



Visit Finland

Kuhmo 14.11.2014

Culture Finland -katto-ohjelma, Susanna Markkola

Kansainvälisten kulttuurimatkailumarkkinoiden ja kumppanuuksien mahdollisuudet



Moderni humanisti

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



Matkustamisen motiivit Mieltymykset

Matkailun päämotiivit

Halu päästä keskelle itselle erilaista kulttuuri- tai luonnonympäristöä, jossa parhaimmillaan toteutuu kolme asiaa:

Pääsee konkreettisesti **irti arjesta**

Pääsee aidosti **oppimaan/ymmärtämään** paikallisten ihmisten kautta jotain uutta vieraasta kulttuurista ja elämäntavasta

Saa aidon kohtaamisen seurauksena kokea **elämyksiä**

Tärkein yksittäinen elementti hyvälle lomalle on kauniit maisemat!



Matkan järjestelyt

- Tärkeää päästä **itse ”käsin poimimaan”** ne asiat, joista mieluisa lomamatka koostuu
- Haluavat **itse päättää**, milloin mitäkin tekevät
- **Mahdollisuus spontaaneihin muutoksiin** matkalla olon aikana tärkeää
- Itse räätälöidyllä matkalla on helpompi päästä aidolla tavalla kosketuksiin paikallisen kulttuurin ja ihmisten kanssa
- Itsenäinen matkanjärjestely koetaan jo olennaiseksi osaksi matkakokemuksen kokonaisuutta

*“I prefer a **flexible arrangement organized by myself**. This way I can ensure everything from flights/hotels/travel plans are **exactly as I want and to the standard I require.**”*

*“I do very much want to do things my own way when on holiday and **don’t like being ‘herded around’ in a pack**, with no ability for individual likes, dislikes and requirements.”*

Mitä haluaisi kokea Suomessa?



*“Being in this country
might change your relation to time and space.”*

Mikä Suomessa on mielenkiintoisinta?

- Villi luonto (myös eläimet)
- Tyhjiys, tila, rauha/yksinäisyys
- Lappi
- Revontulet
- Korostunut eksotiikka, erilaisuus suhteessa omaan maahan, kulttuuriin ja luonnonympäristöön
- Mahdollisuus löytää jotain koskematonta ja sellaista, mitä muut eivät vielä ole löytäneet

