 Käynyt oopperassa/operetissa
- 10 Käynyt klassisen musiikin konsertissa tai festivaalilla
- 11 Käynyt jazz- /blueskonsertissa tai festivaalilla
- 12 Käynyt pop-/rock-konsertissa tai festivaalilla
- 13 Käynyt kansanmusiikkikonsertissa tai festivaalilla
- 14 Käynyt baletissa, modernin tanssin tai muu tanssimuodon tapahtumassa tai festivaalilla

Kirjallisuus/valokuvaus/elokuva/kuvataide

- 15 Käynyt kirjallisuustapahtumassa
- 16 Käynyt kuvataidefestivaalilla tai -tapahtumassa
- 17 Käynyt filmifestivaalilla tai -tapahtumassa
- 18 Käynyt muulla festivaalilla (esim. poikkitaiteellisilla, kaupunki-, lasten ja nuorten jne.)
- 19 Käynyt modernin taiteen galleriassa
- 20 Käynyt galleriassa, jossa esitellään modernia muotoilua
- 21 Käynyt valokuvanäyttelyssä

Vapaa-ajan paikat ja tapahtumat

- 22 Käynyt eläin-/merieläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa
- 23 Käynyt urheilutapahtumassa tai stadionilla tms.
- 24 Käynyt sirkuksessa

Kiertoajelut/-kävelyt ja keskuksat

- 25 Osallistunut kiertoajelulle
- 26 Osallistunut opastetulle kävelyllä, jolla on ollut kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö
- 27 Käynyt tiede- tai koulutuskeskuksessa
- 28 Käynyt kulttuurikeskuksessa

Elämäntapa ja muu

- 29 Vierailut perinteisessä maaseutumiljöössä
- 30 Kokenut/ollut kosketuksissa vierailumaan elämäntyyliin ja sen ihmisiin
- 31 Kokeillut vierailumaan ruokia ja keittiön tuotteita
- 32 Ottanut osaa pyhiinvaellukseen

- 33 Ei mikään edellisistä
- 34 En osaa sanoa/muista

JOS 33 TAI 34 → HAASTATTELU KESKEYTETÄÄN

NÄYTETÄÄN Q1:SSÄ VALITUT KOHTEET

Q2 Kuinka monta sellaista lomamatkaa olette tehnyt ulkomaille kuluneen kolmen vuoden aikana, mitkä ovat sisältäneet yhden tai useampia niistä vierailuista tai aktiviteeteista, jotka mainitsitte edellisessä kysymyksessä (näkyvät yllä)?

_____ lomamatkaa

NÄYTETÄÄN Q1:SSÄ VALITUT KOHTEET

Q3 Mistä lähteistä saitte tietoa niistä paikoista joissa vierailitte tai aktiviteeteistä, joihin osallistuitte kyseisten matkojen aikana? Valitkaa kaikki kyseeseen tulevat.

- 1 Matkatoimistosta
- 2 Matkanjärjestäjien esitteistä
- 3 Internetistä
- 4 Blogeista, Twitteristä, Facebookista, Travel Advisorista tai muusta sosiaalisesta mediasta
- 5 Kulttuuriyhteisöistä tai -klubeista
- 6 Sanoma- tai aikakauslehdistä
- 7 Televisio- tai radio-ohjelmista
- 8 Kotimaassanne asuvilta ystäviltä tai sukulaisilta
- 9 Lomamatkanne kohdemaassa asuvilta ystäviltä tai sukulaisilta
- 10 Ei mistään edellä mainituista
- 11 En osaa sanoa

NÄYTETÄÄN Q1:SSÄ VALITUT KOHTEET

Q3 Kuinka monta ensimmäisessä kysymyksessä mainitsemaanne (näkyvät yllä) vierailua tai aktiviteettiä viimeisin ulkomaille suuntautunut lomamatkanne sisälsi (arvioikaa mahdollisimman tarkkaan)?

_____ vierailua/aktiviteettia

Q4 Missä maissa olette käynyt lomamatkalla kuluneen kolmen vuoden aikana?

