



OPETUS- JA
KULTTUURIMINISTERIÖ

Kulttuurimatkailun vaikuttavuus selvitys

Owal Group Oy

Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2024:28

Kulttuurimatkailun vaikuttavuus selvitys

Owal Group Oy

Opetus- ja kulttuuriministeriö Helsinki 2024

Julkaisujen jakelu

Distribution av publikationer

**Valtioneuvoston
julkaisuarkisto Valto**

Publikations-
arkivet Valto

julkaisut.valtioneuvosto.fi

Opetus- ja kulttuuriministeriö
CC BY-ND 4.0

ISBN pdf: 978-952-415-054-5
ISSN pdf: 1799-0351

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2024

Kulttuurimatkailun vaikuttavuus selvitys

Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2024:28
Julkaisija Opetus- ja kulttuuriministeriö

Teema Kulttuuri

Yhteisötekijä Owal Group Oy
Kieli suomi

Sivumäärä 62

Tiivistelmä

Selvityksen tavoitteena oli tunnistaa ja kartoittaa kulttuurimatkailun vaikutuslajeja ja tietolähteitä, kuvata kulttuurimatkailun vaikuttavuutta sekä esittää ratkaisuja kulttuurimatkailun vaikuttavuuden seurannan kehittämiseksi. Taustalla on tarve vahvistaa tietopohjaa kulttuurimatkailun vaikutuksista osana kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartan toimenpiteitä.

Selvityksen perusteella kulttuurimatkailu on merkittävä osa kansallista ja alueellista matkailun kokonaisuutta, ja sen merkitys vaikuttaisi olevan suuruusluokaltaan samankaltainen eri puolilla maata.

Selvityksen mukaan kulttuurimatkailun vaikuttavuuden mittaaminen ja mittarit tulisi kytkeä eri alueiden omiin tavoitteisiin ja vahvuuksiin. Parhaiten kehittämistä palvelisi tieto siitä, millä tavoin yksittäiset kohteet tukevat alueen kulttuuri- ja matkailutarjonnan ekosysteemiä.

Selvityksen mukaan kulttuurimatkailun alueellista vaikuttavuutta kuvaisi parhaiten tarkka tieto siitä, mitä kaikkea matkailija matkansa aikana on tehnyt tai kokenut. Tämä edellyttäisi eri tietolähteiden yhdistämistä kattavaksi kokonaiskuvaksi ja alueen eri kulttuuri- ja matkailutoimijoiden yhteistyötä tiedonkeruussa.

Asiasanat kulttuurimatkailu, kulttuuri, matkailu, kulttuuriperintö

ISBN PDF 978-952-415-054-5

ISSN PDF 1799-0351

Julkaisun osoite <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-415-054-5>

Utredning om effekterna av kulturturism

Undervisnings- och kulturministeriets publikationer 2024:28
Utgivare Undervisnings- och kulturministeriet

Tema Kultur

Utarbetad av Owal Group Oy
Språk finska

Sidantal 62

Referat

Syftet med utredningen var att identifiera och kartlägga olika konsekvenser av och informationskällor för kulturturism, beskriva kulturturismens effekter och föreslå lösningar för att förbättra uppföljningen av effekterna. Bakgrunden till utredningen var behovet av att utvidga kunskapsunderlaget för kulturturismens effekter som ett led i åtgärderna i färdplanen för den nationella utvecklingen av kulturturismen.

Utredningen visar att kulturturismen är en viktig del av både den nationella och regionala turismen, och dess betydelse verkar vara ungefär lika stor i olika delar av landet.

Enligt utredningen borde mätningen av kulturturismens effekter och dess indikatorer vara kopplade till de olika regionernas egna mål och styrkor. Utvecklingen skulle främjas bäst av information om hur enskilda resmål stöder ekosystemet för regionens utbud av kultur- och turisttjänster.

Kulturturismens regionala effekter skulle enligt utredningen beskrivas bäst med hjälp av noggrann information om vad resenären har gjort eller upplevt under sin resa. Detta skulle förutsätta att olika informationskällor kombineras till en omfattande helhet och att de olika kultur- och turistaktörerna i regionen samarbetar för att samla in informationen.

Nyckelord kultur, turism, kulturturism, kulturarv

ISBN PDF 978-952-415-054-5

ISSN PDF 1799-0351

URN-adress <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-415-054-5>

Sisältö

1	Johdanto	7
1.1	Tausta ja tavoitteet	7
1.2	Menetelmät ja aineistot	10
2	Kulttuurin ja matkailun vaikuttavuuden osatekijät ja mittaaminen	12
2.1	Kulttuurimatkailun vaikuttavuus ja sen osatekijät	12
2.2	Käytössä olevat vaikuttavuusindikaattorit	17
3	Kulttuurin, matkailun ja kulttuurimatkailun vaikutukset	22
3.1	Matkailun ja kulttuurin tilannekuva	22
3.2	Kulttuurimatkailun vaikuttavuuden tunnistaminen	26
3.3	Alueellisia kulttuurimatkailuprofiileja	36
4	Pohdinta ja johtopäätökset	44
	Liitteet	50
	Lähteet	60

1 Johdanto

1.1 Tausta ja tavoitteet

Tämä on loppuraportti kulttuurimatkailun vaikuttavuuden seurannan nykytilasta ja kehittämistarpeista. Selvitys on osa kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartan¹ toimenpiteitä, ja sen taustalla on tarve vahvistaa tietopohjaa kulttuurimatkailun vaikutuksista. Tämän selvityksen tavoitteena oli tunnistaa ja kartoittaa kulttuurimatkailun vaikutusten osatekijöitä, niiden tietolähteitä, kuvata kulttuurimatkailun vaikuttavuutta sekä esittää ratkaisuja kulttuurimatkailun vaikuttavuuden seurannan kehittämiseksi.

Selvityksen tavoitteena on tukea kulttuurimatkailun vaikuttavuuden seurannan kehittämistä ja osaltaan kulttuurimatkailun tiekartan tavoitteiden toteutumista. Tiekartassa visiona on, että kulttuurimatkailu tuottaa kestäväää kasvua, erottuu elämyksellisyydellään ja vaikuttaa verkostoituneesti. Kulttuurimatkailu liittyy muun matkailun kanssa niin tavoitteiden kuin sisältönsäkin puolesta. Myös Suomen matkailustrategian toimenpiteet vuosille 2022–2023 ovat edistäneet kulttuurimatkailun kehittämistä.

Kulttuurimatkailun tiekartan mukaan kulttuurimatkailun vaikuttavuuteen liittyy tietoa- ja palvelu-aloja. Tunnistettuja tietotarpeita ovat mm. kulttuurimatkailun merkitys alueiden vetovoimatekijänä ja arvoverkkojen muodostumisessa, kulttuurimatkailun työllistävät vaikutukset, paikallis- ja aluetaloudelliset vaikutukset, Suomen kulttuurimatkailun kansainvälinen tunnettuus, hyvinvointivaikutukset ja myönteiset vaikutukset asuin- ja työskentelypaikkakuntien koettuun elinvoimaisuuteen. Kansainvälisyyden osalta tarvetta on mm. tiedolle siitä, miten tunnettu Suomi on kulttuurimatkailukohteena. Tässä selvityksessä keskitytään erityisesti aluetaloudellisiin näkökulmiin.

1 Kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartta. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2023:10 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-931-8>

Kulttuurimatkailun määrittely ja kohderyhmät

Kulttuuri on tässä selvityksessä määritelty kulttuurimatkailun tiekarttaan perustuen laajasti kattamaan

”niin kulttuuriperinnön kuin nykykulttuurin. Taiteen ja kulttuurin aloja ovat muun muassa esittävät taiteet (musiikki, teatteri, tanssi, sirkus ja performanssitäiteet), kirjallisuus, muotoilu, arkkitehtuuri sekä visuaaliset taiteet (kuvataide, valokuva-taide, sarjakuva ja mediataide). Audiovisuaalista kulttuuria ovat muun muassa elokuvat, televisio- ja radio-ohjelmat, digitaaliset pelit, musiikkivideot sekä videotaide. Kulttuurialan toimijoita ovat myös muun muassa museot, Unescon maailmanperintökohteiden ylläpitäjät ja kulttuuriperintöala, joka kattaa kulttuuriperinnön säilyttämisen, kehittämisen ja käytön esimerkiksi vapaan kansalaistoiminnan puitteissa. Kulttuuritapahtumat ja -festivaalit ovat niin ikään tärkeä osa kulttuuria ja kulttuurimatkailua.

Luovat alat voidaan jaotella luoviin sisältöihin, luoviin palveluihin sekä luoviin tuotteisiin ja kulttuuriin. Luovien alojen yhteydessä puhutaan erityisesti Euroopassa usein kulttuurialasta. Luovilla aloilla on yhteys kulttuurimatkailuun esimerkiksi paikallisen ja alueellisen vetovoiman ja erottautumisen ajureina.

Kulttuuriympäristö on kulttuuria sekä ihmisen ja luonnon vuorovaikutusta ilmentävää ympäristöä. Kulttuuriympäristöihin voidaan lukea kuuluvaksi rakennetut kulttuuriympäristöt, kiinteät muinaisjäännökset ja muut eri-ikäiset arkeologiset kohteet, kulttuurimaisemat ja perinnebiotoopit. Maisemassa voi painottua luonnon tai kulttuurin vaikutukset. Niitä on niin maaseudulla kuin kaupungeissa ja taajamissakin. Kulttuuriympäristöt ja maisemat voivat olla arvokkaiksi tunnistettuja alueita ja kohteita tai ne voivat olla arjen ympäristöjä.

Kulttuuri on myös ihmisten välistä kanssakäymistä, tapoja ja vuorovaikutusta. Esimerkiksi kielellä on tiivis yhteys tähän kulttuurin ulottuvuuteen. Kulttuurimatkailussa tähän osaan kulttuurista viitataan usein ”paikallisena elämäntapana”, ja se liittyy usein aineettomaan kulttuuriperintöön.”²

2 Kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartta. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2023:10 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-931-8>

Kulttuurimatkailusta käytetään kulttuurimatkailun tiekartassa seuraavaa määritelmää:

”Kulttuurimatkailu on kestävän kehityksen mukaista liiketoimintaa ja palveluita, joissa paikallisia kulttuurisia voimavaroja tulkitaan ja tehdään saavutettavaksi matkailijoille, alueen asukkaille ja lähialueiden ihmisille. Kulttuurimatkailu perustuu matkailijan haluun kokea matkakohteen kulttuuria matkansa aikana.

Kulttuurisia voimavaroja kohdellaan kulttuurimatkailussa kunnioittaen ja niiden arvoja kestävästi vahvistaen. Kulttuurimatkailu voi pohjautua mihin tahansa kulttuurin tai taiteen alaan, tapahtumaan, paikkaan, kohteeseen tai ilmiöön: esitykseen, näyttelyyn, kulttuuritapahtumaan, aineelliseen tai aineettomaan kulttuuriperintöön, kulttuuriympäristöön, maisemaan tai kokemukseen paikallisesta elämäntavasta.”³

Kun kulttuuri ymmärretään laajasti, kuten kulttuurimatkailun tiekartassa, voidaan merkittävä osa matkailusta mieltää kulttuurimatkailuksi⁴. Kulttuurimatkailun sisältä voi karkeasti tunnistaa kaksi pääsegmenttiä: kulttuuri matkan pääasiallisena motiivina tai kulttuuri yhtenä osana matkan sisältöä ja osatekijänä matkustuspäätökselle. Parhaimmillaan samat kohteet palvelevat molempia segmenttejä. Oikein tuotetettuna kulttuurimatkailukohteista ja -palveluista voi tulla alueiden vetonauloja sekä kulttuuri- että muille matkailijoille. Niillä voi olla myös muita myönteisiä vaikutuksia alueen kulttuuritoiminnalle ja matkailulle.⁵ Kulttuuri matkan päämotiivina voi jakautua alakategorioihin, kuten tiettyyn tapahtumaan osallistumiseen tai tiettyyn kulttuurikohteeseen tutustumiseen⁶. Osana muuta matkailua kulttuurimatkailun merkitystä voi tarkastella sen perusteella, mikä on kulttuurisisältöjen osuus matkan sisällöstä. Tämä voi olla tilanteen mukaan joko hyvin suuri tai melko pienikin.

3 ibid.

4 Ks. esim. Veijola & Kyyrö 2020. Kestävän matkailun monitieteiset mittarit kulttuuriympäristöissä. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2020:26. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-934-9>

5 Kestävän matkailun tila 2022. <https://www.visitfinland.fi/498840/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/kestavan-matkailun-tila-2022.pdf>

6 Kulttuurimatkailija on myös yksi Visit Finlandin 11 matkailijasegmentistä, ks. <https://www.visitfinland.fi/4a5418/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/culture-traveler.pdf>

1.2 Menetelmät ja aineistot

Selvitys perustuu kirjallisten aineistojen analyysiin, asiantuntijahaastatteluihin, sähköiseen kyselyyn sekä aluetyöpajoihin. Selvitys on toteutettu tammikuun ja huhtikuun 2024 välisenä aikana.

Kirjallisten aineistojen analyysissä koottiin ja analysoitiin kulttuurimatkailun vaikuttavuuteen liittyviä strategioita, selvityksiä, tutkimuksia ja valtakunnallisia tietolähteitä. Näitä on analysoitu sisällönanalyysin keinoin. Kirjallisten aineistojen analyysi on muodostanut selvityksen tietopohjan.

Haastatteluiden kohderyhminä olivat julkiset toimijat ja keskeiset sidosryhmät. Haastateltavina oli julkisten toimijoiden lisäksi alueorganisaatioita, kulttuuri-toimijoita sekä tutkimus- ja koulutustoimijoita. Haastateltavat edustivat seuraavia organisaatioita: Finland Festivals, Humak, Itä-Suomen yliopisto, Kulta ry, maa- ja metsätalousministeriö, Metsähallitus, Museovirasto, opetus- ja kulttuuriministeriö, Suomenlinnan hoitokunta, Suomen museoliitto, Taiteen edistämiskeskus, Turku 2011 -säätio, työ- ja elinkeinoministeriö, Visit Finland, Visit Jyväskylä Region. Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Haastatteluja toteutettiin yhteensä 15 kappaletta. Haastattelut toteutettiin tammi–maaliskuussa 2024.

Sähköisellä kyselyllä kartoitettiin kulttuurimatkailun vaikutuksia ja seurantamenetelmiä eri toimijoiden näkökulmista. Kyselyn kohderyhmiä olivat matkailutoimijat, kulttuuritoimijat ja kunnat ja kysely toteutettiin eri toimijoille räätälöitynä. Kyselyä levitettiin muun muassa kuntien kirjaamoiden ja kontaktien, kuten järjestöjen kautta. Kyselyyn saatiin yhteensä 343 vastausta.

Huhtikuussa 2024 toteutettiin kulttuurimatkailun aluetyöpajat, joiden kohdealueina olivat Tampere/Pirkanmaa, Vaasa/Pohjanmaa, Sodankylä ja Jyväskylä/Keski-Suomi. Aluetilaisuuksiin osallistui tahoja seuraavista kunnista, organisaatioista ja tapahtumista:

- **Tampere:** Visit Tampere, Tampereen kaupunki, Serlachius-museot.
- **Vaasa:** Vaasan kaupunki, Visit Vaasa, Vaasan museot, Vaasan kulttuurimatkailun Pohjanmaan aluetiimi, Pohjanmaan matkailutiekartta 2030 -hanke, Pohjanmaan liitto.
- **Sodankylä:** Sodankylän kunta, Midnight Sun Film Festival, Kuusikko soi ry, Museo-Galleria Andreas Alariesto, Kultamuseo ry, Lapin AMK, Kultamuseosäätio.

- **Jyväskylä:** Jyväskylän kaupunki, Keuruun kunta, Visit Jyväskylä Region, Culture in Nature-hanke (Laukaan kunta), Petäjäveden vanhan kirkon säätiö, Jyväskylä Sinfonia -orkesteri, Visit Finland akatemia.

Raportin luvussa kaksi kuvataan kulttuurimatkailun vaikuttavuuden osatekijöitä ja vaikuttavuuden seurannassa käytössä olevia indikaattoreita. Luku kolme käsittelee kulttuurimatkailun vaikuttavuutta ja sen tunnistamista. Luvussa neljä esitetään johtopäätökset ja kehittämismahdollisuuksia vaikuttavuuden vahvistamiseksi.

2 Kulttuurin ja matkailun vaikuttavuuden osatekijät ja mittaaminen

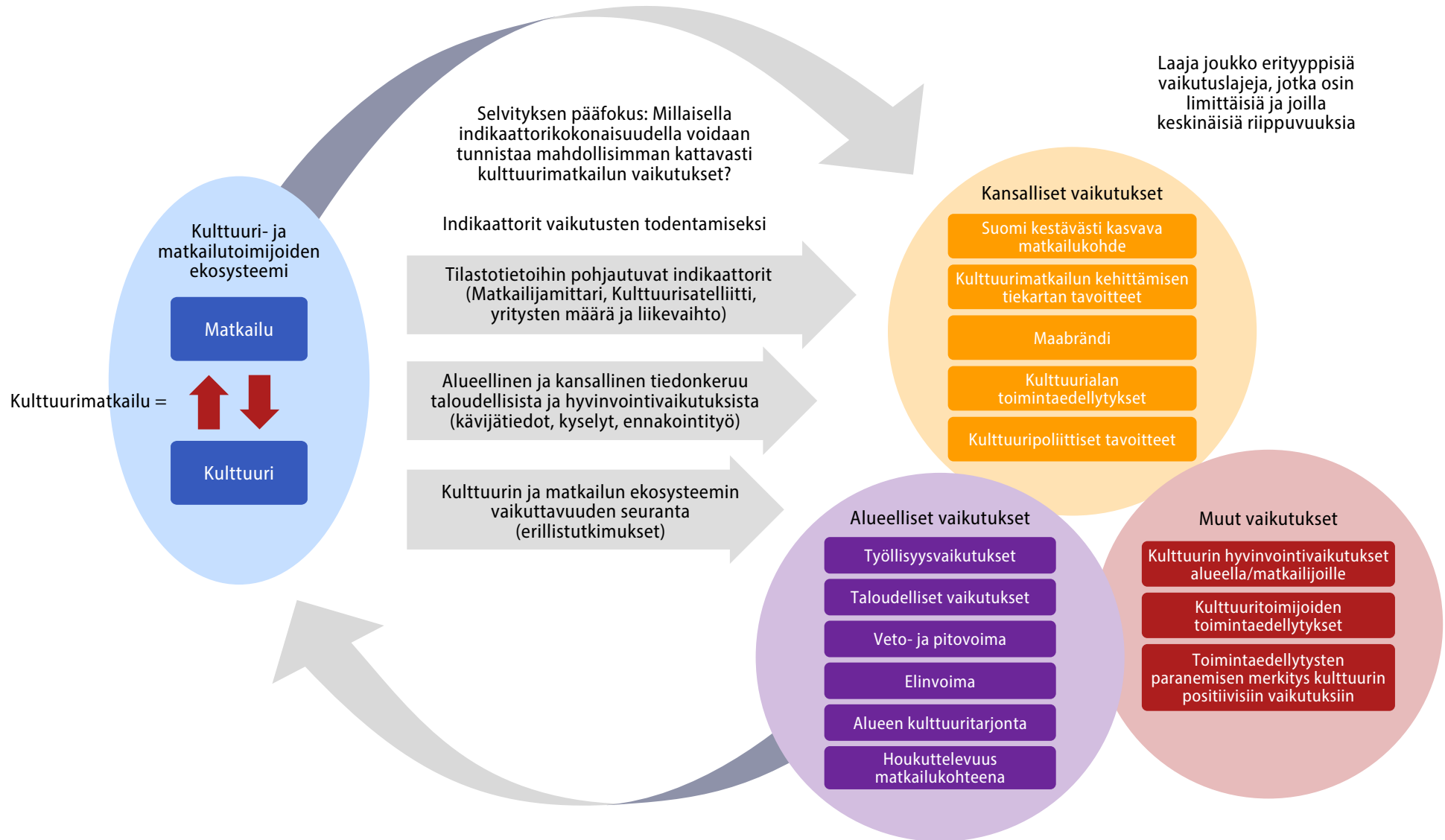
Tässä luvussa kuvataan kulttuurimatkailun vaikuttavuutta ja sen eri osatekijöitä sekä nykyisin käytössä olevia kulttuurin ja matkailun vaikuttavuusindikaattoreita. Luvussa kolme käsitellään tarkemmin vaikutusten tunnistamista ja kulttuurimatkailun merkitystä.