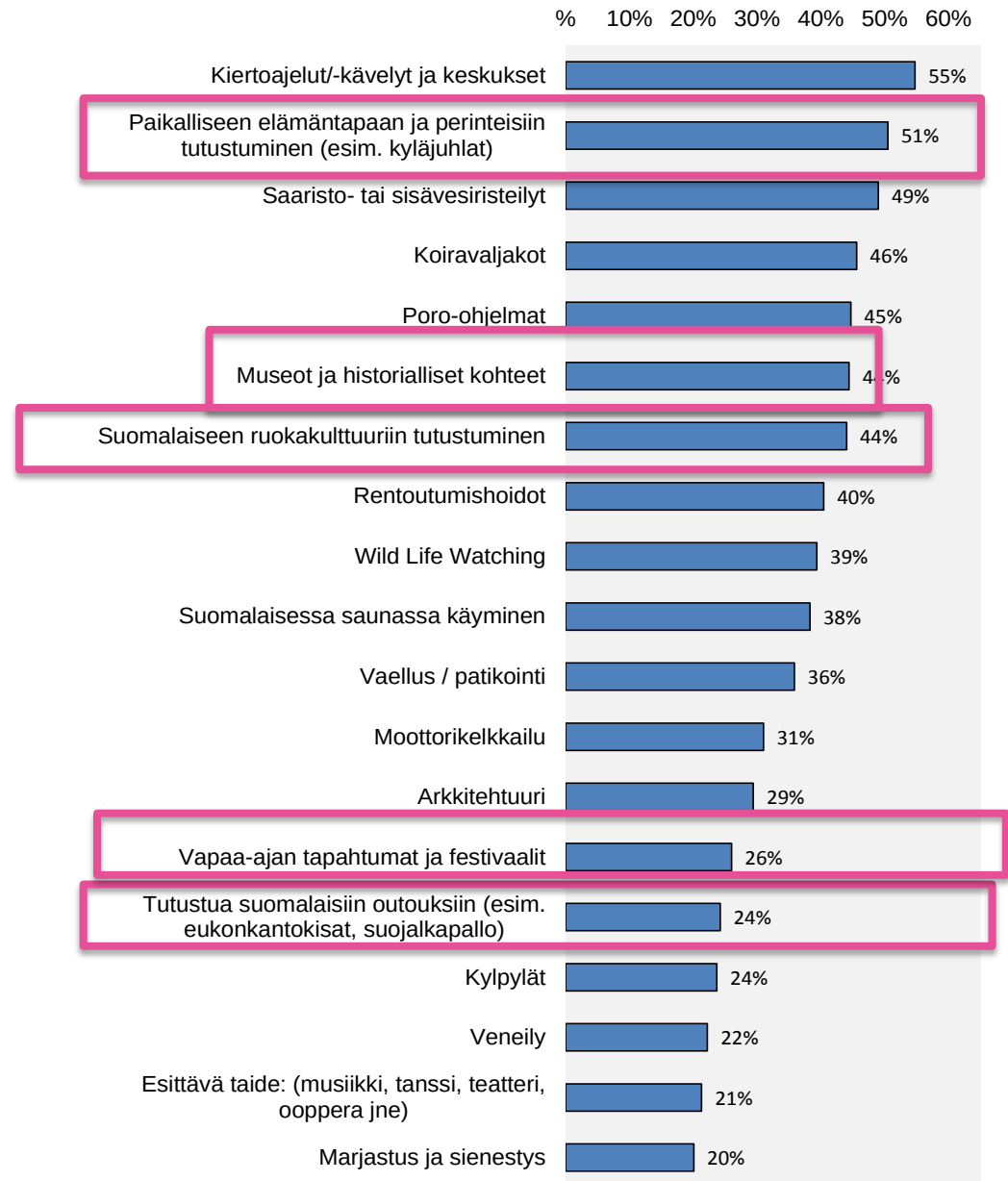
SUOMESTA TOIVOTUT KOKEMUKSET JA ELÄMYKSET 1/2 (% Suomesta kiinnostuneista)