Skandinavia ja Baltian maat

- 1 Suomi
- 2 Ruotsi
- 3 Norja
- 4 Tanska
- 5 Islanti
- 6 Viro
- 7 Latvia
- 8 Liettua

Itä-Euroopa ja Balkan

- 9 Valkovenäjä
- 10 Bulgaria
- 11 Venäjä
- 12 Serbia
- 13 Makedonia
- 14 Moldova
- 15 Romania
- 16 Ukraina
- 17 Turkki

Keski-Eurooppa

- 18 Itävalta
- 19 Belgia
- 20 Tsekin tasavalta
- 21 Ranska
- 22 Saksa
- 23 Unkari
- 24 Luxemburg
- 25 Alankomaat
- 26 Puola
- 27 Slovakia
- 28 Sveitsi

Länsi-Eurooppa

- 29 Irlanti
- 30 Portugali
- 31 Yhdistyneet kuningaskunnat

Välimeren maat

- 32 Albania
- 33 Kroatia
- 34 Kypros
- 35 Kreikka
- 36 Italia
- 37 Malta
- 38 Slovenia
- 39 Espanja

Amerikka

- 40 Kanada
- 41 Yhdysvallat
- 42 Meksiko

Aasia

- 43 Kiina
- 44 Intia
- 45 Japani

Oseania

- 46 Australia
- 47 Uusi Seelanti
- 48 Muut maat, mitkä? _____
- 49 En osaa sanoa/en muista

Q5 Kun ajattelette viimeisintä ulkomaanmatkaanne, oliko kyse...?

- 1 Valmiista pakettimatkastasta
- 2 Matkasta, jonka te itse ja/tai matkakumppaninne suunnitteli ja järjesti
- 3 Matkatoimiston suunnittelemasta pelkästään Teille räätälöidystä matkasta
- 4 En osaa sanoa

SEURAAVAKSI MUUTAMIA KYSYMYKSIÄ KULTTUURIMATKAILUSTA

Q6 Joskus viitataan käsitteeseen kulttuurimatkailu. Kun ajattelette kulttuurimatkailua, mistä mielestänne siinä on oikeastaan kyse?

AVOIN VASTAUS: _____

Q7 Mitkä seuraavista mielestänne sisältyvät kulttuurimatkailuun? Merkitkää kaikki kyseeseen tulevat.

Museot yms.

- 1 Vierailut taidemuseossa
- 2 Vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa
- 3 Vierailut kulttuurihistoriallisessa museossa
- 4 Vierailut johonkin asiaan erikoistuneessa museossa
- 5 Vierailut luonnonhistoriallisessa museossa
- 6 Vierailut historiallisessa rakennuksessa ja/tai monumentilla
- 7 Vierailut perintökohteessa tai arkeologisessa kohteessa (Unescon tai paikallisessa)

Esittävä taide

- 8 Käynti teatterissa/musikaalissa
- 9 Käynti oopperassa/operetissa tai ballettitapahtumassa tai festivaalilla
- 10 Käynti klassisen musiikin konsertissa tai festivaalilla
- 11 Käynti jazz- /blueskonsertissa tai festivaalilla
- 12 Käynti pop-/rock-konsertissa tai festivaalilla
- 13 Käynti kansanmusiikkikonsertissa tai festivaalilla
- 14 Käynti baletissa, modernin tanssin tai muu tanssimuodon tapahtumassa tai festivaalilla

Kirjallisuus/valokuvaus/elokuva/kuvataide

- 15 Käynti kirjallisuustapahtumassa
- 16 Käynti kuvataidefestivaalilla tai -tapahtumassa
- 17 Käynti filmifestivaalilla tai -tapahtumassa
- 18 Käynti muulla festivaalilla (esim. poikkitaiteellisilla, kaupunki-, lasten ja nuorten jne.)
- 19 Käynti modernin taiteen galleriassa
- 20 Käynti galleriassa, jossa esitellään modernia muotoilua
- 21 Käynti valokuvanäyttelyssä

Vapaa-ajan paikat ja tapahtumat

- 22 Käynti eläin-/merieläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa
- 23 Käynti urheilutapahtumassa tai stadionilla tms.
- 24 Käynti sirkuksessa