2.1 Kulttuurimatkailun vaikuttavuus ja sen osatekijät

Selvityksen lähestymistapa perustuu kulttuurimatkailun tiekartan mukaiseen kulttuurin laaja-alaiseen määrittelyyn. Näin määriteltynä kulttuuri limittyisi suureen osaan matkailusta, mikä samalla perustelee kulttuurimatkailun ymmärtämistä kulttuurin ja matkailun yhteisenä toimintana, ekosysteeminä. Tässä selvityksessä kulttuurimatkailun kokonaisvaikuttavuutta lähestytään kulttuurin, kulttuurimatkailun, muun matkailun sekä tavoiteltujen vaikutusten keskinäisten suhteiden kautta. Osana ekosysteemiä alueen kulttuuri- ja matkailutoimijat sekä yhdessä että erikseen voivat tukea toistensa toimintaa, vaikuttaa alueellisten ja kansallisten tavoitteiden toteutumiseen, parantaa kulttuurialan toimijoiden toimintaedellytyksiä ja tuottaa hyvinvointivaikutuksia.

Kulttuuri- ja matkailualan toimijoiden muodostamassa kulttuurimatkailun ekosysteemissä kulttuurisisällöt lisäävät alueen houkuttelevuutta matkakohteena ja tukevat siten matkailutoimijoita. Toisaalta matkailun kautta kasvava kysyntä parantaa kulttuuritoimijoiden toimintaedellytyksiä, vahvistaa alueen elinvoimaisuutta ja lisää siten kulttuurin muita positiivisia vaikutuksia myös paikallisille asukkaille. Kuvassa 1 on viitekehyksenomaisesti hahmotettu selvityksen lähtökohtia kulttuurimatkailun kokonaisvaikuttavuuden tunnistamiselle. Kuvan sisältöä on avattu tarkemmin alla.

Kuvio 1. Selvityksen lähtökohta kulttuurimatkailun vaikutusten tunnistamiselle ja mittaamiselle.



Kulttuurimatkailun vaikuttavuutta tarkasteltaessa tulee huomioida alueen kulttuuri- ja matkailutarjonnan ekosysteemin yhteisvaikutus. Kulttuuri ja matkailu tuottavat myönteisiä vaikutuksia myös toisistaan riippumatta. Kulttuurimatkailun vaikutusten erottaminen ekosysteemin kokonaisuudesta on haastavaa, sillä jos kulttuuri ymmärretään hyvin laaja-alaisesti kuten kulttuurimatkailun tiekartassa, on matkailijan hyvin vaikea olla tutustumatta vähintään esimerkiksi paikalliskulttuuriin. Kulttuuri voi myös näyttäytyä matkailupalveluiden sisällön kautta matkailijalle, vaikka matkailupalvelun pääsisältö olisikin jokin muu. Yhtä lailla on hyvin vähän selaista kulttuuritarjontaa, jota matkailu ei voisi jollain tavalla tukea. Vaikuttavuuden arvioimisessa ja mittaamisessa yksi olennainen tekijä on siis tunnistaa kulttuurin ja matkailun lisäarvo toisilleen.

Kulttuurin ja matkailun ekosysteemi tukee kulttuuri- ja matkailupoliittisia tavoitteita sekä tuottaa hyvinvointivaikutuksia. Vaikutukset ovat huomattavasti laajempia kuin vain alueen elinvoiman tukemista matkailutulon, työllisyyden, verotulojen tai imagohyötyjen kautta. Vaikutuksiin voivat sisältyä hyvinvointivaikutukset niin matkailijoille kuin paikallisille asukkaille, myönteiset vaikutukset luontoon ja ympäristöön alueella, kulttuurialan toimintaedellytyksien paraneminen sekä kansallisen tason matkailu- ja kulttuuripoliittisten tavoitteiden toteutuminen ja näistä johdettavat vaikutukset esimerkiksi maabrändiin sekä matkailuvientiin. Kaikki vaikutukset palaavat edelleen hyödyttämään aluetta kokonaisuutena, mikä tukee myös sen houkuttelevuutta matkailukohteena.

Kulttuurimatkailulla tavoiteltavat vaikutukset määrittävät sen, millaisilla indikaattoreilla kulttuurimatkailun vaikuttavuuden tunnistamista ja seuranta kannattaa lähestyä. Kulttuurimatkailun vaikutuksia kuvaavat indikaattorit voivat kohdentua aluetason taloudellisiin vaikutuksiin kuten tässä selvityksessä, kansallisten tavoitteiden toteutumiseen tai esimerkiksi kulttuurialan toimintaedellytyksiin. Monissa tapauksissa pääasiallinen vaikutus syntyy kulttuuri- tai matkailutoimijan toiminnasta, jonka toimintaedellytyksiä tukee jokin toinen osa ekosysteemiä. Esimerkiksi aluetaloudelliset vaikutukset voidaan tunnistaa matkailusta johtuviksi, mutta matkailukysyntää on saattanut lisätä alueen kulttuuritarjonta. Kulttuuri- ja matkailun vaikutusten tunnistamiseksi tulisikin pystyä erottelemaan tämän kaltaisia vuorovaikutussuhteita. Ekosysteemivaikutusten osalta kysymyksenasettelu palautuu siihen, millä keinoin kulttuuri voi hyödyttää matkailua tai millä keinoin matkailu voi hyödyttää kulttuuria.

Seuraavissa kappaleissa on avattu ekosysteemin erilaisia vaikutuksia ja niihin liittyviä näkökulmia selvityksen haastattelu- ja kyselyaineistoihin perustuen.

Aluetason vaikutuksia

Kulttuuri- ja matkailutoiminnan taloudelliset vaikutukset kunnissa ja alueilla näyt-
täytyvät pääasiassa työllisyyden, matkailutulon ja verohyötyjen kautta. Välillisesti
kulttuuritarjonta vaikuttaa myös alueen veto- ja pitovoimaan, mikä puolestaan joh-
taa em. taloudellisiin vaikutuksiin.

Esimerkkinä imagovaikutuksista Mänttä-Vilppula markkinoi kuntaansa taide-
kaupunkina, jossa on tarjolla erilaisia kuvataideviikkoja, musiikkijuhlia ja muita
kiinnostavia kulttuuriin keskittyviä tapahtumia. Kunnan tai alueen saavuttamat ima-
govaikutukset ovat pitkän aikavälin tarkastelussa merkittävämpiä kuin taloudelliset
vaikutukset. Vaikutusten arvioidaan olleen vieläkin suuremmat kulttuuripääkau-
pungeissa; The Guardian -sanomalehden⁷ julkaisemilla artikkeleilla arvioitiin olleen
erittäin suuret vaikutukset Turun kaupungin elinvoimaisuuteen, imagoon ja veto-
voimaan kulttuurimatkailun ympärillä.

Kulttuurimatkailu vaikuttaa suoraan matkailualan ja matkailuun linkittyvien alojen
kuten majoitus- ja ravitsemispalveluiden, vähittäiskaupan tai henkilöliikenteen toi-
mintaedellytyksiin. Kuntien intresseissä on työllisyyden ja elinvoimaisuuden edistä-
minen matkailun avulla, sillä nämä vaikuttavat myönteisesti myös kunnan imagoon
ja edistävät muuttohalukkuutta kuntaan.

Alueen kulttuuritarjonta ja siihen kohdistuva matkailukysyntä lisää matkailu-
palveluiden kysyntää, ja sitä kautta tuottaa paitsi taloudellisia vaikutuksia, myös
parantaa muiden yritysten toimintaedellytyksiä. Esimerkkeinä vaikutuksista mainitiin
kulttuurikohteiden ansiosta alueille kasvanut majoitustoimijoiden ja tasokkai-
den ravintoloiden määrä.

Kulttuurin merkitys matkailulle nähdään suurena; ilman kulttuuria useisiin Suo-
men kuntiin kohdistuva matkailu olisi merkittävästi vähäisempää. Kulttuuri muo-
dostaa lähtökohdan alueen kiinnostavuudelle matkailukohteena ja tuo uusia
asiakkaita. Myös yksittäisillä tapahtumilla tai kohteilla voi olla taloudellista, ima-
gollista ja työllistävää merkitystä. Imagoon kohdistuvia vaikutuksia voidaan hyö-
dyntää kunnan markkinoinnin tukena, jolloin hyötysuhde on molemminpuolinen
kulttuurin ja matkailun välillä. Lisäksi kulttuuritoimijat voivat hyötyä matkailualan
liiketoimintaosaamisesta.

7 [https://www.theguardian.com/travel/2010/nov/27/
turku-finland-city-of-culture?gsid=260eb967-93ea-43c9-beb7-630a39c1cf9c](https://www.theguardian.com/travel/2010/nov/27/turku-finland-city-of-culture?gsid=260eb967-93ea-43c9-beb7-630a39c1cf9c)

Kansallisen tason vaikutuksia

Suomeen suuntautuva kulttuurimatkailu tukee matkailustrategian tavoitteita edistää Suomen asemaa kestävästi kasvavana matkailukohteena. Kulttuuriperusteinen matkailu on yksi mahdollisista tavoista lisätä Suomen matkailukysyntää. Kulttuuritarjonta kytkeytyy maabrändin kehittämiseen ja sitäkin kautta tukee houkuttelevuutta. Alueen kulttuuritarjonta on yhtä lailla mahdollisuus houkutella kotimaista matkailua.

Koko maan tasolla kulttuurimatkailu voi tukea osaltaan matkailuvientiä ja toisaalta vahvistaa myös kulttuurivientiä kulttuurin toimintaedellytysten vahvistumisen ja kasvavan näkyvyyden kautta.

Muita näkökulmia vaikutuksiin

Matkailu tukee kulttuurialan toimijoita kasvavan kysynnän kautta. Monet kulttuurialan toimijoista toimivat muuten kuin liiketoiminnallisin perustein, jolloin matkailusta saatavilla tuloilla voi olla toiminnan rahoituspohjan vahvistamisessa merkittävä rooli. Kulttuuritarjonta pitää kuitenkin saada matkailijoiden tietoon, missä matkailutoimijat voisivat tukea kulttuuritoimijoita tarpeen mukaan. Matkailijoiden kulttuurinkulutus lisää myös paikallisten kulttuuritoimijoiden mahdollisuuksia toteuttaa esimerkiksi tapahtumia, tilaisuuksia ja kohteita myös tulevaisuudessa. Yhteistyö matkailukentän kanssa viime kädessä parantaa kulttuuritoimijoiden edellytyksiä tehdä ja tuottaa taidetta ja kulttuuria sekä huolehtia kulttuuriperinnöstä.

Matkailutoimijat tarjoavat infrastruktuuria kulttuurikohteille. Esimerkiksi majoituspalveluiden riittävyys on edellytys sille, että kulttuurikohteet voivat houkutella asiakkaisiin muuta kuin paikallisia tai päivämatkan päästä liikkuvia asiakkaita. Kulttuuri- ja matkailupalvelut muodostavat monilta osin tavoitteiltaan yhtenäisen kokonaisuuden, joka tukee molempia palvelukokonaisuuksia ja aluetta kokonaisuutena.

Matkailukysyntä voi vahvistaa myös paikallisten kiinnostusta kulttuurikohteita kohtaan. Kunnan tai alueen kulttuurikohteet ja niiden saama huomio niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla voi herättää uutta tai lisää kiinnostusta myös paikallisessa väestössä ja saada näin jo kunnassa tai alueella asuvat vierailemaan kulttuurikohteissa.

Vaikutusten arviointi kohdentuu helposti taloudellisiin näkökulmiin, mutta yhtä lailla on syytä huomioida hyvinvointivaikutukset niin kulttuurimatkailijoille kuin kulttuuritarjonnan vahvistumisen kautta paikallisillekin asukkaille. Lisäksi kulttuurimatkailu tarjoaa mahdollisuuden kokea Suomen monipuolista kulttuuriperintöä, historiaa ja nykypäivän taiteellista ilmaisua. Toiseksi kotimaan ja ulkomaisten matkailijoiden sekä paikallisten kohtaaminen edistävät eri kulttuurien ja historian kaaren ymmärtämistä.

2.2 Käytössä olevat vaikuttavuusindikaattorit

Matkailun vaikuttavuuden mittaaminen

Matkailun vaikuttavuutta voidaan mitata muun muassa tilastotietoihin tai kyselyihin pohjautuvilla mittareilla⁸. Matkailun taloudellista vaikuttavuutta mitataan useilla vakiintuneilla ja osin myös kertaluonteisesti tai epäsäännöllisesti kerättävillä mittareilla, jotka pohjautuvat laajasti muun muassa Tilastokeskuksen tilastoihin. Mittarit liittyvät useimmiten matkailijoiden määrään ja rahankäyttöön. Yleisimmin käytettyjä taloudellisia mittareita ovat yöpymisvuorokaudet, kävijämäärät, hotellien käyttöasteet, matkailutyöllisyys, lentomat kustajien määrät, alueiden matkailutulot, matkailuinvestointien määrä, matkailun osuus bruttokansantuotteesta, matkailijoiden sosiodemografiset jakaumat ja matkustamisen motiivit.⁹ Matkailijamittari¹⁰ kerää kuukausitasolla ulkomaisten matkailijoiden määrää, rahankäyttöä, hiilijalanjälkeä ja matkailijasegmenttejä.

Keskeinen matkailun tilastoja kokoava järjestelmä on matkailutilinpito, jossa on laajasti mittareita matkailun talous- ja työllisyysvaikutuksista. Matkailutilinpito sisältää muun muassa tietoja matkailukysynnästä, matkailun aikaansaamasta arvonalisästä ja matkailutoimialojen työllisyydestä. Tilinpito on kehitetty laajassa yhteistyössä muun muassa YK:n, UN Tourism:n, OECD:n ja Euroopan unionin välillä. Maakuntatasolla merkittävä aineisto on alueellinen matkailutilinpito, jossa on samoja mittareita maakuntatasolla. Suomessa Tilastokeskus tuottaa kansallisen matkailutilinpidon Visit Finlandin toimeksiannosta ja alueellisen matkailutilinpidon työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta.¹¹

Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista on tehty alueellisia tutkimuksia. Matkailutulolla tarkoitetaan matkailijoiden käyttämää rahaa ja matkailupalveluiden ja -tuotteiden myynnistä saatavaa euromääräistä tuloa tai hyötyä. Visitory (ent. TAK Research) on hyödyntänyt alueellisia tulovaikutuksia tarkastelleissa tutkimuksissaan aineistoina Tilastokeskuksen toimipaikkatilastoja, majoitustilastoja, suomalaisten matkailu -tutkimusta ja paikkarakennetilastoja sekä TAK Researchin omia kotimaan

8 Mittari viittaa määrälliseen mittaamiseen. Osin selvityksessä käytetään termiä indikaattori myös tavoitteiden saavuttamiseen kytkeytyvien mittarien osalta.

9 Veijola & Kyyrö 2020. Kestävän matkailun monitieteiset mittarit kulttuuriympäristöissä. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2020:26. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-934-9>

10 <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/matkailijamittari>

11 Nurmi, O. (2024) Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2021–2022. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2024:15. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-901-8>

matkailu- ja rajatutkimuksia. Matkailun taloudellisia vaikutuksia on arvioitu tutkimuksessa tulomenetelmällä ja menomenetelmällä, jossa eli vaikutuksia on arvioitu sekä kartoittamalla yrityksiltä matkailijoiden niille tuomaa liikevaihtoa että kartoittamalla matkailijoiden rahankäyttöä alueella. Rahankäyttöä on tarkasteltu neljän toimialan osalta: polttoaineen myynti ja vähittäiskauppa, majoitus- ja ravitsemistoiminta, liikennepalvelut sekä virkistys- ja muut palvelut.¹²

Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten selvittämiseen on olemassa jokseenkin vakiintuneita malleja, mutta erillisselvitysten tekemisen yleisyys vaihtelee paljon. Muiden indikaattorien ja seurantamenetelmien hyödyntäminen on satunnaista¹³. Suomessa sovellettuja matkailun aluetaloudellisten vaikutusten mittaamismalleja ovat muun muassa pohjoismainen malli, panos-tuotos-malli, Koillismaan malli sekä matkailun satelliittilinpito (ks. esim. Veijola & Kyyrö 2020; Kauppila 2016). Näiden avulla voidaan selvittää muun muassa matkailun talousvaikutuksia, työllisyysvaikutuksia sekä matkailutulojen vuotoa matkailualueen ulkopuolelle.

Matkailun sosiaalisia ja kulttuurisia vaikutuksia mitataan satunnaisin ja hajanaisin tavoin, eivätkä mittaaminen tai käytetyt mittarit ole muodostuneet vakiintuneiksi. Kulttuurimatkailulla on taloudellisten vaikutusten lisäksi muun muassa hyvinvointiin.¹⁴ On kuitenkin todettu, että kulttuuristen vaikutusten mittaaminen koetaan niiden subjektiivisuuden takia haastavammaksi kuin esimerkiksi talousvaikutusten mittaaminen¹⁵. Matkailun sosiaalisten ja kulttuuristen vaikutusten mittaristoa on kehitetty myös osana Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelmaa. Tavoitteena on ohjata ohjelmassa mukana olevia toimijoita aiempaa säännöllisempään mittaamiseen sekä tukea kestävän ja vastuullisen matkailun kehittämistä¹⁶.

Kulttuurimatkailun kestävyyttä on tutkittu opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamassa MAMOMI-hankkeessa, jossa tutkittiin kestävästi kasvavan matkailun monitieteisiä mittareita kulttuuriympäristöissä ja jonka tulokset julkaistiin vuonna 2020. Hankkeessa mallinnettiin teoreettinen vierailukestävyuden kolmiomittausmalli, jossa kestävyyttä tarkastellaan kulttuurisen, sosio-taloudellisen ja ekologisen

12 <https://uudenmaanliitto.fi/wp-content/uploads/2023/08/Matkailun-tulo-ja-tyollisyys-vaikutukset-Uudellamaalla-2022.pdf>

13 Veijola & Kyyrö 2020. Kestävän matkailun monitieteiset mittarit kulttuuriympäristöissä. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2020:26. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-934-9>

14 ibid.

15 Kestävän matkailun tila 2022. <https://www.visitfinland.fi/498840/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/kestavan-matkailun-tila-2022.pdf>

16 Ks. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kansalliset-kestavan-matkailun-indikaattorit>

kestävyyden näkökulmista. Kullekin kolmelle ulottuvuudelle määriteltiin kolme ilmiökokonaisuutta, joiden kautta niitä seurataan. Näille ilmiökokonaisuuksille puolestaan määriteltiin kolme omaa ajallis-paikallista mittauspistettä, joiden avulla voidaan seurata kehityskulkuja sekä ehdotuksia seurantamenetelmistä. Kulttuurisen kestävyyden ilmiökokonaisuudet ovat kulttuuri- ja matkailutoimijoiden yhteistyö, kulttuuriympäristön vastuullinen tuotteistus ja monipuolinen kulttuuriosaaminen. Ekologisen kestävyyden ilmiökokonaisuudet ovat maaperän muokkaantuminen, havaintoympäristöjen muutokset ja kulttuurilintujen reagointi matkailutoimintaan. Sosio-taloudellisen kestävyyden ilmiökokonaisuudet ovat paikallisen infrastruktuurin matkailukäyttö, matkailijamäärän paikallinen optimointi sekä luottamus matkailutyöhön. Kehitetty malli toimii keskustelunavauksena ja tarjoaa yhden tavata lähestyä matkailun kulttuuristen ja sosiaalisten vaikutusten mittaamista. Matkailun kestävyyden arviointiin kulttuuriympäristöjenkin osalta on markkinoilla tarjolla laajasti erilaisia mittareita, joiden käyttö on kuitenkin hajanaista ja satunnaista, eikä eri mittarien yhteiskäytölle ole ollut vakiintuneita toimintatapoja.¹⁷

Selvityksen haastattelu- ja kyselyaineiston perusteella kulttuurimatkailu voi tukea kestävän matkailun tavoitteita. Osa toimijoista hyödyntää erilaisia sertifikaatteja, kuten STF-merkkiä toiminnassaan¹⁸. Kulttuurimatkailijoiden arvioidaan olevan tiedostavia ja edellyttävän käyttämiltään palveluilta kestävyyden eri ulottuvuuksien huomiointia. Tämä on yksi näkökulma, joka tulisi huomioida myös alueen muun matkailun kehittämisessä.

Kulttuuria koskeva tieto ja esimerkkejä vaikuttavuuden mittareista

Tässä selvityksessä kulttuurin vaikuttavuuden mittaamista on tarkasteltu rajatusti ja kulttuurimatkailun vaikutusten tunnistamisen näkökulmasta. Esimerkit kuvaavat tietopohjaa kulttuuritarjonnasta, taloudellisista vaikutuksista sekä hyvinvointivaikutuksista.