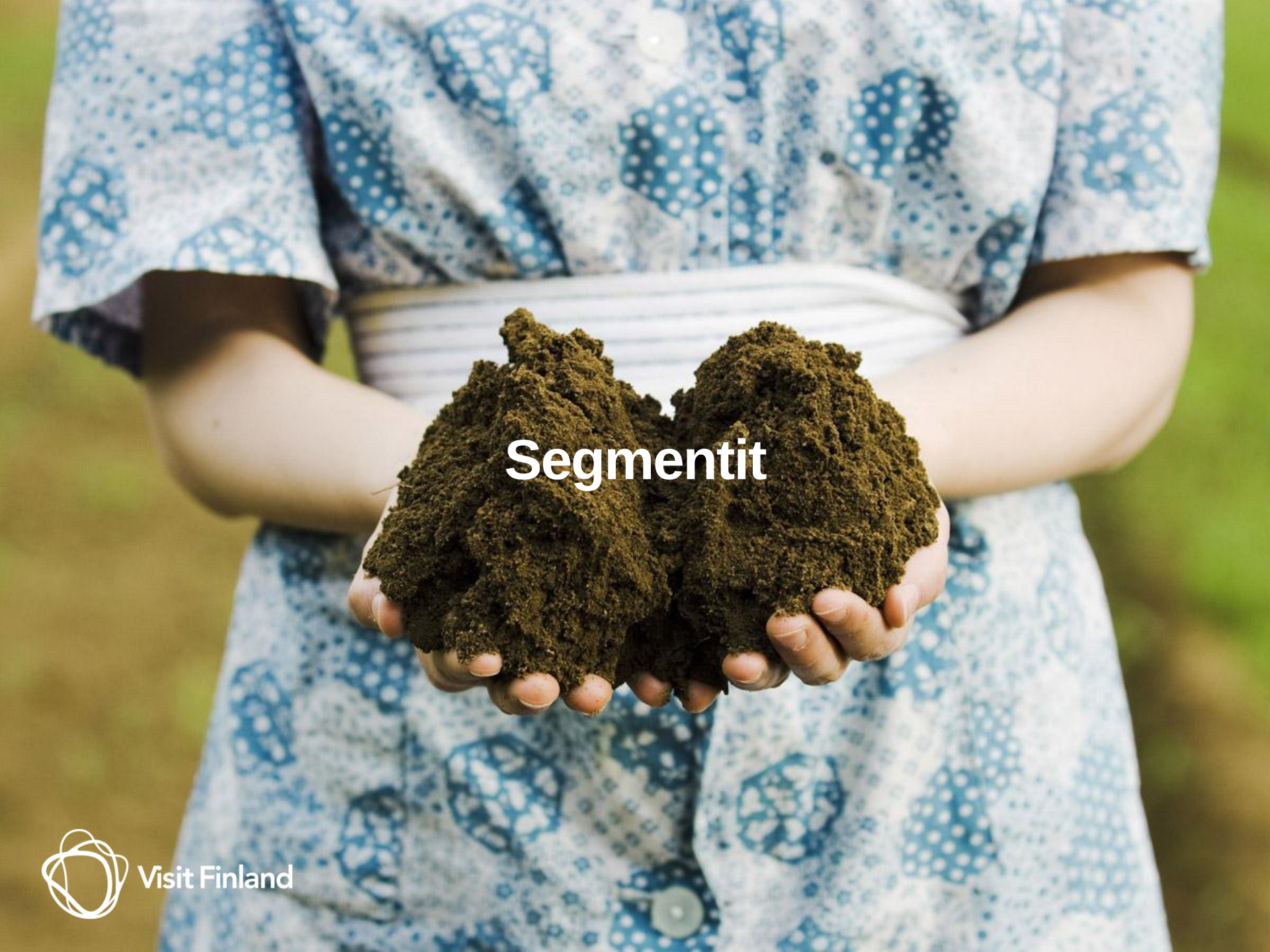
Kokemukset & elämykset



Aktiviteetit, joita haluttaisiin kokeilla Suomessa

Modernille humanistille riittävät
”perinteiset” ja tavalliset
turistiaktiviteetit