Kiertoajelut-/kävelyt ja keskuks

- 25 Osallistuminen kiertoajelulle
- 26 Osallistuminen opastetulle kävelylle, jolla on ollut kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö
- 27 Käynti tiede- tai koulutuskeskuksessa
- 28 Käynti kulttuurikeskuksessa

Elämäntapa ja muu

- 29 Vierailu perinteisessä maaseutumiljöössä
- 30 Kokemukset/ kosketukset vierailumaan elämäntyyliin ja sen ihmisiin
- 31 Kokeilut vierailumaan ruo'ista ja keittiön tuotteista
- 32 Osanotto pyhiinvaellukseen

- 33 Ei mikään edellisistä
- 34 En osaa sanoa

SEURAAVAKSI MUUTAMIA KYSYMYKSIÄ SUOMESTA

Q8 Oletteko koskaan käynyt Suomessa?

- 1 Kyllä, lomamatkalla
- 2 Kyllä, työmatkalla
- 3 En ole käynyt Suomessa
- 4 En osaa sanoa/en muista

JOS ON KÄYNYT SUOMESSA (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q8)

Q9 Kuinka monta kertaa olette käynyt Suomessa yhteensä?

_____ kertaa

JOS LOMAMATKALLA (vaihtoehto 2 kysymyksessä Q8)

Q9b Minä vuonna kävitte viimeksi lomamatkalla Suomessa?

Vuonna _____

JOS ON KÄYNYT SUOMESSA (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q8)

Q9c Missä osissa maata kävitte? Merkitkää kaikki kyseeseen tulevat.

- 1 Helsingissä/pääkaupunkiseudulla
- 2 Pääkaupunkiseudun ulkopuolisessa Etelä-Suomessa
- 3 Saaristossa
- 4 Rannikkoalueella
- 5 Järviseudulla
- 6 Lapissa
- 7 Muualla
- 8 En osaa sanoa/en muista

JOS ON KÄYNYT SUOMESSA (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q8)

Q10a Onko mikään Suomeen suuntaunut matkanne sisältänyt elementtjä, joiden voisi sanoa liittyvän kulttuurimatkailuun?

- 1 Kyllä
- 2 Ei
- 3 En osaa sanoa

JOS KYLLÄ (vaihtoehto 1 kysymyksessä Q10a)

Q10b Mistä tilaisuuksista tai tapahtumista oli kyse?

AVOIN VASTAUS: _____

JOS ON KÄYNYT SUOMESSA (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q8)

Q10c Ovatko vierailunne Suomessa sisältäneet jotain tai joitakin alla luetelluista vierailuista tai aktiviteeteista? Merkitkää kaikki kyseeseen tulevat. Oletteko Suomessa ollessanne...

Museot yms.

- 1 Vierailut taidemuseossa
- 2 Vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa
- 3 Vierailut kulttuurihistoriallisessa museossa
- 4 Vierailut johonkin asiaan erikoistuneessa museossa
- 5 Vierailut luonnonhistoriallisessa museossa
- 6 Vierailut historiallisessa rakennuksessa ja/tai monumentilla
- 7 Vierailut perintökohteessa tai arkeologisessa kohteessa (Unescon tai paikallisessa)

Esittävä taide

- 8 Käynyt teatterissa/musikaalissa
- 9 Käynyt oopperassa/operetissa
- 10 Käynyt klassisen musiikin konsertissa tai festivaalilla
- 11 Käynyt jazz- /blueskonsertissa tai festivaalilla
- 12 Käynyt pop-/rock-konsertissa tai festivaalilla
- 13 Käynyt baletissa, kansanmusiikkikonsertissa tai festivaalilla
- 14 Käynyt baletissa, modernin tanssin tai muu tanssimuodon tapahtumassa tai festivaalilla

Kirjallisuus/valokuvaus/elokuva/kuvataide

- 15 Käynyt kirjallisuustapahtumassa
- 16 Käynyt kuvataidefestivaalilla tai -tapahtumassa
- 17 Käynyt filmifestivaalilla tai -tapahtumassa
- 18 Käynyt muulla festivaalilla (esim. poikkitaiteellisilla, kaupunki-, lasten ja nuorten jne.)
- 19 Käynyt modernin taiteen galleriassa
- 20 Käynyt galleriassa, jossa esitellään modernia muotoilua
- 21 Käynyt valokuvanäyttelyssä