Kulttuurin käytöstä kerätään dataa kansallisesti ja paikallisella tasolla. Tiedonkeruulla voidaan mitata taloudellisia vaikutuksia ja lisäksi mittaamiseen saattaa liittyä laadullisia elementtejä, kuten asiakaspalautetta. Osa kulttuuritoimijoista kerää tietoa vain käynneistä, kun taas osa toimijoista kerää laajempaa tietoa myös esimerkiksi kävijöiden rahankäytöstä.

17 Veijola & Kyyrö 2020. Kestävän matkailun monitieteiset mittarit kulttuuriympäristöissä. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2020:26. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-934-9>

18 Ks. esim. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>

Alla olevaan taulukkoon on koottu erilaisia käytössä olevia kulttuurin vaikutusten mittareita.

Taulukko 1. Esimerkkejä käytössä olevista ja mahdollisista kulttuurin vaikuttavuuden mittareista

Mittari	Sisältö
Kulttuurisatelliitti (Tilastokeskus)	Kulttuurin tuotos, bruttoarvonlisäys, työlliset, kulttuuriin käytetyt kulutusmenot
Kulttuuritilasto (Tilastokeskus)	Kulttuurin talous, työvoima, yritystoiminta
Kuntien kulttuuritilasto KULTTI ¹⁹ (Kuntaliitto)	Kulttuuritoiminnan talous kunnissa, kulttuuritoiminnan tarjonta kunnissa, taide- ja kulttuurilaitosten käynnit, kävijöiden rahankäyttö, asiakas- ja palautekyselyt
Festivaalitoiminnan vaikutusten arviointi ²⁰	Rahavirrat, festivaalin laajuus, toiminnassa syntyvien rahavirtojen kohdistuminen maakuntaan, alueelta poistuvat rahavirrat, paikallisverotulovaikutukset, festivaalin työllistymisvaikutukset, festivaalille työllistyneiden kulutus Festivaaleille suunnatut kyselytutkimukset, lipunmyyntitiedot, operaattoripohjainen tieto ja festivaalijärjestäjät
Kävijöiden kulutuksen vaikutuksen arviointi ²⁰	Kävijämäärät, tapahtuman kesto, toiminnassa syntyvien rahavirtojen kohdistuminen maakuntaan, paikallisverotulovaikutukset, festivaaliyleisön kulutuksen kohdistuminen maakuntaan, kulutus festivaalilla ja muu kulutus festivaalikäyntiin liittyen
Tämän selvityksen kyselyn kunnille sekä kulttuuri- ja matkailutoimijoille	Kulttuurikohteiden käynnit, myydyt liput, liikevaihto ja täyttöaste, kävijäkyselyt, paikkatietodata, operaattoridata, majoitustilastot (yöpymisten määrät), keskiviipymä, matkailun tulo- ja työllisyyspalvelukset, matkailijakyselyt, matkailun päästöt (hiilijalanjälki)

19 <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMDZmMTc0OWYtMmFiYy00NDM4LWFIO-TitOTJIMjUOMzA5ODYwIiwidCI6ImNlZWZlZjZLTgyMDU0NDhhMS1iYzZmLTBhN-jlxY2IzNzEzMSImlMiOjI9&pageName=ReportSectionec5bf1da5d99dbcf4ee4>

20 Luonila, Ruokolainen, Oksanen-Särelä, Kurlin, Vähäsantanen & Karppinen 2022. Taide- ja kulttuurifestivaalien aluetaloudelliset mekanismit – Aluetalousvaikutusten mittaamisen haasteet ja mahdollisuudet. Cuporen työpapereita 18. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/2022/taide-ja_kulttuurifestivaalien_aluetaloudelliset_mekanismit_cuporen_tyopapereita_18.pdf

Kulttuurin hyvinvointivaikutusten mittaamiseen ei ole yhtä vakiintuneita mittareita kuin taloudellisten vaikutusten mittaamiseen. Esiin on nostettu tarpeita kehittää mitattavaa ja uskottavaa tietoa kulttuurin hyvinvointivaikutuksista. Nykyisin käytössä olevat indikaattorit palveluiden käyttöä ja käyntimääristä kuvaavat aihetta vain rajatusti.²¹ THL:n ylläpitämässä kuntien terveyden edistämistyötä koskevia tietoja kokoavassa TEAviisarissa²² on yhtenä osa-alueena kulttuuri. Lisäksi hyvinvointivaikutuksia on mitattu yksittäisillä tutkimuksilla ja kyselyillä. Esimerkiksi MIELI ry ja Museokortti ovat toteuttaneet kyselyn kulttuurin hyvinvointivaikutuksista, jossa selvitettiin muun muassa taiteen ja kulttuurin vaikutuksia hyvinvointiin²³.

21 Timonen, Rotko & Kauppinen 2022. Kulttuurihyvinvointi – vaikutusten mittaaminen hyvinvoinnin osoittajana. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/144105/URN_ISBN_978-952-343-839-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

22 <https://teaviisari.fi/teaviisari/fi/tulokset?view=KUL>

23 <https://museot.fi/uutiset.php?aid=15713>

3 Kulttuurin, matkailun ja kulttuurimatkailun vaikutukset

Tässä luvussa kuvataan ensin matkailun ja kulttuurin merkitystä kansallisella ja aluetasolla. Matkailun ja kulttuurin tilannekuva muodostaa kontekstin kulttuurimatkailun vaikuttavuuden tarkastelulle. Vaikuttavuus perustuu matkailun ja kulttuurin keskinäisiin vaikutuksiin ekosysteemissä.

Seuraavissa alaluvuissa kuvataan kulttuurimatkailun tunnistettuja vaikutuksia ja niiden tunnistamisen edellytyksiä sekä lopuksi erilaisia alueellisia esimerkkejä erilaisista kulttuurimatkailualueista.

3.1 Matkailun ja kulttuurin tilannekuva

Tilannekuvassa on hyödynnetty pääosin vuoden 2019 tietoja. Koronapandemia ja matkailun osalta myös Venäjän hyökkäyssota ovat tämän jälkeen vaikuttaneet merkittävästi toimialojen tilanteeseen. Tästä syystä uusimmat 2020-luvun alkuvuosien tiedot eivät antaisi täsmällistä kuvaa toteutuksesta. Aluetasolla seurannassa tulisi pyrkiä hyödyntämään pidempiä aikasarjoja ja mahdollisimman tuoreita tietoja²⁴.

Matkailun merkitys alueille

Matkailun kokonaiskysyntä (matkailijoiden käyttämä rahanmäärä) oli 16,3 miljardia euroa vuonna 2019. Kysynnästä noin puolet kohdistui Uudellemaalle. Maakunnittain matkailukysyntä vaihteli Keski-Pohjanmaan 82 miljoonasta Uudenmaan 8,3 miljardiin euroon.

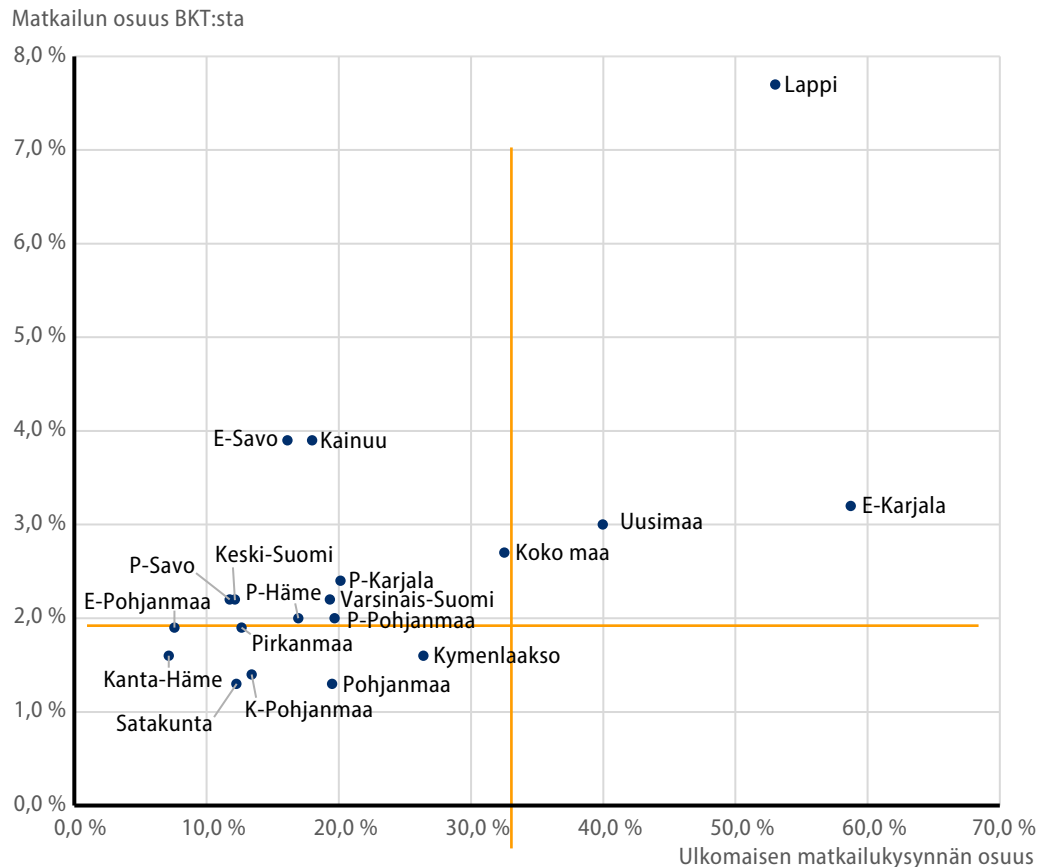
Suomessa matkailun kokonaiskysynnästä kaksi kolmannesta oli kotimaista ja kolmannes ulkomaista matkailukysyntää. Euromääräisesti matkailun kokonaiskysynnästä matkailuvienti eli ulkomaisten matkailijoiden Suomeen jättämät tulot olivat noin 5,3 miljardia euroa ja kotimaisten 11 miljardia euroa. Kotimaisen matkailukysynnän osuus matkailun kokonaiskysynnästä oli ulkomaista

²⁴ Uusimpia matkailutilastoja on saatavilla mm. Visit Finlandin tilastosivuilta <https://www.visitfinland.fi/matkailun-julkaisut#tilastot>

matkailukysyntää suurempi kaikissa muissa maakunnissa paitsi Etelä-Karjalassa ja Lapissa. Etelä-Savossa ja Kainuussa matkailu on merkittävä osa alueen elinkeinorakennetta, mutta luonteeltaan enimmäkseen kotimaista. Etelä-Karjalassa ulkomaisen matkailukysynnän osuus on ollut suuri, mutta matkailun kokonaismerkitys alueen elinkeinorakenteeseen vähäisempi. Ulkomainen matkailukysyntä on vähentynyt entisestään Venäjän rajan sulkeuduttua.

Kuvio 2. Matkailun osuus BKT:sta ja ulkomaisen matkailukysynnän osuus kansallisesti ja maakunnittain vuonna 2019

Matkailun osuus BKT:sta ja ulkomainen matkailukysyntä



Vuonna 2019 matkailutoimialat työllistivät 154 100 henkilöä. Matkailutyövoiman osuus kaikista työllisistä vastasi koko Suomen tasolla noin kuutta prosenttia kaikista työllisistä.

Välittömän matkailutulon lisäksi matkailusta muodostuu kerrannaisvaikutuksia välillisesti sekä johdettuina eri toimialoille. Kerrannaisvaikutuksilla tarkoitetaan suoraan matkailuyrityksille kohdentuvien vaikutusten lisäksi toteutuvia välillisiä (esim. yrityksen ostot toiselta yritykseltä) sekä johdettuja vaikutuksia (esim. matkailun ansioista työllistyneiden kulutus ja verotulot). Näiden määrittely vaatii alueellisten toimialakohtaisten panos-tuotos-taulukoiden soveltamista. Matkailutoimialojen osalta eri tutkimuksissa (useita maakuntia pitkällä ajanjaksolla) kerrannaisvaikutukset ovat sijoittuneet 1,2–1,5 välille sekä työllisyyden osalta 1,2 tasolle²⁵.

Kulttuurin taloudellinen merkitys alueille

Vuonna 2019 kulttuurialojen tuotos oli noin 14 miljardia euroa.²⁶ Kulttuuritoimialalla toimi noin 26 400 yritystä. Näiden liikevaihto oli yhteensä noin 5,5 miljardia euroa ja yritykset työllistivät noin 22 000 henkilöä.²⁷ Kulttuurin bruttoarvonlisäys oli vuonna 2019 yhteensä noin 6,5 miljardia euroa ja kulttuurin osuus bruttoarvonlisäyksestä 3,1 prosenttia. Kulttuurilla on siis matkailua hieman suurempi osuus bruttoarvonlisäyksestä (matkailun osuus vuonna 2019 2,7 prosenttia²⁸).²⁹

Vuonna 2007 kulttuuritoimialan osuus arvonlisäyksestä on vaihdellut maakunnittain Etelä-Karjalan 1,3 prosentista Uudenmaan 4,8 prosenttiin. Viimeisin saatavilla oleva alueellinen tieto kulttuurin osuudesta arvonlisäyksestä on vuodelta 2007. Osuuksia voitaneen pitää kuitenkin suuntaa antavina, sillä koko maan osuus on vuonna 2007 ollut 3,2 prosenttia (vs. 2019 3,1 prosenttia). Vuonna 2007 kulttuuritoimialan osuus arvonlisäyksestä on vaihdellut maakunnittain Etelä-Karjalan 1,3 prosentista Uudenmaan 4,8 prosenttiin.

Kulttuuritoimialan osuus työllisistä oli vuonna 2019 3,0 prosenttia. Kulttuurin toimialoilla työllistävimmät alat olivat taiteilija-, näyttämö- ja konserttitoiminta sekä kirjastot, arkistot ja museot ym. Työllinen työvoima kulttuurin toimialoilla oli vuonna 2019 yhteensä 97 100 henkilöä. Tästä suurin osa, 47 prosenttia (45 715 henkilöä) oli Uudellamaalla.³⁰

25 Ks. Esim. TAK Research 2017; Kauppila 2016.

26 Kulttuurisatelliitti 2019. Selvityshetkellä tuoreimmat tiedot ovat vuodelta 2022. Vertailtavuuden vuoksi tässä raportissa käytetty vuotta 2019.

27 <https://www.taidejakulttuuri.fi/statistic/kulttuuritoimialojen-yritysten-tunnuslukuja/>

28 Matkailutilinpito 2019

29 Kulttuurisatelliitti 2019

30 Tilastokeskus, kulttuuri 2019

Kulttuurista on kerätty alueellisesti tarkempaa tietoa yksittäisten alueiden osalta. Esimerkiksi kulttuuripääkaupunkihakkeista on kerätty tarkkaa tietoa kulttuurin aluetason vaikutuksista. Turun kulttuuripääkaupunkivuoden 2011 tutkimuksen mukaan Turun kulttuuripääkaupunkivuosi toi Varsinais-Suomeen 260 miljoonan euron tuotantovaikutukset, josta noin 200 miljoonaa euroa oli lisääntyneen kulttuuripääkaupunkiin suuntautuvan matkailun seurausta. Kulttuuripääkaupunkivuodella oli myös hyvin työllistävä vaikutus Varsinais-Suomessa, sillä työllistävä vaikutus oli noin 3300 henkilötyövuotta. Kulttuuripääkaupunkivuoden kokonaisyleisömäärä oli noin 2,2 miljoonaa henkilöä. Turun kulttuuripääkaupunkivuoden selvityksen mukaan kävijät käyttivät rahaa yhteensä noin 249 euroa kävijää kohden ja tästä kulttuuripääkaupunkivuoteen käytettiin keskimäärin 41 euroa ja muihin kulttuuripalveluihin 12 euroa.³¹ Myös Oulun tulevan vuoden 2026 kulttuuripääkaupunkivuoden osalta on jo määritetty useita indikaattoreita, joilla toiminnan vaikuttavuutta on tarkoitus tutkimaan.³² Tapahtumien aluetaloudellisia vaikutuksiin rajautuvia selvityksiä on toteutettu esimerkiksi Helsingissä tapahtumaklusterin osalta³³ ja Pohjois-Pohjanmaan ja Satakunnan festivaaleista³⁴.

Matkailun merkitys kulttuuritoimijoille

Matkailijat käyttivät vuonna 2019 noin 389 miljoonaa euroa suoraan kulttuuripalveluihin. Ulkomaiset matkailijat käyttivät vuonna 2019 noin 81 miljoonaa euroa kulttuuripalveluihin. Tämä on noin 2 prosenttia matkailun kokonaiskulutuksesta. Kotimaiset matkailijat puolestaan käyttivät 308 miljoonaa euroa kulttuuripalveluihin, mikä on noin 3 prosenttia matkailijoiden kokonaiskulutuksesta. Valtaosa kokonaiskulutuksesta kohdentuu liikenteeseen, ravitsemukseen ja majoitukseen.³⁵ Suhteessa kulttuuritoimialan kokonaisliikevaihtoon matkailijoiden kulutus on suhteellisen vähäistä. Yksittäisten toimialojen tai kohteiden osalta matkailijoiden merkitys voi olla hyvinkin suuri.

31 https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//turku2011_loppuraportti.pdf

32 https://www.cupore.fi/images/tiedostot/2024/cupore_oulu2026_lahtotilanne_arviointiin.pdf

33 https://www.kaupunkitutkimusta.fi/wp-content/uploads/2023/02/tapahtumien_vai_kuttavuus.pdf

34 https://www.cupore.fi/wp-content/uploads/migrated-assets/tiedostot/2022/taide-_ja_kulttuurifestivaalien_aluetaloudelliset_mekanismit_cuporen_tyopapereita_18.pdf

35 Kestävän matkailun tila 2022. <https://www.visitfinland.fi/498840/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/kestavan-matkailun-tila-2022.pdf>

Toisaalta esimerkiksi museoiden aluetaloudellisen vaikutuksen arvioidaan kerrannaisvaikutuksineen olevan 340–500 miljoonaa, josta ulkomaalaisten käyntien osuudeksi on arvioitu noin viidesosa³⁶. Pelkkä matkailukulutuksen kulttuuripalveluihin kohdentuminen antaa siis hyvin rajallisen kuvan kokonaismerkityksestä.

3.2 Kulttuurimatkailun vaikuttavuuden tunnistaminen

Kulttuurimatkailu on laaja-alainen ilmiö, jonka kokonaisvaikuttavuuden voi saada näkyviin vain eristämällä kulttuurimatkailullisia tekijöitä matkailun kokonaisuudesta. Yksittäisistä kohteista lähtevä vaikuttavuuden mittaaminen on toimiva lähestymistapa, jos tavoitteena on esimerkiksi museomatkailun vaikuttavuuden tunnistaminen. Kokonaisvaikuttavuuden tunnistamiseksi pitäisi kuitenkin pystyä tekemään vastaava tarkastelu kaikille matkailijoiden käyttämille kulttuurisisällöille. Tämä edellyttäisi tiedonkeruuta, jota ei riittäväällä tarkkuudella jokaisesta mahdollisesta kulttuurikohteesta ole mahdollista saavuttaa.

Kulttuurimatkailun vaikutukset tai vaikuttavuus ovat osin abstrakteja käsitteitä. Kulttuurimatkailun vaikuttavuus toimiikin enemmän matkailu- ja kulttuuritoimijoita ohjaavana työkaluna kehittämiseen kuin itsenäisesti seurattavana suurena. Syntyvät hyödyt ovat joko matkailun hyötyjä tai kulttuuritoimijoiden hyötyjä, mutta molemmat hyötyvät myös toistensa hyödyistä. Oleellisinta on se, että sekä matkailu- että kulttuuritoimijat tunnistavat hyötypotentiaalin ja tekevät aktiivisesti toimenpiteitä, jotka tukevat molempia hyödyttävää kulttuurimatkailun ekosysteemiä.

Seuraavissa alaluvuissa on kuvattu erikseen kulttuurimatkailun vaikutusten mallintamista ensin aluetaloudellisesta näkökulmasta sekä sen toteuttamiseksi tarvittavaa kulttuurimatkailun erottamista muusta matkailusta ja kulttuurin merkitystä osana matkailijoiden motiiveja. Tämän jälkeen tarkastellaan kulttuurimatkailun kokonaisvaikuttavuutta laajemmasta näkökulmasta.