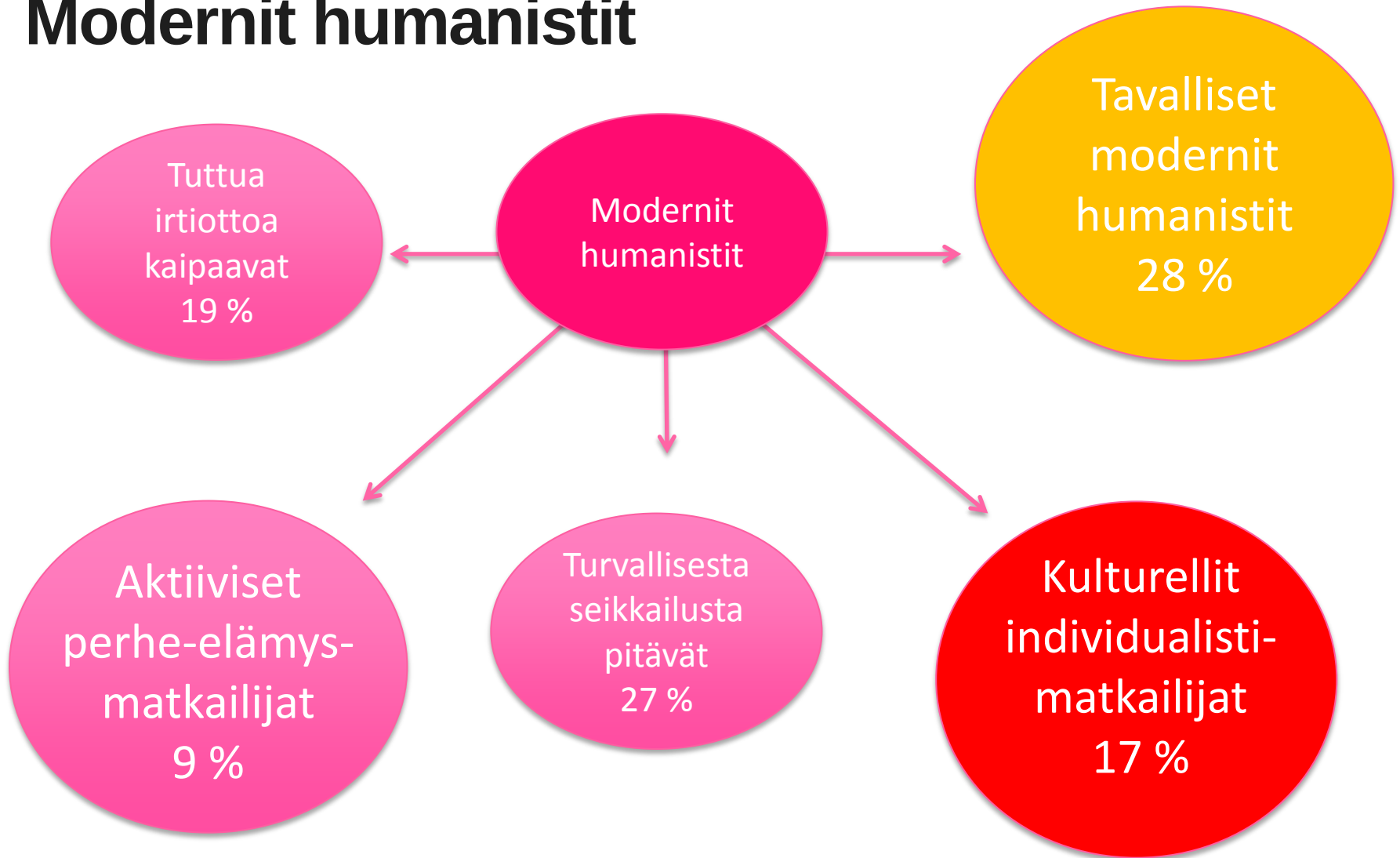
A person wearing a blue and white patterned dress is holding two large, dark brown clumps of soil in their hands. The soil is moist and crumbly. The background is a soft-focus green field.

Segmentit



Visit Finland

Modernit humanistit



Aktiiviset perhe-elämysmatkailijat 9 % (8,1 milj.)

DEMOGRAFIA

39 % asuu puolison ja lasten kanssa

Yliopistotason tutkinto joka toisella

Johtavassa asemassa olevia

Tulevat toimeen erinomaisesti tai melko mukavasti

Miehiä 53%

Nuoret, erit 31-35 v., 41-45 v.

Matkustavat yksin, puolison, perheen ja sukulaisten kanssa.

MAAJAKAUMA

Saksa 18 %

Iso-Britannia 22 %

Ranska 12 %

Espanja 19 %

Italia 28 %

Hollanti 3 %



Aktiiviset perhe-elämysmatkailijat 9 % (8,1 milj.)

LOMAMOTIIVIT

- Suhtautuvat avoimin mielin **kaikkiin uusiin elämyksiin**
- edellyttävät matkakohteelta **kulttuurista mielenkiintoisuutta**
- ajattelevat, että lomailun täytyy ennen kaikkea olla **vaivatonta ja helppoa**
- korostavat **aktiivisuutta ja vastuullisuutta** (vaativia asiakkaita)
- hakevat vinkkejä ja tietoa kohteesta **”sähköisesti”**
- pitävät lomaa **mukavana seikkailuna ja irtiottona arjesta**
- näkevät **etukäteen vaivaa** matkansa takia, kiinnittävät **huomiota palvelun laatuun**
- pitävät siitä, että pääsevät matkallaan **kontaktiin** muiden kanssa
- pitävät **luontoa ja liikkumista** tärkeinä

KIINNOSTUS SUOMEEN

- ovat **kiinnostuneita Suomesta** huomattavan paljon
- ajattelevat, että **matka Suomeen** voisi hyvin toteutua
- Joka viides käynyt Skandinaviassa/ Baltian maissa

Kulturellit individualistimatkailijat **17 %** (15,3 milj.)