Vapaa-ajan paikat ja tapahtumat

- 22 Käynyt eläin-/merieläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa
- 23 Käynyt urheilutapahtumassa tai stadionilla tms.
- 24 Käynyt sirkuksessa

Kiertoajelut/-kävelyt ja keskuksset

- 25 Osallistunut kiertoajelulle
- 26 Osallistunut opastetulle kävelyllä, jolla on ollut kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö
- 27 Käynyt tiede- tai koulutuskeskuksessa
- 28 Käynyt kulttuurikeskuksessa

Elämäntapa ja muu

- 29 Vierailut perinteisessä maaseutumiljöössä
- 30 Kokenut/ollut kosketuksissa Suomen elämäntyyliin ja sen ihmisiin
- 31 Kokeillut Suomen ruokia ja keittiön tuotteita
- 32 Ottanut osaa pyhiinvaellukseen

- 33 Ei mikään edellisistä
- 34 En osaa sanoa/muista

Q11 Sanoisitteko, että olette kiinnostunut vierailemaan Suomessa lomamatkallanne seuraavan kolmen vuoden aikana?

- 1 Erittäin kiinnostunut
- 2 Melko kiinnostunut
- 3 En kovinkaan kiinnostunut
- 4 En lainkaan kiinnostunut
- 5 En osaa sanoa

JOS KIINNOSTAA (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q11)

Q11b Miksi olette kiinnostunut vierailemaan Suomessa? Merkitkään kaikki kyseeseen tulevat.

- 1 Sinne on suhteellisen edullista matkustaa
- 2 Siellä on suhteellisen edullista olla
- 3 Suomen sijainti, se on sopivan lähellä
- 4 En halua matkustaa lomallani kauas
- 5 Miellyttävä ilmasto
- 6 Ystävälliset ihmiset
- 7 Suomi aito ja "cool" mukavalla tavalla
- 8 Mielenkiintoinen kulttuuritarjonta
- 9 Suomi on turvallinen ja luotettava kohde
- 10 Suomen imago on ainutlaatuinen
- 11 Suomessa on mielenkiintoisia vastakohtia
- 12 Luova ja innovatiivinen ajattelutapa
- 13 Suomessa on paljon paikkoja, missä käydä tai aktiviteetteja, mihin osallistua
- 14 Suomi on kiinnostavampi kuin monet muut maat
- 15 Ainutlaatuinen ja kaunis luonto
- 16 Suomalaiset markkinoivat hyvin sitä, mitä he haluavat tarjota turisteille
- 17 Minulla on tuttaviasukulaisia Suomessa
- 18 Joulupukki
- 19 Revontulet
- 20 Suomalainen arkkitehtuuri
- 21 Jean Sibelius
- 22 Ei mitään erityistä syytä, se vain kiinnostaa
- 23 Muu, mikä? _____
- 24 Ei mikään edellisistä
- 25 En osaa sanoa

JOS EI KIINNOSTA (vaihtoehto 3 tai 4 kysymyksessä Q11)

Q11c Miksi ette ole kiinnostunut vierailemaan Suomessa? Merkitkää kaikki kyseeseen tulevat vaihtoehdot.