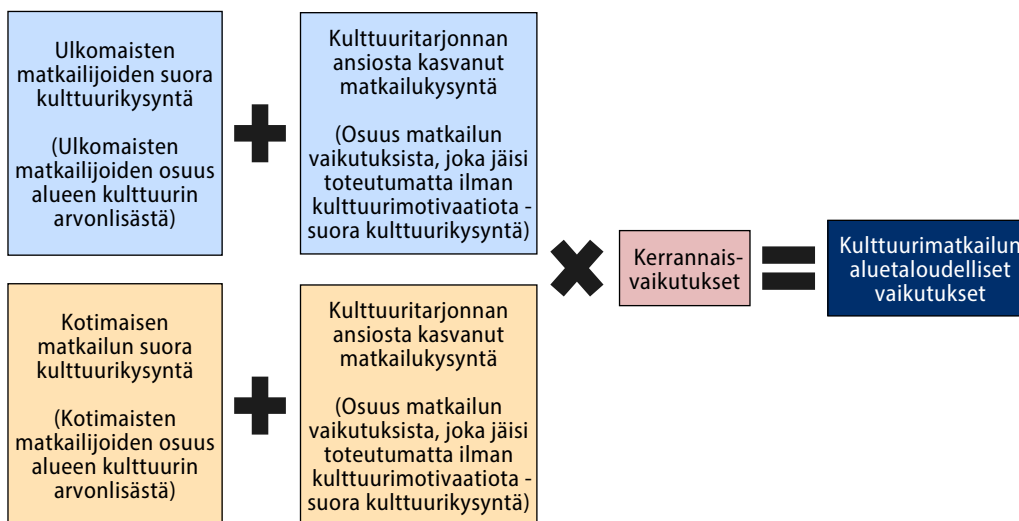
Kulttuurimatkailun aluetaloudellisten vaikutusten mallintaminen

Kulttuurimatkailun taloudellisia vaikutuksia voi mallintaa tunnistamalla matkailijoiden merkityksen suorasta kulttuurikysynnästä sekä erottamalla kulttuurimotivoituneen matkailun osuuden matkailun kokonaiskysynnästä. Koska matkailijoiden kulttuuripalveluiden kysyntä on jo mukana matkailukysynnässä, pitäisi suora kulttuurikysyntä vähentää yhtälöstä. Mikäli kiinnostus kohdentuu myös kerrannaisvaikutuksiin, nämä on mahdollista huomioida alueellisten kertoimien perusteella.

36 Piekkola, Suojanen & Vainio 2013. Museoiden taloudellinen vaikuttavuus. Vaasan yliopisto. https://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-503-9.pdf

Malli kulttuurimatkailun aluetaloudellisten vaikutusten päättelyyn muodostuu itsessään suhteellisen yksinkertaiseksi, mutta sen osatekijöissä on tietopuutteita, joita on osin mahdotonta ratkaista.

- 1) Matkailijoiden kulttuurikysyntä tarkoittaa esimerkiksi matkailun osuutta kulttuurikohteen kävijöistä. Matkailijoiden kulttuurikysyntä määrittyy vähentämällä kaikista kävijöistä paikalliset kävijät. Kulttuurimatkailun vaikutusten tunnistamiseksi kaikkien kulttuurikohteiden tulisi pyrkiä kävijätutkimuksissaan erottamaan matkailijat muista kävijöistä. Esimerkiksi tapahtumien tai museoiden osalta tämä saattaa olla tiedossa suhteellisen hyvin. Alueellisen kulttuurimatkailun edistämiseksi tieto tulisi kuitenkin saada myös laajempaan käyttöön. Toistaiseksi kävijätutkimukset jäävät usein tapahtuman järjestäjän tai kohteen ylläpitäjän käyttöön.
- 2) Kulttuuritarjonnan ansiosta kasvaneesta matkailukysynnästä voi tehdä vain suuntaa antavia arvioita. Kulttuuria ei ole mahdollista määritellä tarkkarajaisesti, joten myös kulttuuriperusteisen motiivin arvioiminen on hyvin vaikeaa. Tuskin edes matkailijat itse pystyvät arvioimaan kaikkia tekijöitä matkustuspäätöksensä taustalla. Kulttuuria pidetään tärkeänä osana matkailijoiden motiiveja, mutta mikään selvityksessä tunnistetuista lähteistä ei suoraan anna vastausta siihen, mikä on eri tekijöiden keskinäinen merkitys päätöksen taustalla. Alueen kulttuuritarjonnan rakenne vaikuttaa osaltaan tarkastelun rajauksiin. Pienimmissä kunnissa yksittäisen kohteen merkitys voi olla hyvinkin suuri, jolloin yksittäisen kohteen kautta saatetaan pystyä arvioimaan myös kulttuurin merkitystä kokonaiskysyntään. Jos kohteita on useampia, vaikutusten seuranta tukisi mahdollisimman hyvä tuntemus siitä, mitä kaikkea matkailija on matkallaan tehnyt. Sen perusteella voisi olla mahdollista päätellä, mikä on eri sisältöjen merkitys matkustuspäätöksen taustalla.
- 3) Kerrannaisvaikutukset ovat matkailun välillisiä ja johdettuja vaikutuksia eri toimialoille, eli esimerkiksi ostoja toisen toimialan kuten tukku- ja vähittäiskaupan tai elintarviketuotannon ja maatalouden yrityksistä. Matkailun alueelliset kerrannaisvaikutukset ovat tutkimusten perusteella kertoimiltaan 1,2–1,5 välillä, alueen toimialarakenteen mukaan.

Kuvio 3. Malli kulttuurimatkailun aluetaloudellisten vaikutusten määrittämiseksi.

Kulttuurimatkailun erottaminen muusta matkailusta

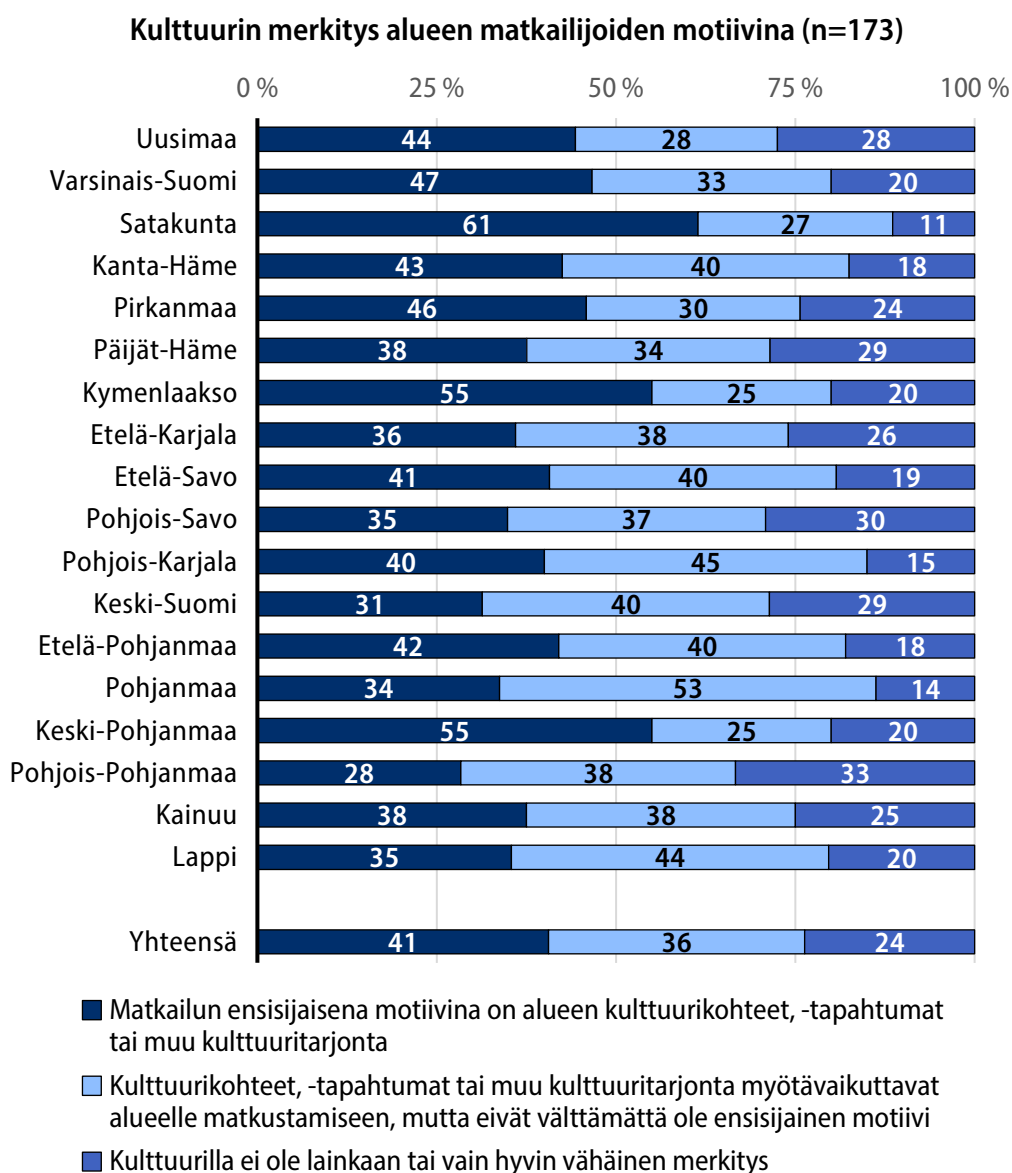
Kulttuurimatkailun vaikuttavuuden määrittely edellyttää kulttuurimotivoituneen matkailun erottamista muusta matkailusta. Edellä esitetyn mallin toteuttamisessa matkailijoiden suoran kulttuurikysynnän seuranta on suhteellisen yksinkertaista, edellyttäen toki riittävää määrää riittävän yhdenmukaista tiedonkeruuta kulttuurikohteiden kävijöiltä. Haastavammin määriteltävissä on se, mikä osa matkailun hyödyistä on kulttuuriperusteista, ja mikä puolestaan jotain muuta, joka toteutuisi todennäköisesti myös ilman kulttuuritarjontaa matkailun vetovoimatekijänä.

Kulttuuriperusteista matkailua voi pyrkiä tunnistamaan a) kävijätutkimusten kautta ja b) matkailijoiden toimintaa ja kulutusta tutkimalla. Kävijätutkimukset kertovat siitä, mitä matkailijat ovat tehneet. Yleensä näihin pystytään myös kytkemään rahankäyttöä kartoittavaa tiedonkeruuta. Kuitenkin esimerkiksi kulttuuriympäristöjen tai aineettoman kulttuuriperinnön osalta kävijätutkimuksilla voi olla vaikea tavoittaa kaikkia kohteessa vierailleita. Matkailijoiden toimintaa ja kulutusta selvittäessä lähtökohta on yksittäisen kohteen sijaan matkailijan kulttuuritarjontaan liittyvän tekemisen kartoittaminen. Haasteeksi muodostuu tyypillisesti tekemisen moninaisuus. Tapahtumat tai yksittäiset kohteet voidaan tunnistaa, mutta vaikeampaa on erottaa esimerkiksi saunaperinteen kokeminen.

Tämän selvityksen kyselyn perusteella arviolta noin 40 prosentilla matkailijoista matkustamisen päämotiivina on kulttuuri. Kyselyssä kartoitettiin kunnilta ja matkailutoimijoilta, miten he arvioivat kulttuurin merkitystä alueen matkailijoiden valintojen taustalla perustuen heidän tietämykseensä alueensa tai oman kohteensa vierailijoista. Keskimäärin kulttuurin arvioitiin olevan pääasiallinen

motiivi 41 prosentilla matkailijoista, osittainen motiivi 36 prosentilla ja hyvin vähäinen motiivi 24 prosentilla alueen matkailijoista. Vastaajia on maakuntaa kohden niin vähän, ettei yksittäisistä alueista voi tehdä luotettavia johtopäätöksiä. Myös Euroopan komissio on arvioinut³⁷, että kulttuuritarjonta olisi kohteen valitsemisen taustalla noin 40 prosentilla matkailijoista.

Kuvio 4. Kulttuuri matkailijoiden motiivina, kunta- ja matkailutoimijat selvityksen kyselyssä, kaikki vastaajat (n=173).



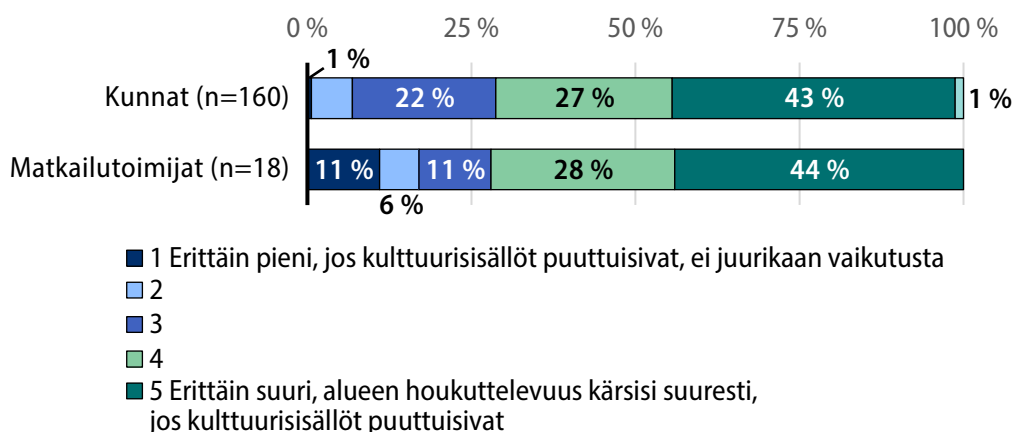
37 https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/cultural_en

Erot kulttuurin merkityksessä matkailulle ovat alueittain hyvin vähäisiä, vaikka kyselyvastaajat edustivat tasaisesti eri alueita ja erilaisia kuntia. Merkityksen taustalla voi kuitenkin arvioida olevan kuitenkin muutamia selittäviä tekijöitä. Ensinnäkin kulttuurin merkitystä matkailulle suurimpana pitävät Satakunta, Kymenlaakso ja Keski-Pohjanmaa ovat pieniä maakuntia, joissa on suuria tapahtumia. Toiseksi kulttuurikohteet ja -tapahtumat tai muu kulttuuritarjonta arvioitiin hieman useammin merkitykselliseksi, mitä pohjoisemmasta maakunnasta on kyse. Pohjois-Suomessa suomalaisen luonnon merkitystä korostetaan matkailumarkkinoinnissa, mikä saatetaan mieltää selkeämmäksi matkailijoiden motiiviksi kulttuurin sijaan (ks. myöhemmin tässä luvussa ulkomaisten matkailijoiden aktiviteetit). Vaikka erot alueiden välillä ovat pieniä, ovat nämä havainnot johdonmukaisia suhteessa muihin selvityksen aineistosta nouseviin tuloksiin.

Matkailutoimijoita ja kuntia edustaneista kyselyvastaajista enemmistö arvioi, että kulttuurikohteiden ja -tapahtumien sekä muun kulttuuritarjonnan merkitys kunnan houkuttelevuuteen on suuri matkailun näkökulmasta. Vastaajat arvioivat, että kulttuurin potentiaalia ei täysin ymmärretä matkailualalla, mihin tulisi kiinnittää erityistä huomiota kulttuurimatkailun kansallisessa kehittämisessä. Matkailutoimijoista kymmenesosa arvioi, että kulttuurikohteiden, -tapahtumien tai -tarjonnan puuttumisella ei olisi juurikaan vaikutusta kunnan houkuttelevuuteen matkailun saralla (joskin matkailutoimijoita kyselyssä oli vain pienempi osuus, 18 vastaajaa).

Kuvio 5. Kulttuurikohteiden, -tapahtumien ja muun kulttuuritarjonnan merkitys kunnan houkuttelevuuteen matkailun näkökulmasta³⁸

Miten arvioit kulttuurikohteiden, -tapahtumien ja muun kulttuuritarjonnan merkitystä kuntasi houkuttelevuuteen matkailun näkökulmasta?

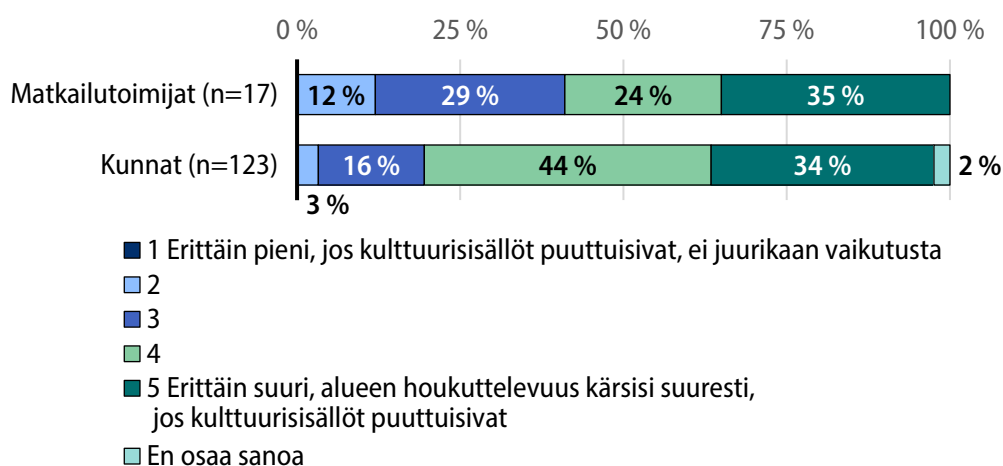


38 Kunnat: kunta – kulttuuri- tai sivistystoimi, kunta – elinvoima, työllisyys, brändi, kunta – hyte, kunta – jokin muu toimiala tai tehtävä. Matkailutoimijat: matkailun alueorganisaatio, alueen tai kunnan kehittämissyhtiö, matkailu- ja ravitsemisalalan yritys, jokin muu matkailutoimija.

Kuntia edustaneet vastaajat pitävät kulttuurikohteiden, -tapahtumien ja muun kulttuuritarjonnan merkitystä suurempana alueen houkuttelevuuteen matkailun näkökulmasta kuin matkailutoimijat, joskin yli puolet myös matkailutoimijoista arvioi kulttuurin merkityksen suureksi matkailun näkökulmasta.

Kuvio 6. Kulttuurikohteiden, -tapahtumien ja muun kulttuuritarjonnan merkitys alueen houkuttelevuuteen matkailun näkökulmasta

Miten arvioit kulttuurikohteiden, -tapahtumien ja muun kulttuuritarjonnan merkitystä alueen houkuttelevuuteen matkailun näkökulmasta?



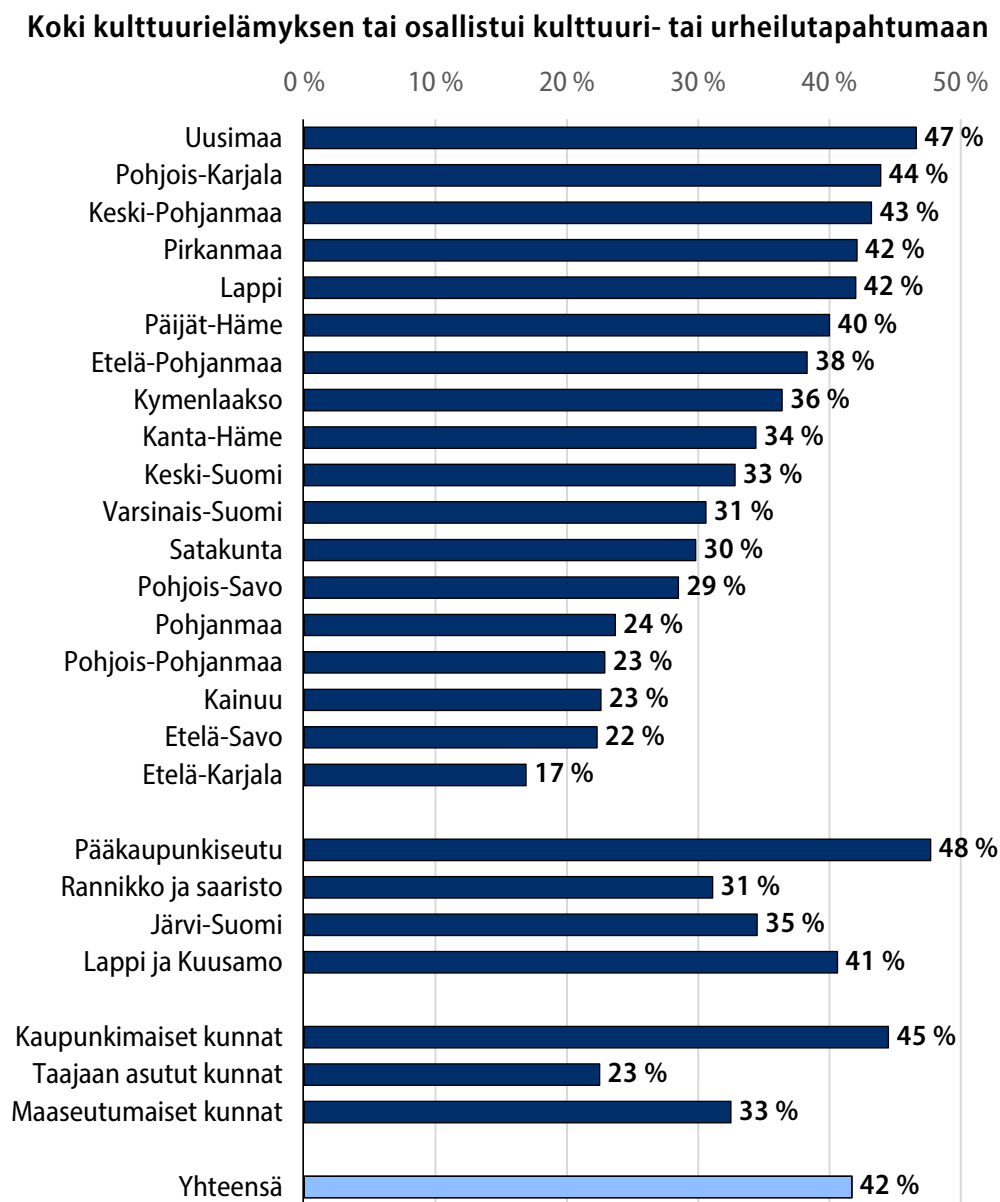
Alueelliset erot myös ulkomaisten matkailijoiden kulttuurin käytössä vaikuttavat vähäisiltä. Kulttuuri on merkityksellistä matkailijoille kaikkialla.