DEMOGRAFIA

41% asuu kaksin puolison kanssa

Yrittäjiä/ itsenäisiä ammattinharjoittajia

43% asuu suuressa kaupungissa

Joka viides kokee tulevansa erinomaisesti toimeen.

Miehiä 55%

46 vuotta täyttäneitä

Matkustavat yksin tai puolison kanssa

**MAAJAKAUMA**

Saksa 21 %

Iso-Britannia 21 %

Ranska 11 %

Espanja 12 %

Italia 31 %

Hollanti 4 %

Kulturellit individualistimatkailijat 17% (15,3 milj.)

LOMAMOTIIVIT (Erit. kaupunkiloma, kulttuuriloma ja aktiiviloma):

- edellyttävät kohteelta **kulttuurista mielenkiintoisuutta**
- kannattavat **aktiivisuuden ja vastuullisuuden** yhdistämistä lomaan
- välttelevät **massamatkailua**,
- ovat keskimääräistä kiinnostuneempia **paikallisesta kulttuurista ja elämästä**
- laaja-alaisesti kiinnostuneita **historiasta ja ruokakulttuurista**
- Seuraaminen, **oppiminen ja vuorovaikutus** paikallisten kanssa on matkan suola
- eivät sijoita **luontoa ja liikkumista** oman toivelistansa kärkeen

KIINNOSTUS SUOMEEN:

- ajatusmaailmaltaan huomattavan painottuneita **moderniin humanismiin**,
- ovat huomattavan paljon **kiinnostuneita Suomesta** (77%, joista 43% erittäin kiinnostuneita),
- ajattelevat, että **matka Suomeen** voisi hyvin toteutua (42%, joista 19% hyvin tod.näk.)
- Joka viides käynyt Skandinaviassa/ Baltian maissa

Tavalliset modernit humanistid **28 %** (25,2 milj.)

DEMOGRAFIA

Alle 40-vuotiaita

Matkustavat yksin, puolison tai
perheen kanssa

MAAJAKAUMA

Saksa 24 %

Iso-Britannia 16 %

Ranska 14 %

Espanja 17 %

Italia 23 %

Hollanti 6 %



Tavalliset modernit humanistit 28 % (25,2 milj.)

LOMAMOTIIVIT (Tekee toiseksi eniten lomamatkoja)

- pitävät **aktiivisesta ja vastuullisesta** lomasta
- haluavat päästä **luontoon ja liikkumaan**
- Kiinnostuneita **hiljaisuuden** kokemisesta ja **erämaan** rauhasta
- eivät erityisemmin etsi lomasta **irtiottoa arkeen**, mutta pientä seikkailua tuntemattomaan
- Hakevat itselleen **uudenlaisia kohteita** ja matkustavat harvoin samoihin paikkoihin
- Käyttävät hyväkseen matkatarjouksia, mutta kohteen **hintatasolla** ei ole ratkaisevaa merkitystä

KIINNOSTUS SUOMEEN

- ovat keskimääräisiä moderneja humanisteja
- Ovat **huomattavan kiinnostuneita Suomesta** (77 %, joista 36 % erittäin kiinnostuneita)
- Eivät pidä **matkaa Suomeen** aivan yhtä **todennäköisenä** kuin edelliset kohderyhmät (38 %, joista 10 % hyvin tod.näköisenä)
- Joka kymmenes käynyt Skandinaviassa/ Baltian maissa

Kumppanuuksien mahdollisuudet



Y
H
T
E
I
S
T
Y
Ö



V
E
R
K
O
S
T
O
T

Culture Finland –verkostotiimimalli