- 1 Sinne on liian kallista matkustaa
- 2 Siellä on liian kallista olla
- 3 Suomen sijainti, se on liian kaukana
- 4 Haluan matkustaa lomallani paljon kauemmas
- 5 Epämiellyttävä ilmasto
- 6 Epämiellyttävät ihmiset
- 7 Suomalaiset ovat ainutlaatuisia hyvin ikävällä tavalla
- 8 Kiinnostamaton kulttuuritarjonta
- 9 Suomi on turvaton ja epäluotettava kohde
- 10 Suomalaiset ovat liian sisäänpäinkääntyneitä ja hiljaisia
- 11 Suomalaisten kanssa on vaikea päästä kosketuksiin
- 12 Minun täytyy käydä ensin muissa maissa
- 13 Suomessa ei ole tarpeeksi paikkoja, missä käydä tai aktiviteetta, mihin osallistua
- 14 Muut maat ovat mielenkiintoisempia
- 15 Suomen luonto ei ole sen enempää ainutlaatuinen kuin kauniskaan
- 16 Suomalaiset eivät pidä venäläisistä
- 17 Suomalaiset eivät tunnut pitävän ulkomaalaisista ylipäänsä
- 18 Suomalaiset eivät puhu vieraita kieliä
- 19 Suomalaiset eivät osaa markkinoida sitä, mitä heillä olisi tarjottavana turisteille
- 20 Ei mitään erityistä syytä, ei vain kiinnosta
- 21 Muu, mikä? _____
- 22 Ei mikään edellisistä
- 23 En osaa sanoa

JOS ON KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q11)

Q12 Missä seuraavista olisitte kiinnostunut vierailemaan tai mihin olisitte kiinnostunut osallistumaan Suomeen suuntautuvan lomamatkan aikana? Merkitkää kaikki kyseeseen tulevat.

Museot yms.

- 1 Vierailut taidemuseossa
- 2 Vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa
- 3 Vierailut kulttuurihistoriallisessa museossa
- 4 Vierailut johonkin asiaan erikoistuneessa museossa
- 5 Vierailut luonnonhistoriallisessa museossa
- 6 Vierailut historiallisessa rakennuksessa ja/tai monumentilla
- 7 Vierailut perintökohteessa tai arkeologisessa kohteessa (Unescon tai paikallisessa)

Esittävä taide

- 8 Käynti teatterissa/musikaalissa
- 9 Käynti oopperassa/operetissa
- 10 Käynti klassisen musiikin konsertissa tai festivaalilla
- 11 Käynti jazz- /blueskonsertissa tai festivaalilla
- 12 Käynti pop-/rock-konsertissa tai festivaalilla
- 13 Käynti kansanmusiikkikonsertissa tai festivaalilla
- 14 Käynti baletissa, modernin tanssin tai muu tanssimuodon tapahtumassa tai festivaalilla

Kirjallisuus/valokuvaus/elokuva/kuvataide

- 15 Käynti kirjallisuustapahtumassa
- 16 Käynti kuvataidefestivaalilla tai -tapahtumassa
- 17 Käynti filmifestivaalilla tai -tapahtumassa
- 18 Käynti muulla festivaalilla (esim. poikkitaiteellisilla, kaupunki-, lasten ja nuorten jne.)
- 19 Käynti modernin taiteen galleriassa
- 20 Käynti galleriassa, jossa esitellään modernia muotoilua
- 21 Käynti valokuvanäyttelyssä

Vapaa-ajan paikat ja tapahtumat

- 22 Käynti eläin-/merieläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa
- 23 Käynti urheilutapahtumassa tai stadionilla tms.
- 24 Käynti sirkuksessa

Kiertoajelut/-kävelyt ja keskuksset

- 25 Osallistuminen kiertoajelulle
- 26 Osallistuminen opastetulle kävelylle, jolla on ollut kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö
- 27 Käynti tiede- tai koulutuskeskuksessa
- 28 Käynti kulttuurikeskuksessa

Elämäntapa ja muu

- 29 Vierailu perinteisessä maaseutumiljöössä
- 30 Kokemukset/ kosketukset suomalaiseen elämäntyyliin ja sen ihmisiin
- 31 Kokeilut suomalaisista ruo'ista ja keittiön tuotteista
- 32 Osanotto pyhiinvaellukseen

- 33 Ei mikään edellisistä
- 34 En osaa sanoa

JOS EI MIKÄÄN EDELLÄ MAINITUISTA (vaihtoehto 19 tai 20 kysymyksessä Q12)
Q12b Voisitteko kertoa, miksi mikään edellä mainituista ei kiinnostaisi Teitä?