Visit Finlandin yhteistyössä Tilastokeskuksen kanssa tuottama Matkailijamittari-kuukausitilasto seuraa ulkomaisten matkailijoiden aktiviteetteihin osallistumista³⁹. Siinä edustavalta otokselta ulkomaisia matkailijoita kysytään mihin aktiviteetteihin he ovat osallistuneet matkallaan. Tiedonkeruuta on toteutettu maaliskuusta 2023. Matkailijamittarin mukaan 42 prosenttia vapaa-ajan matkailijoista on kokenut kulttuurielämyksen tai osallistunut kulttuuri- tai urheilutapahtumaan osana vierailuaan Suomessa. Maakunnittain osuus vaihtelee 17–47 prosentin välillä. Kulttuurielämyksien kokemus vaihtelee 18–43 prosentin välillä. Kulttuurielämysten kokeminen vaikuttaisi vaihtelevan melko vähän ja epä johdonmukaisesti alueiden välillä verrattuna esimerkiksi luontomatkailuun, joka painottuu selvästi luontomatkailualueille. Eroja matkailijasegmenttien, lähtömaiden ja sesonkien välillä

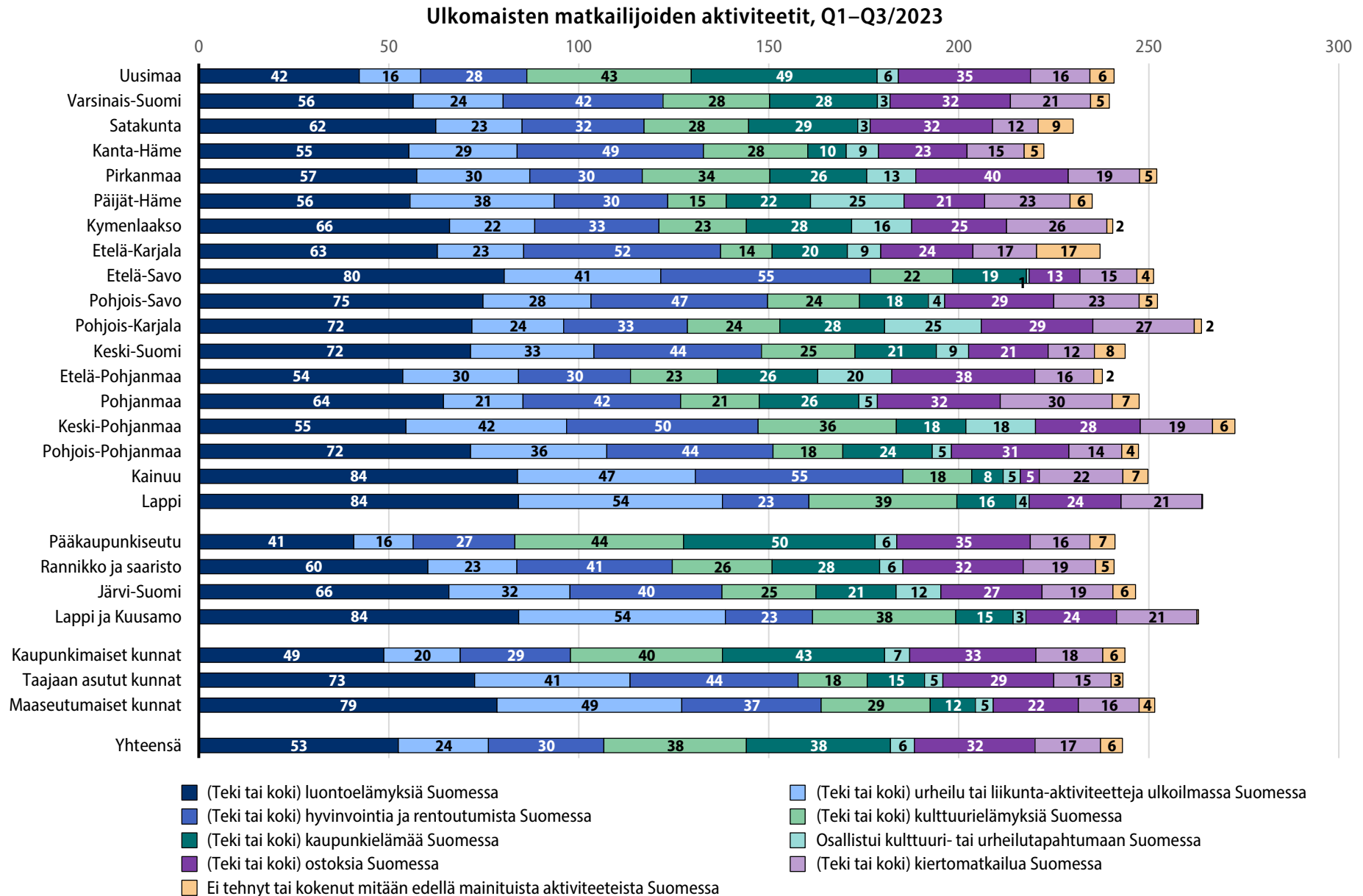
39 <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/matkailijamittari>

kuitenkin on. Matkailijamittarin ensimmäisen version kysymysmuotoilu, jossa tulee valita kolme aktiviteettia, ei välttämättä pysty tunnistamaan riittävästi kaikkea kulttuurin moninaisuutta, jota matkailija saattaa kokea.

Kuvio 7. Ulkomaisten matkailijoiden kulttuurielämyksiin tai tapahtumiin osallistuminen, Matkailijamittari, Visit Finland.



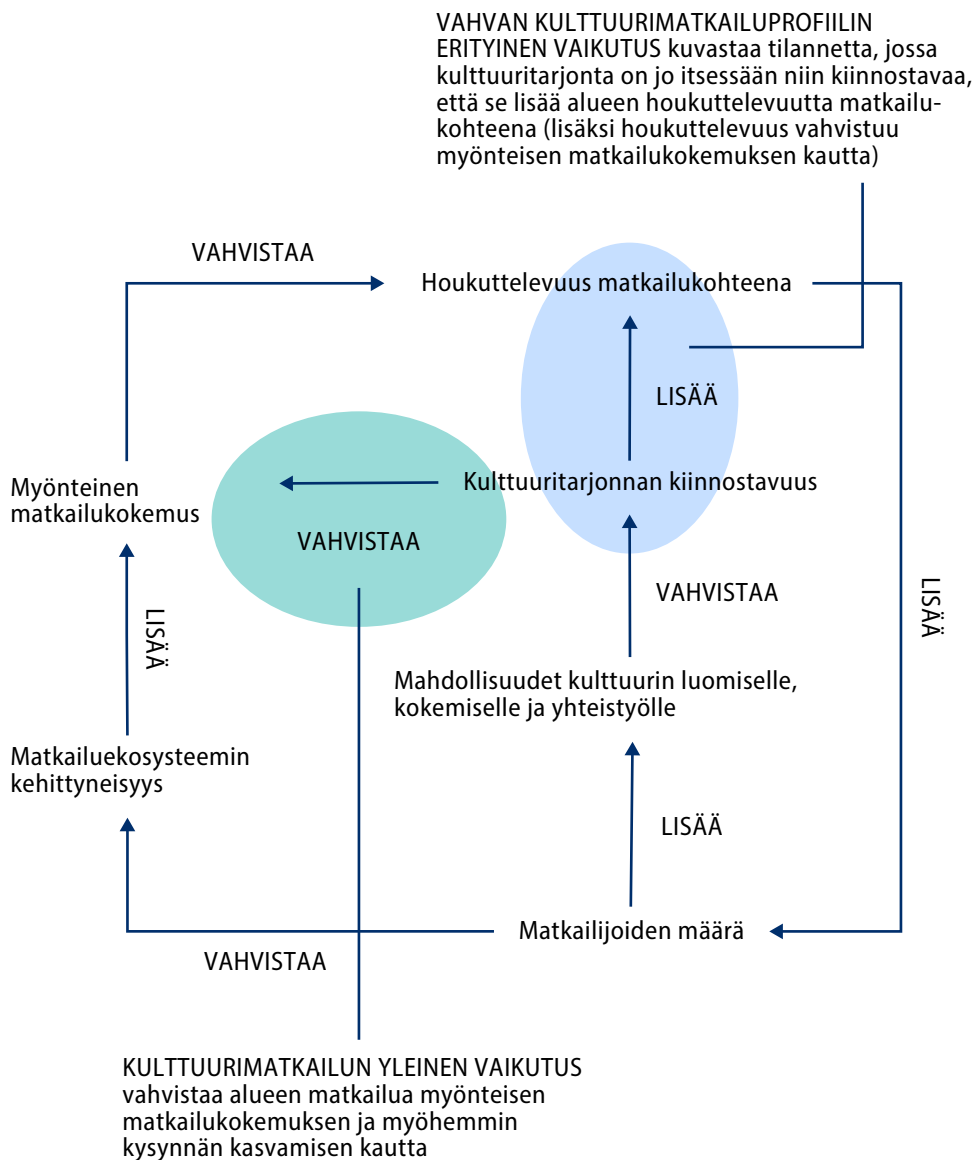
Kuvio 8. Ulkomaisten vapaa-ajan matkailijoiden aktiviteetit vuonna 2023 (valitse 3), Matkailijamittari, Visit Finland



Kulttuurimatkailun kokonaisvaikuttavuus

Kulttuurimatkailun todellinen vaikuttavuus – niin taloudellisten kuin muidenkin vaikutusten osalta – syntyy erilaisten välillisten vaikutusten kautta. Näistä vain osa tulee näkyviin panos-tuotos-tyyppisten toimialakohtaisten kerrannaisvaikutusten kautta. Kulttuurimatkailua voikin kuvata itseään vahvistavana ekosysteeminä, joka tuottaa positiivisia vaikutuksia niin matkailun kuin kulttuuritarjonnan kehittämiseen. Oheisessa kuviossa on hahmoteltu tätä kehää.

Kuvio 9. Kulttuurin ja matkailun väliset yhteydet ja vaikutukset



Alueen vetovoimaisuus syntyy kulttuurista ja sen olemassaolosta. Ilman kulttuurisisältöjä alueella ei olisi edellytyksiä olla houkutteleva. Vetovoimaisuus voi näyttäytyä eri alueilla esimerkiksi maailmanperintökohteina, kulttuuriympäristöinä, museoina tai tapahtumina. Kulttuuritarjonnan kiinnostavuus vahvistaa myönteistä matkailukokemusta ja alueen houkuttelevuutta matkailukohteena, jotka edelleen lisäävät matkailijoiden määrää. Matkailijoiden määrä puolestaan parantaa kulttuurin luomisen, kokemisen ja yhteistyön edellytyksiä ja matkailuekosysteemin kehittyneisyyttä, jotka palauttavat kehän alkuun.

Kulttuuritarjonta itsessään vaikuttaa myönteiseen matkailukokemukseen, mutta erityisen hyvin toteutuessaan se lisää suoraan alueen houkuttelevuutta matkakohteena. Kulttuurimatkailun kehittämisen tulisi kohdistua juuri tällaisiin erityisen hyvin onnistumisiin. Vaikutusten seurannan tulisi puolestaan yhtä lailla kohdentua niihin sisältöihin, joita ensisijaisesti halutaan kehittää. Kaavamaisen kokonaisvaikuttavuuden mittaamisen sijaan suurempi tarve näyttäisi olevan kulttuurisisältöjen merkityksen mittaamiselle.

Vaikka vaikutusten seuranta kohdennettaisiin ensisijaisesti vahvuuksiksi tunnistettuihin sisältöihin, myös kokonaisvaikuttavuuden seuraamiselle on paikkansa. Ennen kaikkea se tuo näkyväksi, miten suuri merkitys kulttuurilla on matkailijoille, ja miten suuri merkitys kulttuurimatkailulla on osana matkailun kokonaisuutta.

Vuonna 2019 matkailun aikaan saama arvonlisäys oli 5,7 miljardia euroa, eli 2,3 prosenttia bruttokansantuotteesta. Jos eri lähteiden perusteella noin 40 prosentin matkailusta arvioidaan olevan vähintäänkin jollain tavalla kulttuurimotivoitunutta, on selvää, että kulttuurimatkailun merkityksen suuruusluokka sekä kulttuuri- että matkailutoimijoille on suuri.

Kulttuurimatkailun potentiaali ei kuitenkaan rajaudu vain matkailun volyymin kasvattamiseen, vaan se voi tuoda uusia kohderyhmiä alueelle ja laajentaa matkailukysyntää uusiin kohteisiin tai sisältöihin. Kausivaihtelun tasoittaminen on vain yksi esimerkki. Esimerkiksi Euroopan neuvoston kulttuurireiteistä 90 prosenttia kulkee maaseutualueiden läpi⁴⁰, ja ne voivat siten luoda matkailukysyntää uusille alueille. Tämän selvityksen aineiston perusteella suurimpia kaupunkeja lukuun ottamatta kulttuurimatkailun nähdään ennen kaikkea täydentävän ja monipuolistavan olemassa olevaa matkailutarjontaa, mutta kärsivän toimijoiden välisen yhteistyön vähäisyydestä niin toiminnan kuin seurannankin tasolla.

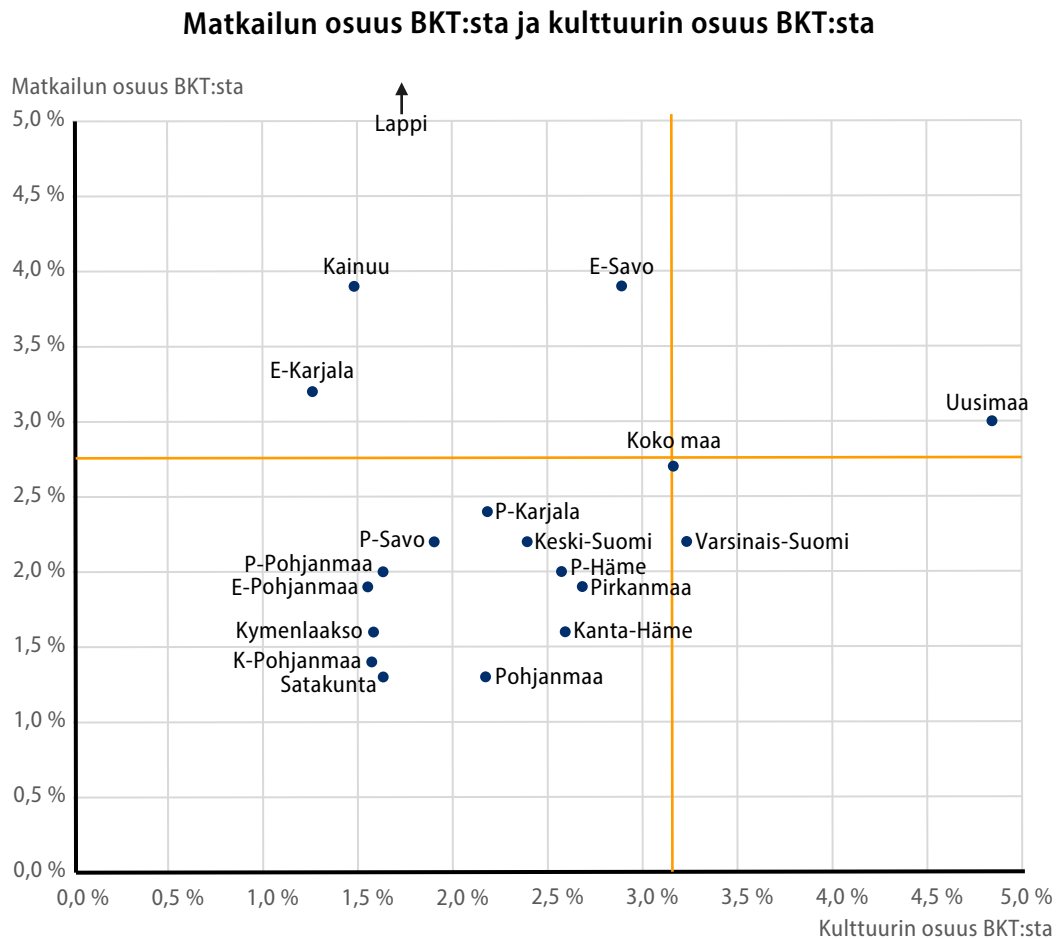
40 Booklet for Cultural Routes 2023. <https://rm.coe.int/booklet-for-cultural-routes-eng-2023/1680aa03d0>

3.3 Alueellisia kulttuurimatkailuprofiileja

Yksi selvityksen tavoitteista oli muodostaa erilaisia alueluokitteluja kulttuurin ja matkailun merkityksestä hyödyntäen sekä tilasto- että primääritiedonkeruun havaintoja. Edellä on kuvattu selvityksen kyselystä tehtyjä havaintoja, joiden perusteella kulttuurin merkitys matkailussa vaikuttaisi kuitenkin olevan hyvin samaa suuruusluokkaa alueesta riippumatta, vaikka alueiden kulttuuritarjonta ja -sisällöt yleisesti eroavatkin toisistaan. Alueita erottavia tekijöitä ovat kulttuuritarjonnan määrä, kulttuurin sisällöt sekä ylipäättään alueen muu matkailijoita houkutteleva tarjonta.

Parhaiten *kulttuurimatkailun* käsite laajasti ja väljästi määriteltynä toimii tukemaan ymmärrystä koko ekosysteemin merkityksestä ja ristikkäisvaikutuksista. Kulttuurimatkailun tai sen vaikutusten seurannan kehittämisen näkökulmasta liian väljä ja yleinen määritelmä ei kuitenkaan toimi, sillä sen kautta on vaikea tunnistaa, mistä yksittäisistä tekijöistä vaikuttavuus syntyy tai miten vaikuttavuustekijöitä voisi vahvistaa. Erilaisten erottelujen kautta on mahdollista tunnistaa sellaisia alueellisia tekijöitä, joihin kehittämistoimia voitaisiin kohdistaa kulttuurimatkailun myönteisten vaikutusten vahvistamiseksi ja todentamiseksi.

Määrällisten mittareiden hyödyntäminen on luonteva tapa alueiden välisten erojen osoittamiseen ja luokitteluun. Oheisessa kuviossa on yhdistetty matkailun ja kulttuurin osuutta alueen bruttokansantuotteesta mahdollisen alueluokittelun pohjaksi ja näin pyritty havainnollistamaan näiden merkityksiä alueen elinkeinorakenteelle. Kuten kuvasta voi havaita, kulttuuritarjonnan ja matkailun merkitysten välillä on vaikeaa tunnistaa sellaista johdonmukaisuutta, joka mahdollistaisi alueiden luokittelun kattavan vertailuasetelman pohjalta. Uusimaa ja Varsinais-Suomi erottuvat kulttuurin suuren merkityksen kautta, ja toisaalta Lappi, Kainuu ja Etelä-Savo matkailun merkityksen osalta. Matkailun ja kulttuurin merkityksen tunnistaminen alueen elinkeinorakenteelle voi kuitenkin auttaa tunnistamaan vahvuuksia tai kehittämispotentiaalia. Esimerkki on havainnollistava. Osuuksiin alueen BKT:sta vaikuttaa alueen elinkeinorakenne ja sen kehittyminen, eikä suhdetta BKT:hen kannata käyttää ainoana indikaattorina.

Kuvio 10. Matkailun ja kulttuurin osuus alueen BKT:sta 2019

Alueiden kulttuurimatkailun vahvuuksia voi edelleen pyrkiä havaitsemaan hyödyntäen laadullisempiakin erottavia tekijöitä (ks. taulukko 2). Kulttuuritarjonnan ja erot alueen kulttuuritarjonnan sisällöissä, matkailukysynnän erot sekä ylipäätään kulttuurimatkailuun tehdyt panostukset ovat selvityksen aineiston perusteella alueita erottavia tekijöitä. Alueen vahvuuksien ja kehittämismahdollisuuksien kartoittaminen auttaa tunnistamaan, miten kulttuurin ja matkailun ekosysteemin kehittäminen kannattaisi kohdentaa, jotta se tukisi parhaiten alueen omia tavoitteita kulttuurimatkailun kehittämisessä. Esetetty luokittelu pohjautuu selvityksen haastattelu- ja kyselyaineistoon ja on osin yleistävä. Sen on tarkoitus toimia ennen kaikkea kehittämisen tukivälineenä.

Taulukko 2. Kulttuurimatkailualueiden luokitteluja

Luokittelu	Kuvaus
Kulttuuritarjonnan määrä ja ympäri- vuotinen saatavuus	<p>Suurimmat kaupungit muodostavat oman joukkonsa, jossa on paljon, jatkuvasti ja monipuolisesti kulttuuritarjontaa. Kulttuurimatkailua on määrällisesti paljon, mutta yksittäisten sisältöjen merkitys jää yleensä vähäiseksi kokonaisuudessa.</p> <p>Muiden alueiden osalta luokitteleva tekijä on kulttuuritarjonnan ajallinen sijoittuminen. Alueella voi olla paljon kulttuurimatkailua yksittäisen vaikkapa kesään sijoittuvan tapahtuman ympärillä, tai yksittäisten kulttuurikohteiden menestyksen kautta on alkanut syntyä ekosysteemejä, jotka vahvistavat alueen ja alueen kulttuurin elinvoimaa myös ympärivuotisesti. Esimerkkeinä ekosysteemeistä on mainittu ruukkialueita tai Mänttä-Vilppula. Alueen ja paikkakunnan matkailun kannalta merkittävä tapahtuma on esimerkiksi Sodankylän elokuvafestivaalit.</p>
Kulttuurisisältöjen luonne ja tarjonta	<p>Alueita voi tyypitellä myös sen mukaan, onko kulttuurisisältöä saatavilla aikaan sidotusti vai pysyvästi (esim. kulttuuritapahtuma tai kulttuuriympäristöt matkailun voimavarana).</p> <p>Tapahtumaorientoituneita alueita ovat esimerkiksi Pori tai Kaustinen. Keski-Suomen arkkitehtuuri puolestaan sisältää pysyvämpiä piirteitä.</p> <p>Lisäksi luokitteluja voi tehdä jokaisen yksittäisen kulttuurisisällön osalta, ja ne tukevat alueen vahvuuksien ymmärtämisessä (esimerkiksi museoiden määrä alueella).</p>
Matkailukysynnän määrä	<p>Helpommin mitattava ominaisuus, joka ei välttämättä ole aluetta kuvaava tyypittely. Vahva matkailukysyntä on ennemminkin kehittämisen mahdollisuuksia ja kulttuurimatkailun potentiaalia kuvaava tekijä.</p>
Matkailun kulttuurifokus	<p>Alueen kulttuuri- ja matkailutoimijoiden yhteistyön kehittyneisyys vaikuttaa ennen kaikkea siihen, millaisilla toimilla kehittämistä kannattaa jatkaa. Osalla alueista esimerkiksi kulttuuriympäristöt tai tapahtumat ovat selkeästi yksi painopisteistä, kun taas osalla alueista matkailua on rakennettu esimerkiksi painottaen luontomatkailua.</p>

Alustavaa luokittelua hyödynnettiin neljän erilaisen kulttuurimatkailualueen kanssa käydyissä työpajakeskusteluissa. Aluekeskustelujen pohjalta muodostui kuva erilaisista alueellisista vahvuuksista ja lähestymistapojen eroista kulttuurimatkailun kehittämisessä.

Seuraavilla sivuilla esitetyt kuvaukset ovat luonnehdintoja aluekeskustelujen sekä selvityksen muun aineiston pohjalta. Ne eivät välttämättä kuvaa täsmällisesti mitään yksittäistä kohdetta, vaan voivat auttaa alueita omien vahvuuksiensa tunnistamisessa. Alueiden valintaa ohjasi erityisesti erilaisten kehittämistarpeiden ja kehittämisspolkujen tunnistaminen ja kuvaaminen, jotta ne edustaisivat mahdollisimman hyvin erilaisia yhdistelmiä edellä kuvatusta luokittelusta.

Kulttuurimatkailun merkityksen näkyväksi tekeminen – Case Keski-Suomi

Kuvaus

Jyväskylän ja Keski-Suomen alueella kulttuurimatkailu on tunnistettu yhdeksi vahvuudeksi, ja se mainitaan myös alueen matkailustrategiassa. Alueella on Unescon maailmanperintökohteita, arkkitehtuurikohteita sekä monipuolisesti tapahtumia. Matkailun näkökulmasta kuitenkin Suomen MM-ralli nousee kuitenkin tapahtumissa muita merkityksellisemmäksi. Urheilutapahtumia ei lähtökohtaisesti laskea kulttuurimatkailuksi, mutta alueellisesta näkökulmasta ne sisältyvät samaan kokonaisuuteen. Vastaavasti luontomatkausten merkitys on suuri. Alueen vahvuus onkin monipuolisen kulttuuritarjonnan, luonnon ja tapahtumien muodostama kokonaisuus.

Kehittämistarpeet

Alueella on paljon sekä tapahtumapainotteista että pysyvää kulttuuritarjontaa. Vaikutusten seurannan kannalta haasteeksi tunnistetaan, että kokonaisvaikuttavuuden hahmottaminen on vaikeaa. Alueella tehdään tiedonkeruuta sekä matkailun että kulttuuritapahtumien taloudellisista vaikutuksista, mutta näiden väliset yhteydet jäävät tunnistamatta. Erityisen paljon potentiaalia tunnistetaan kulttuurisisältöjen vahvemmassa kytkemiseksi osaksi esimerkiksi ralli- tai luontomatkaajien ohjelmaa.

Kun kaikki toimijat huomioivaa kokonaiskuvaa vaikutuksista ei ole, tieto tapahtumien vaikutuksista korostuu vaikutusten arvioinnissa. Tapahtumien taloudellisia vaikutuksia seurataan tarkasti ja niitä raportoidaan. Esimerkiksi MM-rallin aluetaloudellisiksi vaikutuksiksi vuonna 2022 laskettiin noin 17,5 miljoonaa euroa, kun koko Jyväskylän matkailun kokonaisvaikutukset olivat yli 300 miljoonaa euroa. Matkailijan ohjelmaan sisältyy usein sekä tapahtumia että muita aktiviteetteja, mutta näkyväksi saattavat nousta vain tapahtumien vaikutukset. Kulttuuri-matkailun kokonaisvaikutus on yksittäistä tapahtumaa suurempi, mutta toistaiseksi pysyvän kulttuuritarjonnan sisältävää vaikutusten kokonaisuutta on ollut vaikeaa tuoda näkyväksi, minkä vuoksi osa kulttuuri-matkailun vaikuttavuudesta jää katveeseen.

Kun kyseessä on laaja ja monipuolinen tarjonta, vaikuttavuuden seuranta tulisi kohdentaa kokonaisuuteen. Oleellisimmaksi tarpeeksi nostetaan yhdenmukainen tiedonkeruu siitä, mitä kaikkea matkailija alueella matkansa aikana tekee. Tämä edellyttäisi, että jokainen toimija kokoaisi kävijöistään yhdenmukaiset perustiedot, joiden pohjalta olisi mahdollista tunnistaa eri sisältöjen väliset yhteydet. Näiden pohjalta olisi edelleen mahdollista löytää kärkiä, joiden kautta vahvistaa alueen houkuttelevuutta.

Kulttuurimatkailu matkailun monipuolistajana – Case Sodankylä

Kuvaus

Lapin matkailussa korostuvat luonto ja ulkoilu, mutta kulttuurikohteilla voidaan monipuolistaa tarjontaa ja laajentaa matkailusesonkia. Matkailualan kesto-aste on kausivaihtelu, ja Suomen matkailustrategiassa teemamatkailun (ml. kulttuurimatkailu) katsotaan juuri voivan tasata tätä vaihtelua.

Sodankylän kulttuurimatkailun vahvuudet näyttävät etenkin erilaisten tapahtumien muodossa. Sodankylän elokuvajuhlien (Midnight Sun Film Festival) lisäksi alueella järjestetään muita tapahtumia, kuten musiikkifestivaaleja, taidenäyttelyitä ja kulttuuriperintöä esitteleviä tapahtumia. Sodankylä tarjoaa myös katsauksen alueen historiaan ja

perinteisiin. Saamelaiskäräjät on toteuttanut useita kestävä matkailua edistäviä kehittämishankkeita ja mm. laatinut vastuullisen ja eettisesti kestävä saamelaismatkailun toimintaperiaatteet⁴¹.

Kulttuurimatkailu vaikuttaa merkittävästi alueen imagoon, ja Sodankylä nähdään kulttuuripitäjänä, joka tunnetaan myös kansainvälisesti. Erilaiset tapahtumat kesä- ja talviaikaan sekä liikunnan ja luontomatkailun yhdistäminen nähdään alueen vahvuuksina.

Kehittämistarpeet

Kulttuurimatkailulla tavoitellaan alueelle aluetaloudellisten vaikutusten lisäksi hyvinvointivaikutuksia sekä myönteisiä vaikutteita alueen imagoon ja brändiin, jotka paitsi toimivat vetovoimatekijöinä kansainvälisesti, vaikuttavat merkittävästi myös taiteilijoiden, harrastajien ja tuottajien tekemiseen alueella.

Kulttuuri- ja matkailutoimijoiden yhteistyö ei vielä ole syvällistä. Yhteistyötä tulisi kehittää ja laajentaa markkinoinnin kentälle, jolloin eri toimijat markkinoisivat ristiin toistensa tapahtumia ja sitä kautta lisäisivät myös alueelle kohdistuvaa kulttuurimatkailua.

Kulttuurimatkailun vaikutuksia mitataan mm. tapahtumien palautekysely-lomakkeilla sekä paperisesti että sähköisesti. Näiden pohjalta on mahdollista arvioida aluetaloudellisia vaikutuksia. Haasteeksi kuitenkin nähdään se, että tapahtumat ovat erilaisia, jonka myötä myös palautekyselyt ja muut tapahtumissa hyödynnetyt mittarit ovat keskenään erilaisia. Näin ollen tuloksia ei voida tarkastella rinnakkain.

Sodankylän kaltaisella alueella oleellista olisi tunnistaa, millä tavoin kausivaihtelun tasaaminen voisi vahvistaa alueen matkailuekosysteemiä ja edelleen matkailutoimijoiden toimintaedellytyksiä. Vahva matkailuinfrastruktuuri luo yhtä lailla hyvän pohjan myös kulttuurialan edistämiseen.

41 <https://matkailu.samediggi.fi/>

Monipuolinen tapahtumatarjonta lisää tarvetta yhteistyön vahvistamiselle – Case Pohjanmaa

Kuvaus

Alueella on monipuolista kulttuuritarjontaa, mutta saaristolaiskulttuuri ja merellisyys ovat aluetta selvimmin profiloivia tekijöitä. Merellisyys ja saaristolaisuus näkyvät kulttuuriympäristöinä (esim. Merenkurkun alue). Alue ikään kuin toimii alustana erilaisille monipuolisille kulttuurisällöille, mutta mikään yksittäinen tapahtuma tai kohde ei ole hallitseva.

Kehittämistarpeet

Alueella korostuu kulttuuritarjonnan monitoimijaisuus, joka jakautuu kahdelle kotimaiselle kielelle. Pienistä tapahtumista koostuva kulttuuritarjonta ei välttämättä näyttäydy yhtenäisenä maakuntaan tulevalle matkailijalle. Myös toimijoiden väliseen yhteistyöhön tulisi panostaa esimerkiksi yhteisillä markkinointiponnisteluilla tai -hankkeilla.

Alueen kulttuuritapahtumat ja -kohteet nojaavat merkittävien osin vapaaehtoistyövoimaan ja talkoisiin. Vapaaehtoistyöntekijöiden määrän lasku pakottaa kulttuurikohteet miettimään uudelleen järjestäytymistään.

Kulttuuritarjonnan sirpaleisuus haastaa yhtenäisen seurantamallin laatimista. Alueen toimijoiden yhteinen asiakaskysely voisi toimia kevyenä seurannan kokeiluna pienille kulttuuritoimijoille, minkä lisäksi alueellisia kulttuurimatkailun vaikutuksia voitaisiin seurata esimerkiksi Matkailijamittarin avulla sekä matkailutilinpidon kautta.

Kulttuuri yksi osa houkuttelevuutta – Suurimmat kaupungit

Kuvaus

Suurimmat kaupungit muodostavat omanlaisensa kulttuurimatkailuprofiilin. Kulttuuritarjontaa on tarjolla paljon ja monipuolisesti, ja vastaavasti matkailukysyntä on suurta ja ympärivuotista. Kuitenkin Helsinkiä lukuun ottamatta matkailun paino on kotimaan matkailussa.

Kulttuurimatkailun – tai minkään muunkaan yksittäisen teeman – merkitys matkailun kokonaisuudelle ei välttämättä ole kriittisen suuri, sillä matkailukysyntää riittää joka tapauksessa. Toisaalta myöskään kulttuurikohteille matkailijoiden merkitys ei välttämättä ole kriittistä, sillä paikallistakin kysyntää riittää.

Kulttuurimatkailukohteeksi profiloituminen voi kuitenkin nostaa kaupungin vetovoimaa erityisesti ulkomaisten matkailijoiden keskuudessa. Haastatteluaineiston perusteella malliesimerkkejä ovat kulttuuripääkaupunkihankkeet, jotka sekä lisäävät houkuttelevuutta että ennen kaikkea tukevat alueen kulttuuritarjontaa ja sen positiivisia vaikutuksia.

Kokonaisuutena suurimmissa kaupungeissa myös kulttuurimatkailun vaikutukset ovat määrällisesti suurimpia, mutta niiden merkitys on vähäisempi ja tunnistaminen hankalaa.

Kehittämistarpeet

Laajasta kulttuuritarjonnasta johtuen kulttuurimatkailusta on vaikea muodostaa kokonaisuutta, jonka vaikuttavuutta edistää tai jonka vaikuttavuutta seurata. Matkailu on vain yksi osa kaupungin elinkeinorakennetta, ja kulttuurimatkailu edelleen yksi osa matkailua. Kulttuuri- ja matkailutoimijoiden välillä ei välttämättä ole yhteisiä rakenteita kunnan sisällä (kulttuuritoimi, matkailun edistäminen, elinvoiman edistäminen). Vaikuttavuuden vahvistamisen tulisi lähteä näiden eri toimijoiden yhteistyön rakentamisesta ja mahdollisten synergioiden tunnistamisesta. Lisäksi pitäisi pystyä sovittamaan samaan kokonaisuuteen alueen muu kulttuuritarjonta kaupungin ulkopuolella.

Keskeisin ratkaistava haaste vaikuttavuuden seurannan näkökulmasta on laajan ja monitoimijaisen kokonaisuuden tietojen kokoaminen ja yhteensovittaminen.

4 Pohdinta ja johtopäätökset

Kulttuurimatkailun merkitys

Kulttuurimatkailun määrittely tarkkarajaisesti ei ole kokonaisvaikuttavuuden todentamisen näkökulmasta tarkoituksenmukaista. Kun kulttuuri ymmärretään laajasti, merkittävä osa matkailusta voidaan mieltää kulttuurimatkailuksi, sillä kulttuurikohteiden, -ympäristöjen tai -tapahtumien lisäksi myös esimerkiksi luontoon liittyviin perinteisiin tai paikalliskulttuuriin tutustumista voidaan pitää kulttuurimatkailuna. Kulttuurimatkailijat ovat moninainen kohderyhmä, jonka sisältä voi karkeasti tunnistaa kaksi pääsegmenttiä: kulttuuri matkan pääasiallisena motiivina tai kulttuuri yhtenä osana matkan sisältöä ja osatekijänä matkustuspäätökselle. Kulttuurimatkailua ei useimmissa tapauksissa kannata ainakaan kokonaan erottaa muusta matkailusta, vaikka matkailuyrityksen tai esimerkiksi alueen matkailun kehittämisen kannalta myös fokuosoituja matkailuprofiileja kannattaa huomioida.

Kulttuurimatkailu on merkittävä osa kansallista ja alueellista matkailun kokonaisuutta. Selvityksen kyselyn perusteella arviolta 40 prosenttia vapaa-ajan matkailijoista Suomessa on pääasialliselta motiiviltaan kulttuurimatkailijoita. Lisäksi valtaosalla kulttuuri on kyselyn perusteella vähintään osatekijä matkustuspäätöksessä. Koska kulttuuria ei ole tarkoituksenmukaista määritellä tarkkarajaisesti, myöskään matkailijoiden motiivien tarkka arviointi ei ole mahdollista. Ulkomaisista vapaa-ajan matkailijoista noin 40 prosenttia on kokenut kulttuurielämyksiä tai osallistunut kulttuuri- tai urheilutapahtumaan.

Kulttuurimatkailun merkitys vaikuttaisi olevan suuruusluokaltaan samankaltainen eri puolilla maata. Alueilla on eroja niin kulttuuritarjonnan kuin matkailun elinkeinopoliittisen merkityksen osalta. Painotukset alueiden kulttuuritarjonnassa ja siten matkailijoidenkin kulttuurikysynnässä voivat erota alueiden välillä, mutta kaikilla alueilla kulttuuriperusteisen matkailun merkitys arvioidaan suureksi.

Kulttuurimatkailu tuo esille ja edistää sekä kulttuuria että matkailua. Matkailun asiakasvirrat vahvistavat kulttuurin kysyntää ja kulttuurisisällöt vahvistavat matkailukohteiden houkuttelevuutta. Kulttuurimatkailun vaikuttavuuden tunnistamisella ja esiintuomisella voidaan osaltaan tehdä näkyväksi kulttuurin monia myönteisiä vaikutuksia alueille ja kansallisesti.

Kulttuurimatkailun vaikutusten tunnistaminen ja mittaaminen

Kulttuurimatkailun kokonaisvaikutusten sijaan olisi tarkoituksenmukaisempaa arvioida yksittäisten kulttuurisisältöjen vaikutusta ja merkitystä kulttuurin ja matkailun muodostaman ekosysteemin tukena. Kulttuurimatkailun taloudelliseksi ja työllisyysvaikutukseksi voisi määritellä suoran matkailijoiden kulttuurikysynnän sekä matkailun kokonaiskysynnän ja kulttuurimotivoituneen matkailun erotuksen, ja kertoa tämän alueen toimialarakennetta kuvaavalla kerrannaisvaikutusten kertoimella. Itsessään näin määriteltyä lukua on kuitenkin hyvin vaikea hyödyntää osana alueen matkailun tai kulttuuritarjonnan kehittämistä. Sen sijaan yksittäisten kulttuuritapahtumien, -kohteiden tai -ympäristöjen pistemäisesti mitattua vaikutusta voi arvioida suhteessa alueen matkailun kokonaisvaikutuksiin. Tärkeintä on, että kulttuurin merkitys osana matkailun vaikutuksia ymmärretään riittävän suureksi.

Keskustelua kulttuurimatkailun tavoitteista ei ole käyty alueilla vielä riittävästi eri toimijoiden kesken, mikä johtaa kehittämistoimien pistemäisyyteen. Kulttuurimatkailun vaikuttavuuden tunnistamisen tulisi lähteä tavoitteiden määrittelystä ja systemaattisesta alueen vahvuuksien analyysistä. Toistaiseksi tämän tyyppistä keskustelua on selvityksen havaintojen perusteella käyty vielä vähän. Tämän seurauksena myös vaikuttavuutta mitataan vain hajanaisesti esimerkiksi yksittäisten kohteiden tai tapahtumien kautta. Tavoitekeskustelun tulisi lähteä strategiselta tasolta, ja siihen tulisi kytkeä vähintäänkin matkailun, kulttuurin ja elinvoiman kehittämisen toimijoita. Tavoitteen määrittelyn tulisi myös tapahtua yksittäistä kuntaa tai kulttuurikohdetta laajemmalla alueella. Kulttuurimatkailun vaikuttavuustavoitteet voivat kytkeytyä esimerkiksi matkailun kestävyystavoitteiden edistämiseen, kausivaihtelun tasoittamiseen tai alueen elinvoiman vahvistamiseen kulttuuritarjonnan vahvistumisen kautta.