- 1 Ei ole riittävästi aikaa/vierailuni on liian lyhyt
- 2 En tiedä tarpeeksi Suomen tarjonnasta
- 3 Suomalainen tarjonta on heikkotasoisista
- 4 Suomalainen tarjonta ei kiinnosta minua
- 5 En ole kiinnostunut mistään mainituista vierailupaikoista tai aktiviteeteistä
- 6 Olen enemmän kiinnostunut ostosmahdollisuuksista
- 7 Olen enemmän kiinnostunut yöelämästä
- 8 Olen enemmän kiinnostunut luonnosta
- 9 Muu, mikä? _____
- 10 Ei erityistä syytä
- 11 En osaa sanoa

NÄYTETÄÄN Q12:SSA VALITUT KOHTEET

Q12c Missä osassa Suomea haluaisitte vierailla äsken valitsemissanne paikoissa tai osallistua äsken valitsemiinne aktiviteetteihin? Merkitkää kaikki kyseeseen tulevat.

- 1 Helsingissä/pääkaupunkiseudulla
- 2 Pääkaupunkiseudun ulkopuolisessa Etelä-Suomessa
- 3 Saaristossa
- 4 Rannikkoalueella
- 5 Järviseudulla
- 6 Lapissa
- 7 Muualla
- 8 En osaa sanoa

NÄYTETÄÄN Q12:SSA VALITUT KOHTEET

JOS ON KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q11)

Q13 Kuinka paljon olisitte valmis maksamaan seuraavista asioista Suomeen suuntautuvalla lomamatkalla, mikä sisältäisi äsken valitsemianne kulttuurimatkailullisia kiinnostuksenne kohteita (näkyvät yllä)?

a) Matkakulut Suomeen ja takaisin henkilöä kohti

b) Majoitus perillä yhtä yötä kohti (hotelliyö tms.)

c) Ruokakulut/yksittäinen ravintola-ateria henkeä kohti

JOS ON KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q11)

Q14 Entä kuinka paljon olisitte valmis maksamaan seuraavaista asioista Suomeen suuntautuvalla lomamatkalla, mikä sisältäisi edellä mainitsemianne kulttuurimatkailullisia kiinnostuksenne kohteita?

a) Pääsyliput Teitä kiinnostaviin kulttuuritapahtumiin henkeä kohti KOKO MATKAN AJALTA YHTEENSÄ

b) Pääsymaskut yms. Teitä kiinnostaviin kulttuurikohteisiin henkeä kohti KOKO MATKAN AJALTA YHTEENSÄ

c) Kiertoajelut, jotka sisältävät Teitä kiinnostavia kulttuuriteemoja henkeä kohti KOKO MATKAN AJALTA YHTEENSÄ

d) Tiettyyn kulttuuriteemaan liittyvät, yhden yöpymisen sisältävät kiertomatkat/retket henkeä kohti KOKO MATKAN AJALTA YHTEENSÄ

JOS ON KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q11)

Q15a Minkälaisesta majoitusta suosisitte Suomeen suuntautuvalla lomamatkallanne?

ROTATOIDAAN 1-8

- 1 Hotelli
- 2 Mökki
- 3 Maatila
- 4 Lomakylä
- 5 Nuorisomaja
- 6 Huoneisto
- 7 Bed and breakfast –tyyppinen majoitus
- 8 Leirintäalue
- 9 Muu, mikä? _____
- 10 En osaa sanoa

JOS EI OLE KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 3 tai 4 kysymyksessä Q11)

Q15b Millaista majoitusta suositte lomamatkoillanne yleensä?

ROTATOIDAAN 1-8

- 1 Hotelli
- 2 Mökki
- 3 Maatila
- 4 Lomakylä
- 5 Nuorisomaja
- 6 Huoneisto
- 7 Bed and breakfast –tyyppinen majoitus
- 8 Leirintäalue
- 9 Muu, mikä? _____
- 10 En osaa sanoa

JOS ON KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q11)

Q15a Mitä seuraavista haluaisitte tehdä tai kokeilla seuraavan Suomeen suuntautuvan matkanne aikana?

- 1 Kävely
- 2 Vaeltaminen
- 3 Kalastaminen
- 4 Veneily
- 5 Melonta
- 6 Pyöräily/maastopyöräily
- 7 Ratsastus
- 8 Golf
- 9 Retket ympäristössä
- 10 Maastohiihto
- 11 Laskettelu
- 12 Koiravaljalkkoajelut
- 13 Moottorikelkkasafarit
- 14 Wellness/hyvinvointi
- 15 Kylpylät
- 16 Sauna
- 14 Ei mikään edellisistä
- 15 En osaa sanoa

JOS EI OLE KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 3 tai 4 kysymyksessä Q11)

Q15b Mitä seuraavista haluaisitte tehdä tai kokeilla lomamatkallanne yleensä ottaen?

- 1 Kävely
- 2 Vaeltaminen
- 3 Kalastaminen
- 4 Veneily
- 5 Melonta
- 6 Pyöräily/maastopyöräily
- 7 Ratsastus
- 8 Golf
- 9 Retket ympäristössä
- 10 Maastohiihto
- 11 Laskettelu
- 12 Koiravaljalkkoajelut
- 13 Moottorikelkkasafarit
- 14 Wellness/hyvinvointi
- 15 Kylpylät
- 16 Sauna
- 14 Ei mikään edellisistä
- 15 En osaa sanoa

JOS ON KIINNOSTUNUT TULEMAAN SUOMEEN (vaihtoehto 1 tai 2 kysymyksessä Q11)

NÄYTETÄÄN Q12:SSA VALITUT KOHTEET

Q16 Mikä ajankohta sopisi parhaiten Teille vieraillla Suomessa, kun otatte huomioon kiinnostuksen kohteenne? Valitkaa kaksi sopivinta kuukautta.

- 1 Tammikuu
- 2 Helmikuu
- 3 Maaliskuu
- 4 Huhtikuu
- 5 Toukokuu
- 6 Kesäkuu
- 7 Heinäkuu
- 8 Elokuu
- 9 Syyskuu
- 10 Lokakuu
- 11 Marraskuu
- 12 Joulukuu
- 13 En osaa sanoa

Q17 Haluaisitteko näiden matkojen aikana mielummin...?

- 1 Pysytellä yhdessä paikassa Suomessa (esim. Helsingissä) vai
- 2 Tehdä kiertomatkan Suomessa
- 3 En osaa sanoa

NÄYTETÄÄN Q12:SSA VALITUT KOHTEET

Q18 Voisitteko ajatella matkustavanne Suomeen vierailuksenne jossakin Teitä kiinnostavassa tapahtumassa tai kulttuurikohteessa (mainittu ohessa) vai käydäksenne myös joissakin muissa kohteissa?

- 1 Sellaisissa, jotka kiinnostavat minua
- 2 Myös muissakin kohteissa
- 3 Ei kummassakaan
- 4 En osaa sanoa

Q19 Kuinka todennäköisenä pidätte, että käytte Suomessa lomamatkalla seuraavan kolmen vuoden aikana?

- 1 Hyvin todennäköistä
- 2 Melko todennäköistä
- 3 Melko epätodennäköistä
- 4 Hyvin epätodennäköistä
- 5 En osaa sanoa

SEURAAVAKSI KYSYMYS PAIKOISTA JA TILAISUUKSISTA, JOISSA OLETTE VIERAILLUT OMASSA MAASSANNE

Q20 Missä seuraavista paikoista tai tilaisuuksista olette vierailut tai ottanut osaa OMASSA MAASSANNE viime aikoina, sanotaan kuluneen 12 – 15 kuukauden aikana? Merkitkää kaikki omalla kohdallanne kyseeseen tulevat.

Museot yms.

- 1 Vierailut taidemuseossa
- 2 Vierailut historiallisessa tai kansallismuseossa
- 3 Vierailut kulttuurihistoriallisessa museossa
- 4 Vierailut johonkin asiaan erikoistuneessa museossa
- 5 Vierailut luonnonhistoriallisessa museossa
- 6 Vierailut historiallisessa rakennuksessa ja/tai monumentilla
- 7 Vierailut perintökohteessa tai arkeologisessa kohteessa (Unescon tai paikallisessa)