Kulttuurin ja matkailun keskinäisiä yhteyksiä ei tunneta riittävästi. Myöskään yhteisen kielen löytäminen matkailu- ja kulttuuritoimijoiden välillä ei aina ole itsessään selvää, mikä voi vaikeuttaa yhteisten hyötyjen tunnistamista. Kuntien ja matkailutoimijoiden painotus on usein taloudellisissa vaikutuksissa, mikä väistämättä suosii kohteita, joiden taloudelliset vaikutukset ovat helposti tunnistettavissa. Kulttuurin muut vaikutukset esimerkiksi hyvinvointiin voivat jäädä vähemmälle huomiolle. Myös nämä olisi mahdollista ymmärtää matkailukohteen houkuttelevuutta ja ylipäättään koko alueen elinvoimaisuutta lisäävinä ulottuvuuksina. Matkailun kestävyden näkökulmasta nimenomaan näiden vaikutusten huomioon ottaminen olisi tärkeää.

Kulttuurimatkailun vaikuttavuuden mittaaminen ja mittarit tulisi kytkeä alueen matkailu- kulttuuri- tai elinvoimapoliittisiin tavoitteisiin ja alueen vahvuuksiin. Eri alueiden kulttuurimatkailuprofiilit ja -toimintaympäristöt eroavat toisistaan, ja eri alueilla kulttuurimatkailua kannattaa rakentaa kunkin alueen omien vahvuuksien ympärille. Tavoitekeskustelun lisäksi eri alueilla tarvitaan juuri alueen vahvuuksiin kytkettyjä kehittämistoimia. Alueen toimintaympäristöstä riippuen nämä voivat painottua esimerkiksi yhteistyön vahvistamiseen tai kulttuuritarjonnan esiin tuomiseen. Vastaavasti vaikuttavuuden seuranta tulisi kytkeä näitä tärkeimpiä kehittämistoimia tukevaksi. Jos tavoitellaan yhteistyön ja tunnettuuden lisäämistä, kannattaa valita mahdollisimman *käyttökelpoiset* mittarit. Alueella toteutettava kävijäkysely voi tuoda näkyväksi toimijoita ja kulttuuritarjonnan markkinoinnin kapeikkoja. Jos taas tavoitellaan yksittäisten kulttuurikohteiden kehittymistä ja kasvua, kannattaa valita mahdollisimman *vertailukelpoiset* ja *tavoitetta tukevat* mittarit. Verrokkien ja hyvien käytäntöjen benchmarkkauksella voi tällöin olla merkitystä tarkoituksenmukaisen seurantamallin laadinnassa. Suorien kulttuurimatkailun vaikuttavuutta kuvaavien indikaattorien lisäksi kokonaisuudessa kannattaa seurata myös välillisiä indikaattoreita, jotka kuvaavat asian kehittymistä laajemmasta näkökulmasta.

Tulos-vaikutusketju tukemaan vaikuttavuuden mittaamista

Kulttuurimatkailun tulos-vaikutusketju kuvaa kulttuurimatkailusta syntyvien vaikutusten ja niiden mittaamisen logiikkaa. Kuvassa 11 esitetty vaikutusten syntyminen lähtee tarpeiden tunnistamisesta, jossa arvioidaan sekä nykytilaa että kehittämistarpeita. Keskeinen osa vaikutuslogiikkaa on tavoitteiden määrittely strategisella tasolla ja vahvuuksien tunnistaminen. Tavoitteille määritellään tarvittaessa myös alatavoitteet. Lisäksi tunnistetaan teot eli toimenpiteet, joilla tavoitteisiin voidaan päästä. Kehittämistoimia on syytä arvioida toimenpiteiden toteuttamisen jälkeen, esimerkiksi keräämällä systemaattisesti määrällistä ja laadullista tietoa. Tiedon perusteella voidaan arvioida toimenpiteiden tuloksia ja tunnistaa alustavia vaikutuksia.

Kulttuurimatkailun tulos-vaikutusketju kytkeytyy vaikutusten seurantaan siten, että jokaiselle ketjun osalle voidaan asettaa sen onnistumista kuvaavat ja arvioivat mittarit. Tulos-vaikutusketjun kuvaaminen ja onnistumisen mittaaminen tukevat kulttuurimatkailun strategista kehittämistä ja antavat alueille konkreettisen tiekartan tavoitteiden, toimenpiteiden ja vaikuttavuuden tunnistamiselle sekä niiden mittaukselle. Mittarit vaihtelevat alueiden välillä, ja niiden oikea tunnistaminen on osa alueen kulttuurimatkailun kehittämistoimia.

Kuvio 11. Kulttuurimatkailun tulos-vaikutusketju

Vaikutusten tunnistamista ja mittaamista voisi tukea eri toimijoille räätälöity itse-arviointi- tai tarkistustyökalu, jolla varmistetaan, että kaikki ristikkäisvaikutukset ja yhteistyömahdollisuudet tulisi huomioitua. Matkailutoimijoille tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi alueen kulttuurikohteiden kartoittamista ja niiden tarjoamista omille asiakkaille, kulttuuritoimijoille taas analyysia omista kävijöistä ja mahdollisuuksista markkinoida kohdetta tälle asiakasryhmälle.

Kulttuurimatkailun tavoitteiden ja mittareiden laadinnassa voitaisiin hyödyntää esimerkiksi seuraavia kysymyksiä⁴²:

Tavoitteet

1. Mitä halutaan saavuttaa?
2. Onko tavoite mitattava?
3. Onko tavoitteen saavuttaminen realistisista annetussa ajassa ja resursseilla?
4. Onko tavoite linjassa muiden (kansallisten tai alueellisten) tavoitteiden kanssa?
5. Onko tavoitteelle asetettu saavuttamisen aikataulu?

Mittarit

1. Mittaako mittari tavoiteltavaa asiaa (esim. kulttuurimatkailun kehittämistä)?
2. Onko mittari selkeä?
3. Onko mittari linjassa muiden olemassa olevien mittarien kanssa?

42 Mukailen kulttuurimatkailua tutkivan Be.CULTOUR-hankkeen kehittämistoimien tarkistuslistaa <https://becultour.eu/> sekä SMART-mittareiden asettamisen periaatteita

Vaikuttavuuden vahvistaminen seurantaan kehittämällä

Kulttuurimatkailun kehittämisen pullonkaulana ja kehittämistarpeena on kulttuuri- ja matkailutoimijoiden yhteistyön vähäisyys ja kulttuurikohteiden vähäinen keskinäinen yhteistyö. Hyviä käytäntöjä yhteistyön lisäämiseksi ovat esimerkiksi eri toimijoiden yhteistoiminnan tietoinen kehittäminen, synergioiden hakeminen toimijoiden välillä ja erilaisten kohteiden ja mahdollisuuksien tuominen yhteen.

Vaikuttavuuden vahvistaminen edellyttää eri toimijoiden yhteistyön vahvistamista ja eri toimijoiden merkityksen tunnistamista osana yhteistä ekosysteemiä. Enemmän kuin kokonaisarviota kulttuurimatkailun vaikuttavuudesta, kulttuuri- ja matkailutoimijat tarvitsevat ymmärrystä siitä, miten ne voivat hyötyä toistensa panoksesta. Esimerkiksi kunnan näkökulmasta oleellista on myös tunnistaa, että kulttuuritarjonta tukee matkailua ja matkailu puolestaan kulttuuria. Jos merkitys tunnistetaan, tunnistetaan myös tarve yhteistyölle.

Kulttuurimatkailun alueellista vaikuttavuutta kuvaisi parhaiten mahdollisimman tarkka tieto siitä, mitä kaikkea matkailija matkansa aikana on tehnyt tai kokenut. Tämä edellyttäisi tiivistä yhteistyötä alueen kulttuuri- ja matkailutoimijoiden kesken ja yhteensovittettua tiedonkeruuta, jota jokin taho keskitetysti hyödyntää osana vaikutusten seurantaan ja kehittämistoimien suunnittelua. Matkailijoiden kulttuurisisältöjen hyödyntämistä voitaisiin mitata useilla eri tavoilla, jotka kaikki voivat tukea yhteen sovitettua tiedonkeruuta:

- a) **Kohteiden tai tapahtumien kävijätutkimukset**⁴³. Tiedonkeruuta tukisi ensinnäkin koti- ja ulkomaisten matkailijoiden tunnistaminen sekä yhdenmukainen muotoilu eri toimijoiden välillä matkailijoiden tunnistamiseksi. Lisäksi oleellista olisi pystyä jokaisessa kävijätutkimuksessa alueella kartoittamaan myös mahdollisuuksien mukaan, mitä muuta matkailijat ovat alueella tehneet. Tämä auttaisi matkailijoiden segmentoimisessa ja eri kohteiden merkityksen tunnistamisessa, mutta edellyttäisi, että kaikki toimijat tunnistaisivat lisäarvon yhteisen tietopohjan vahvistumisesta.

43 Kulttuurimatkailun vaikuttavuusindikaattoreita on kartoitettu ja kehitetty OKM:n esiselvityshankkeessa vuosina 2013–2015 erityisesti museoihin kohdentuvan pilottitutkimuksen avulla, ks. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75106/okm20.pdf?sequence=1>

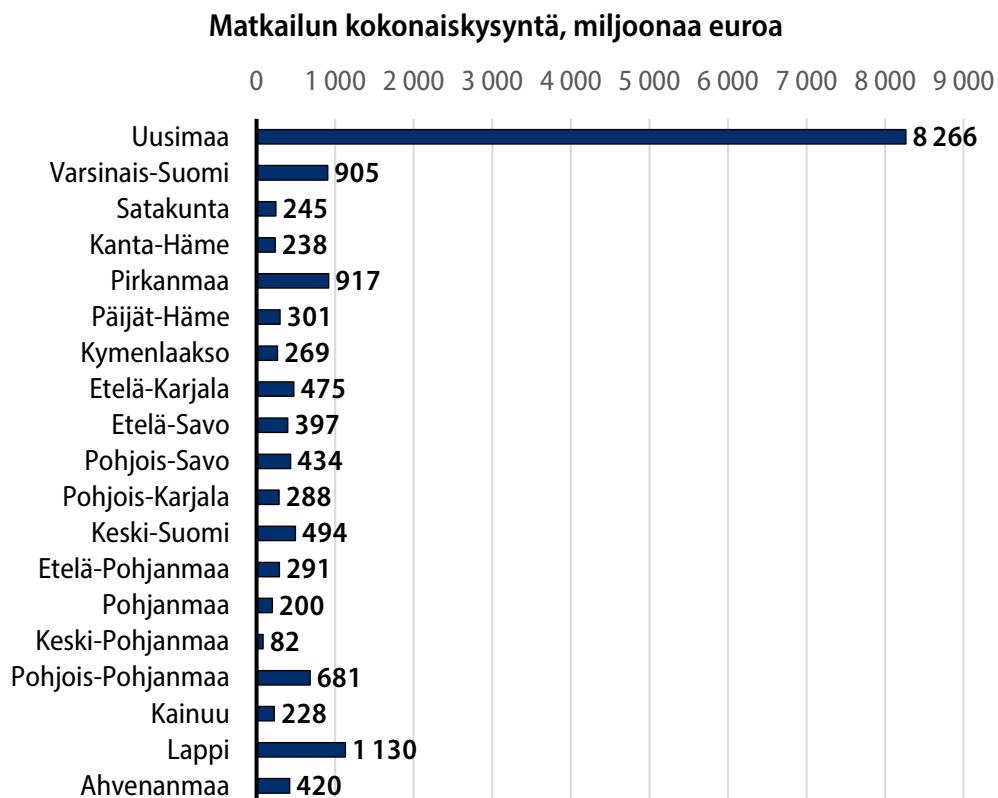
- b) **Matkailijatutkimukset.** Laajemmin alueen matkailijoiden taustoja ja toimintaa selvitetään säännönmukaisesti erilaisilla haastattelututkimuksilla, jotka muodostavat kokonaiskuvan alueen matkailijoiden toiminnasta, mutta ovat suhteellisen raskaita toteutettaviksi jatkuvasti. Lisäksi otantaan perustuvat tutkimukset eivät välttämättä pysty tunnistamaan yksittäisten kohteiden merkitystä, sillä ne eivät välttämättä osu otantaan. Useat alueet hyödyntävät Visit Finlandin rajatutkimuksena toteutettavaa ulkomaiset matkailijat kattavaa Matkailijamittaria, joka kuvaa myös matkailijoiden toimintaa alueella matkan tietojen ja esimerkiksi rahankäytön lisäksi. Kulttuurimatkailun näkökulmasta matkailijoiden kulttuurikokemuksia koskeva kysymysasettelu hyötyisi tarkentamisesta, sillä muut matkailuteemat nousevat vahvemmin vastauksissa.
- c) **Sähköiset matkailijatutkimukset ja alustat.** Useilla alueilla hyödynnetään jo eri tapahtumien ja kohteiden tietoja yhdistäviä kaupallisia palveluja, joihin on mahdollista yhdistää myös esimerkiksi operaattoridataa. Tämänkaltaiset palvelut ovat tulevaisuudessa potentiaalisia työkaluja korvaamaan edellä kuvatut menetelmät. Suurimpana vahvuutena on eri tietolähteiden yhdistäminen kattavaksi kokonaiskuvaksi ja kustannustehokas, osin olemassa olevaan dataan pohjautuva tiedonkeruu. Haasteena on pystyä tunnistamaan ja huomioimaan kaikki kulttuuritarjonta, sillä riskinä on, että vaikutuksia tunnistetaan painottaen kohteita, jotka ovat helpoiten mitattavia, kuten tapahtumia.

Liitteet

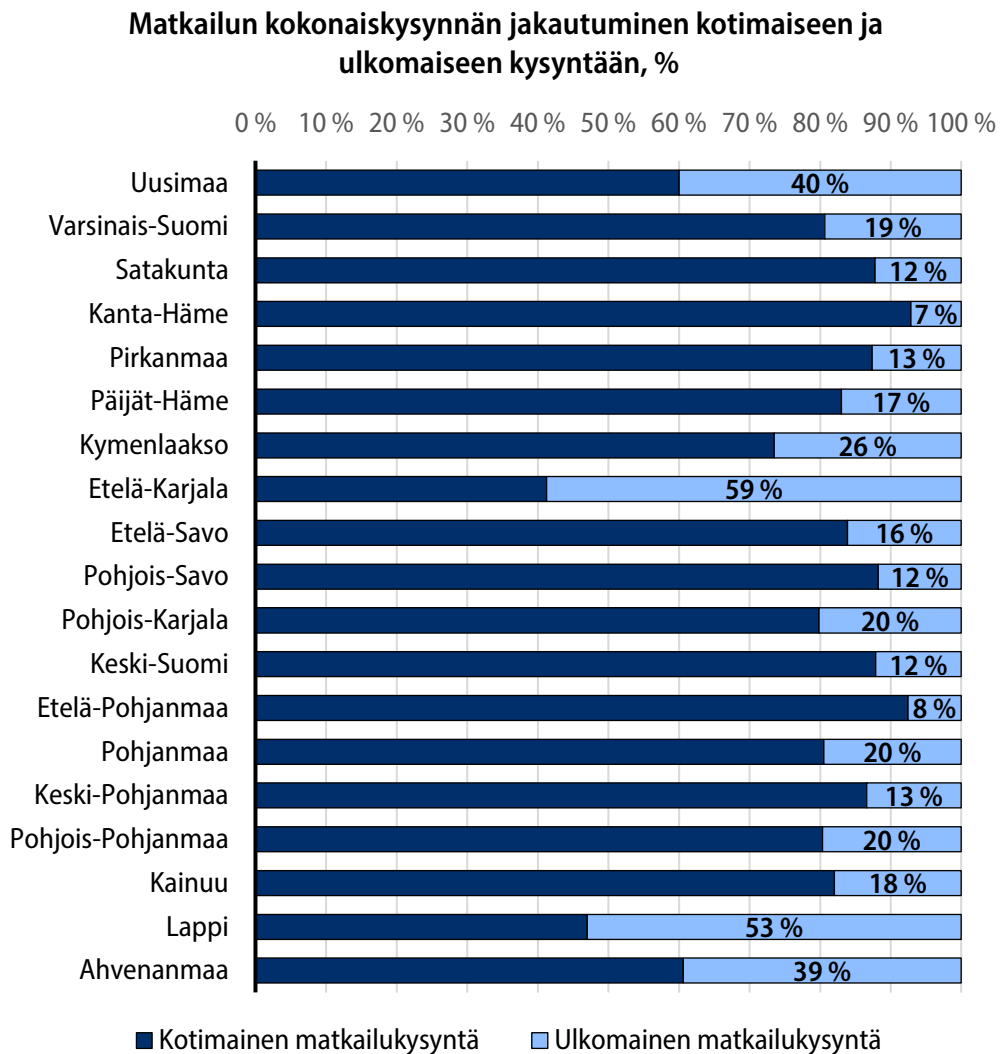
Tilastotarkastelu: Matkailun merkitys alueille

Matkailun kokonaiskysyntä on vuonna 2019 ollut koko maan tasolla 16,3 miljardia euroa. Maakunnittain tämä on vaihdellut Keski-Pohjanmaan 82 miljoonasta Uudenmaan 8,3 miljardiin euroon. Matkailun kokonaiskysyntä painottuu merkittävästi Uudellemaalle. Euromääräisesti matkailun kokonaiskysynnästä matkailuvienti eli ulkomaisten matkailijoiden Suomeen jättämät tulot olivat noin 5,3 miljardia euroa ja kotimaisten 11 miljardia euroa.

Kuvio 1. Matkailun kokonaiskysyntä, lähde: alueellinen matkailutilinpito 2019

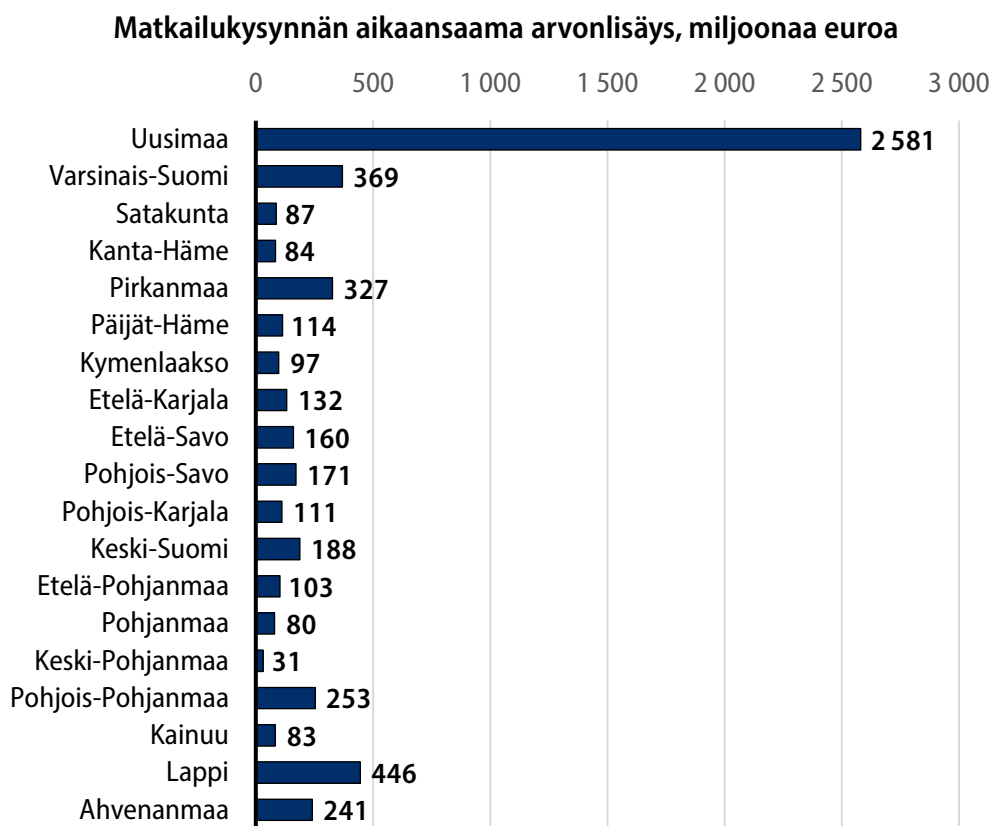


Kuvio 2. Matkailun kokonaiskysynnän jakautuminen, lähde: alueellinen matkailutilinpito 2019



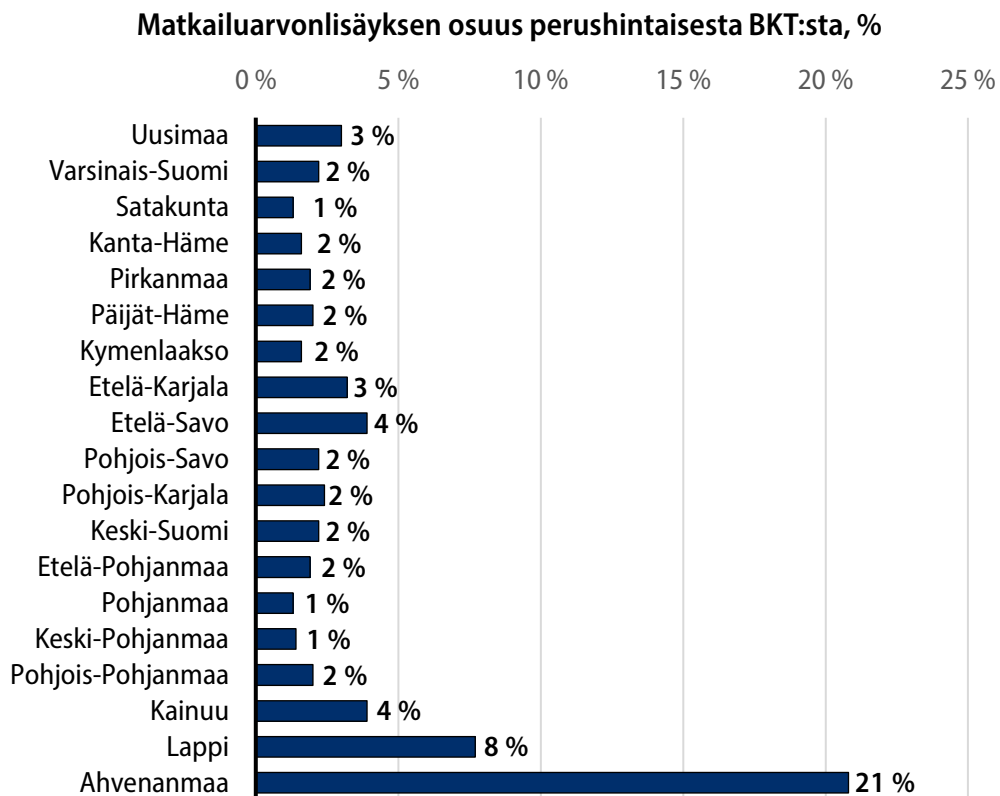
Matkailukysynnän aikaansaama arvonlisäys oli vuonna 2019 koko Suomen tasolla 5,7 miljardia euroa. Maakunnittain arvonlisäys vaihteli Keski-Pohjanmaan 31 miljoonasta Uudenmaan 2,6 miljardiin euroon.