Esittävä taide

- 8 Käynyt teatterissa/musikaalissa
- 9 Käynyt oopperassa/operetissa
- 10 Käynyt klassisen musiikin konsertissa tai festivaalilla
- 11 Käynyt jazz- /blueskonsertissa tai festivaalilla
- 12 Käynyt pop-/rock-konsertissa tai festivaalilla
- 13 Käynyt kansanmusiikkikonsertissa tai festivaalilla
- 14 Käynyt baletissa, modernin tanssin tai muu tanssimuodon tapahtumassa tai festivaalilla

Kirjallisuus/valokuvaus/elokuva/kuvataide

- 15 Käynyt kirjallisuustapahtumassa
- 16 Käynyt kuvataidefestivaalilla tai -tapahtumassa
- 17 Käynyt filmifestivaalilla tai -tapahtumassa
- 18 Käynyt muulla festivaalilla (esim. poikkitaiteellisilla, kaupunki-, lasten ja nuorten jne.)
- 19 Käynyt modernin taiteen galleriassa
- 20 Käynyt galleriassa, jossa esitellään modernia muotoilua
- 21 Käynyt valokuvanäyttelyssä

Vapaa-ajan paikat ja tapahtumat

- 22 Käynyt eläin-/merieläinpuistossa tai kasvitieteellisessä puutarhassa
- 23 Käynyt urheilutapahtumassa tai stadionilla tms.
- 24 Käynyt sirkuksessa

Kiertoajelut/-kävelyt ja keskuks

- 25 Osallistunut kiertoajelulle
- 26 Osallistunut opastetulle kävelyllä, jolla on ollut kulttuurinen tai arkkitehtoninen sisältö
- 27 Käynyt tiede- tai koulutuskeskuksessa
- 28 Käynyt kulttuurikeskuksessa

Elämäntapa ja muu

- 29 Vierailut perinteisessä maaseutumiljöössä
- 30 Kokenut/ollut kosketuksissa maan elämäntyyliin
- 31 Kokeillut maan ruokia ja keittiön tuotteita
- 32 Ottanut osaa pyhiinvaellukseen

- 33 Ei mikään edellisistä
- 34 En osaa sanoa/muista

Q21 Alla on lueteltu eräitä ominaisuuksia. Merkitkää kaikki ne, jotka mielestänne kuvaavat Teitä itseänne ja Teidän ajattelutapaanne hyvin.

ROTATOI 1-12

- 1 Arvot ja eettisyys ohjaavat elämääni.
- 2 Yritän elää elämääni siten, että myös tulevat sukupolvet voisivat nauttia hyvin elinolosuhteista ja hyvästä elämästä.
- 3 On tärkeätä, että kaikki apua tarvitsevat saavat sitä.
- 4 Yksi elämän suurista nautinnoista on se, että pystyy luomaan hyvinvointia ja iloa muille ihmisille.
- 5 Meidän pitäisi varata tarpeeksi aikaa, jotta voisimme todella ymmärtää elämäämme vaikuttavien erilaisten asioiden arvon.
- 6 Olen kiinnostunut muista kulttuureista.
- 7 Tulen hyvin toimeen epävarmuuden kanssa.
- 8 On hienoa viettää aikaa erilaisten ihmisten kanssa.
- 9 Olen aina valmis kokeilemaan uusia asioita ja ideoita.
- 10 Tasapaino kehon, sielun ja tunne-elämän välillä on yksi elämän tärkeimmistä asioista.
- 11 Pidän jatkuvasti huolta itsestäni, jotta tuntisin itseni niin terveeksi ja tarmokkaaksi kuin mahdollista.
- 12 Etsin jatkuvasti uusia tunne-elämyksiä.
- 13 Ei mikään edellä mainituista
- 14 En osaa sanoa

Q22 Joidenkin ihmisten sanotaan olevan enemmänkin tunteellisia kuin toiminnan ihmisiä ja päinvastoin. Sanoisitteko, että olette itse...?

- 1 Enemmän tunteellinen kuin toiminnan ihminen
- 2 Enemmän toiminnan ihminen kuin tunteellinen
- 3 En osaa sanoa

TÄSSÄ OLIVAT KAIKKI KYSYMYKSEMME. KIITOS, ETTÄ OSALLISTUITTE.