Kuvio 3. Matkailukysynnän aikaansaama arvonlisäys, lähde: alueellinen matkailutilinpito 2019



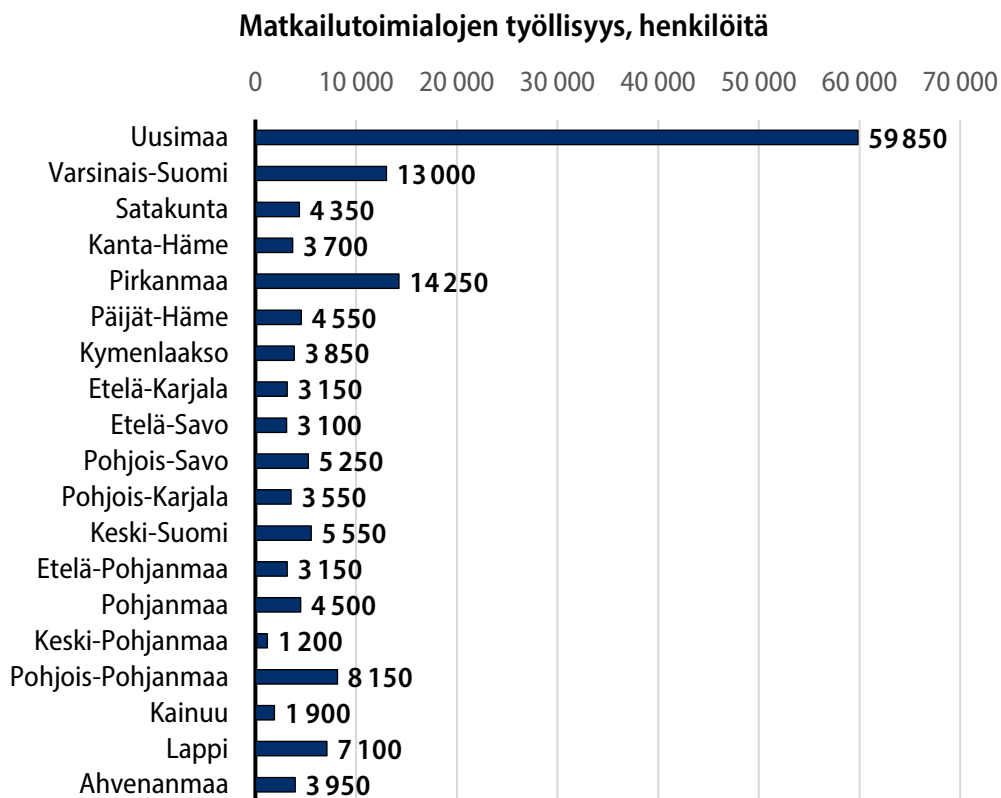
Matkailun osuus BKT:sta oli vuonna 2019 koko Suomen tasolla 2,7 prosenttia. Maakunnittain matkailun osuus vaihteli keskimäärin 1–8 prosentin välillä, joskin Ahvenanmaa teki poikkeuksen 21 prosentin osuudella. Pienin osuus, 1 prosentti, matkailulla on Satakunnassa, Pohjanmaalla ja Keski-Pohjanmaalla. Manner-Suomen maakunnista matkailulla on suurin osuus BKT:stä Lapissa, jossa osuus on 8 prosenttia.

Kuvio 4. Matkailuarvonlisäyksen osuus perushintaisesta BKT:sta, lähde: alueellinen matkailutilinpito 2019



Matkailutoimialojen työllistävyydessä on eroja maakunnittain. Koko maan tasolla matkailutoimialat ovat vuonna 2019 työllistäneet 154 100 henkilöä. Maakunnittain määrä vaihtelee Keski-Pohjanmaan 1 200 henkilöstä Uudenmaan 59 850 henkilöön.

Kuvio 5. Matkailutoimialojen työllisyys, lähde: alueellinen matkailutilinpito 2019



Matkailutyövoiman osuus kaikista työllisistä vastasi koko Suomen tasolla kuutta prosenttia kaikista työllisistä. Maakunnittain matkailutyövoiman osuus kaikista työllisistä vaihtelee keskimäärin 4–9 prosentin välillä, joskin Ahvenanmaa tekee poikkeuksen 22 prosentin osuudella. Osuudeltaan merkittävin työllistävä vaikutus matkailulla on Lapissa, jossa matkailutyövoiman osuus kaikista työllisistä on 9 prosenttia.

Kuvio 6. Matkailutyövoiman osuus kaikista työllisistä, lähde: alueellinen matkailutilinpito 2019



Tilastotarkastelu: Kulttuurin merkitys alueille

Vuonna 2007 kulttuuritoimialan osuus arvonlisäyksestä on vaihdellut maakunnittain Etelä-Karjalan 1,3 prosentista Uudenmaan 4,8 prosenttiin. Viimeisin saatavilla oleva alueellinen tieto kulttuurin osuudesta arvonlisäyksestä on vuodelta 2007. Osuuksia voitaneen pitää kuitenkin suuntaa antavina, sillä koko maan osuus on vuonna 2007 ollut 3,2 prosenttia (vs. 2019 3,1 prosenttia). Vuonna 2007 kulttuuritoimialan osuus arvonlisäyksestä on vaihdellut maakunnittain Etelä-Karjalan 1,3 prosentista Uudenmaan 4,8 prosenttiin.

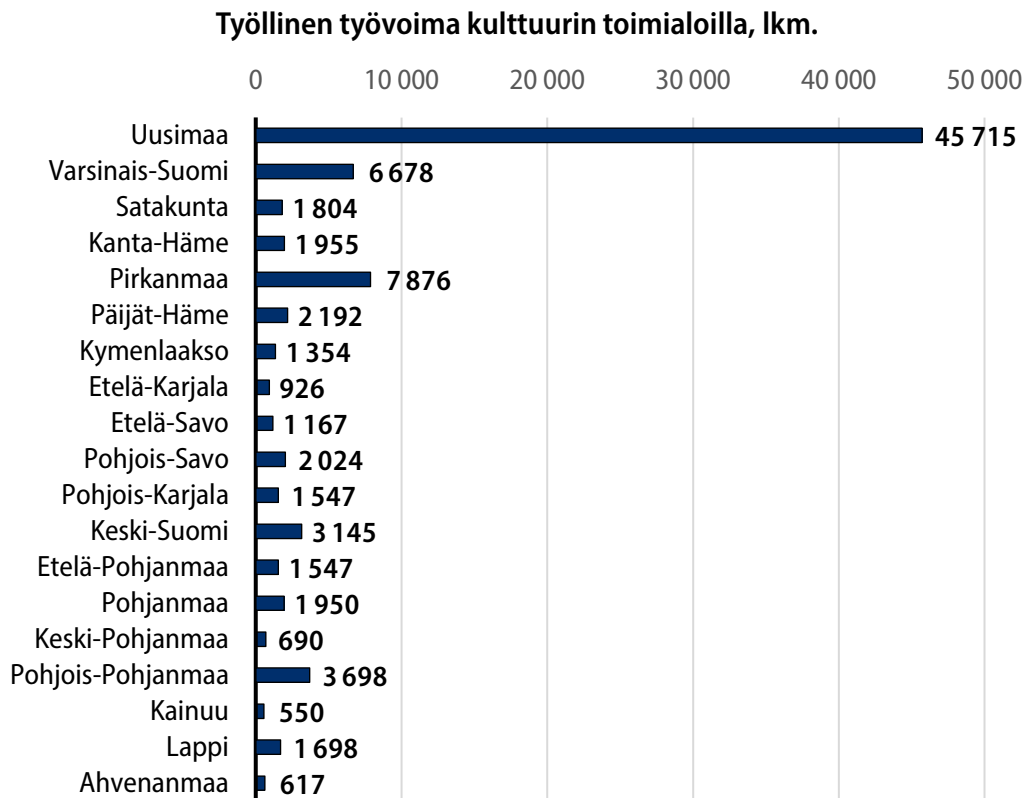
Kuvio 7. Kulttuuritoimialan osuus alueen koko arvonlisäyksestä, lähde: Tilastokeskus 2007



Kulttuuritoimialan osuus työllisistä oli vuonna 2019 3,0 prosenttia. Kulttuurin toimialoilla työllistävimmät alat olivat taiteilija-, näyttämö- ja konserttitoiminta sekä kirjastot, arkistot ja museot ym.

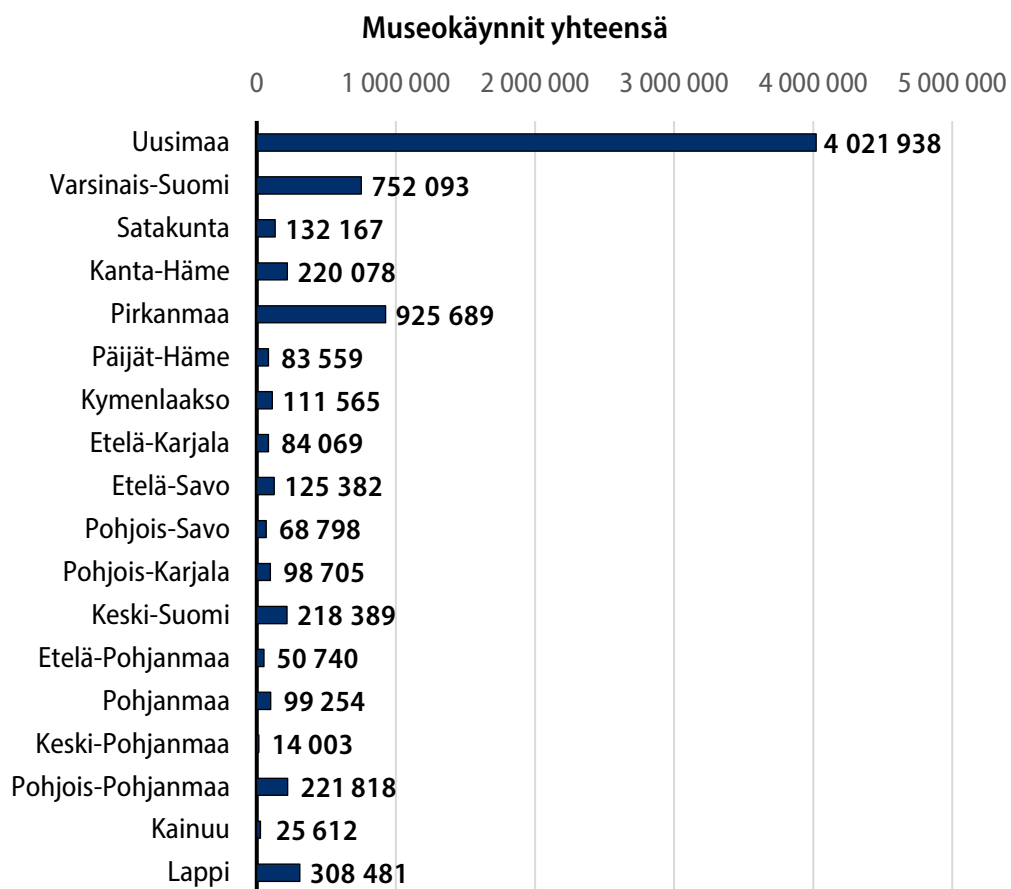
Työllinen työvoima kulttuurin toimialoilla oli vuonna 2019 yhteensä 97 100 henkilöä. Tästä suurin osa, 47 prosenttia (45 715 henkilöä) oli Uudellamaalla. Muiden maakuntien työllinen työvoima vaihteli Keski-Pohjanmaan 690 henkilöstä Pirkanmaan 7 876 henkilöön.

Kuvio 8. Työllinen työvoima kulttuurin toimialoilla, lähde: Tilastokeskus 2019



Kulttuurin osalta aluetietoa löytyy tarkemmin muun muassa eri kohteiden käyntien osalta. Esimerkkinä alle nostettu museokäynnit alueittain. Käynnit vaihtelivat vuonna 2019 Kainuun noin 25 600 käynnistä Uudenmaan reiluun neljän miljoonan käyntiin.

Kuvio 9. Museokäynnit alueittain, lähde: Museotilasto 2019



Kuvio 10. Ulkomaisten käyntien osuus museokäynneistä maakunnittain, lähde: Museotilasto 2019



Lähteet

- Be.CULTOUR. Objectives. <https://becultour.eu>
- Council of Europe. Booklet for Cultural Routes 2023. Booklet for Cultural Routes 2023. <https://rm.coe.int/booklet-for-cultural-routes-eng-2023/1680aa03d0>
- Cupore (2024) Valtion rahoitus taiteelle ja kulttuurille 2019. <https://www.cupore.fi/tiedonvisualisoinnit/valtiorahoitus-taiteelle-ja-kulttuurille-2019/>
- Euroopan komissio. Cultural tourism. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-funding-and-businesses/funded-projects/cultural_en?prefLang=fi
- Holm, P. & Tyynilä, J. (2021) Kulttuurialan kehitys 2010–2019 ja kulttuurialan vaikutus työllisyyteen ja julkiseen talouteen. https://kulttuurijataide.fi/wp-content/uploads/2021/12/Kulttuurialan-kehitys-2010_2019-ja-kulttuurialan-vaikutus-tyollisyyteen-ja-julkiseen-talouteen.pdf
- Kauppila, P. (2016) Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kuusamossa. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B: Raportteja ja selvityksiä 45. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/103974/Kuusamo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kuntaliitto. Kuntien kulttuuritilasto KULTTI. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrl-joiMDZmMTc0OWYtMmFiYy00NDM4LWFIOTItOTJIMjU0MzA5ODYwliwidCI6Im-NIZWZhNjIzLTgyMDUtNDhhMS1iYzZmLTBhNjIxY2IzNzEzMSIsImMiOjI9&pageName=ReportSectionec5bf1da5d99dbcfaee4>
- Kilpeläinen, P., Kostiainen, E. & Laakso, S (2012) Kaupungissa tapahtuu – Tapahtumaklusteri ja tapahtumien vaikutukset Helsingissä. Kaupunkitutkimus TA Oy. https://www.kaupunkitutkimusta.fi/wp-content/uploads/2023/02/tapahtumien_vaikuttavuus.pdf
- Luonila, M., Renko, V., Ruusuvirta, M., Sokka, S., Leppänen, A. & Okker, S. (2024) Oulu2026 – kohti Euroopan kulttuuripääkaupunkivuotta. Cuporen verkkojulkaisuja 77. https://www.cupore.fi/wp-content/uploads/migrated-assets/tiedostot/2024/cupore_oulu2026_lahtotilanne_arviointiin.pdf
- Luonila, M., Ruokolainen, O., Oksanen-Säreä, K., Kurlin Niiniaho, A., Vähäsantanen, S. & Karppinen, A. (2022) Taide- ja kulttuurifestivaalien aluetaloudelliset mekanismit – Alue-talousvaikutusten mittaamisen haasteet ja mahdollisuudet. Cuporen työpapereita 18. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/2022/taide-ja_kulttuurifestivaalien_aluetaloudelliset_mekanismit_cuporen_tyopapereita_18.pdf

- Mikkonen, J., Pesonen, J. & Honkanen, A. (2015) Kulttuurimatkailun vaikuttavuus-
sindikaattorit Esiselvityshankkeen 2013–2015 loppuraportti. Opetus- ja kulttuuri-
ministeriön julkaisuja 2015:20. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75106/okm20.pdf>
- Museokortti (2021) Kyselytutkimus: 95 % vastanneista kokee taiteen ja kulttuuriin tukevan omaa hyvinvointia ja jaksamista. <https://museot.fi/uutiset.php?aid=15713>
- Museovirasto. Museotilasto. <https://www.museotilasto.fi>
- Nurmi, O. (2024) Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2021–2022. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2024:15. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-901-8>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö (2023) Kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartta. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2023:10 <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-931-8>
- Piekkola, H., Suojanen, O., Vainio, A. (2013) Museoiden taloudellinen vaikuttavuus. Vaasan yliopisto. https://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-503-9.pdf
- Taidejakulttuuri.fi. Kulttuuritoimialojen yritysten tunnuslukuja. (Päivitetty 12.12.2023, lähde: Tilastokeskus) <https://www.taidejakulttuuri.fi/statistic/kulttuuritoimialojen-yritysten-tunnuslukuja/>
- TAK Research (2023) Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset Uudellamaalla 2022. <https://uudenmaanliitto.fi/wp-content/uploads/2023/08/Matkailun-tulo-ja-tyollisyysvaikutukset-Uudellamaalla-2022.pdf>
- The Guardian (2010) Turku: European Capital of Culture 2011. <https://www.theguardian.com/travel/2010/nov/27/turku-finland-city-of-culture?gsid=260eb967-93ea-43c9-beb7-630a39c1cf9c>
- THL. TEAvisari. <https://teaviisari.fi/teaviisari/fi/tulokset?view=KUL>
- Timonen, V-P., Rotko, T. & Kauppinen, T. (2022) Kulttuurihyvinvointi – vaikutusten mittaaminen hyvinvoinnin osoittajana. THL Työpaperi 10/2022. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/144105/URN_ISBN_978-952-343-839-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tilastokeskus. Kulttuuri. ISSN=2341-7315. <https://stat.fi/tilasto/klt>
- Tilastokeskus. Kulttuurin satelliittitilinpito. ISSN=2323-959X. <https://www.stat.fi/til/klts/>
- Tilastokeskus. Matkailutilinpito. ISSN=1798-1484. <https://stat.fi/tilasto/matp>
- Turku 2011 -säätio (2012) Euroopan kulttuuripääkaupunki Turku 2011 - Turku 2011 -säätion loppuraportti kulttuuripääkaupunkivuoden toteutumisesta. https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/turku2011_loppuraportti.pdf
- Veijola, S. & Kyyrö, K. (toim.) (2020) Kestävän matkailun monitieteiset mittarit kulttuuriympäristöissä. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2020:26. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-934-9>

Visit Finland. (2022) Kestävän matkailun tila 2022. <https://www.visitfinland.fi/498840/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/kestavan-matkailun-tila-2022.pdf>

Visit Finland. Kestävän matkailun puolesta. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>

Visit Finland. Matkailijamittari. <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/matkailijamittari>

OPETUS- JA
KULTTUURIMINISTERIÖ

Meritullinkatu 10
PL 29, 00023 Valtioneuvosto
p. 0295 16001
okm.fi

ISSN 1799-0351 PDF
ISBN 978-952-415-054-5 PDF