

Museokävijä 2011

Eeva-Liisa Taivassalo
Kimmo Levä

Suomen museoliitto ry
2012



SUOMEN MUSEOLIITTO
FINLANDS MUSEIFÖRBUND
FINNISH MUSEUMS ASSOCIATION

Sisällysluettelo

- 4 ESIPUHE
- 5 TIIVISTELMÄ
- 6 MUSEOKÄVIJÄ
Miksi museoissa käydään?
ARS 11-näyttely ja Kiasman kävijäkokemukset
Kyllä-kävijä
Ei-kävijä
- 10 KÄVIJÄMÄÄRÄT
Kokonaiskävijämäärän kehitys pysähtynyt
Suomalaiset Pohjoismaiden passiivisimpia
museokävijöitä
Tanskalaisten ja suomalaisten kävijöiden profiileissa
ja motivaatioissa ei ole eroa
- 12 KÄVIJÄTUTKIMUS 2011
Tutkimuksen kohdejoukko
Profiili
Mistä museosta saadaan tietoa?
Miksi museoissa käydään?
Odotukset
Maksuhalukkuus
Käyntitiheys
- 15 ULKOMAISET KÄVIJÄT
Profiili
Odotukset
Maksuhalukkuus
Käyntitiheys
- 16 TAIDEMUSEOIDEN KÄVIJÄT
Profiili
Odotukset
Käyntitiheys
Maksuhalukkuus
- 17 LUONNONTIETEELLISTEN MUSEOIDEN
JA HEUREKAN KÄVIJÄT
Profiili
Odotukset
Käyntitiheys
Maksuhalukkuus
- 19 ERIKOISMUSEOIDEN KÄVIJÄT
Profiili
Odotukset
Käyntitiheys
Maksuhalukkuus
- 20 KULTTUURIHISTORIALLISTEN
MUSEOIDEN KÄVIJÄT
- 21 SUOSITUIMPIEN MUSEOIDEN KÄVIJÄT
Odotukset
Museorakennus vaikuttaa museokokemukseen
- 23 MIKÄ ON MUUTTUNUT – ONKO MIKÄÄN?
Muutoksia edelliseen tutkimukseen
Museot ovat muuttuneet – kävijät ja
kävijäodotukset eivät
- 26 MITÄ PITÄISI TEHDÄ?
- 27 LÄHDEKIRJALLISUUS
- 28 LIITTEET
Liite 1: Tutkimukseen osallistuneet museot
Liite 2: Kävijätutkimus 2011 suorat jakaumat
Liite 3: Kävijätutkimus 2011 kyselylomake
- 34 RIKSOMFATTANDE
BESÖKARUNDERSÖKNING 2011
- 35 NATIONAL VISITOR SURVEY 2011

Esipuhe

SUOMEN MUSEOLIITTO on tutkinut museoiden kävijöitä järjestelmällisesti vuodesta 1982 lähtien, viimeksi vuonna 2002. Vuonna 2011 toteutettu tutkimus oli tässä perinteessä neljäs ja yksi perusteellisimmista. Tutkimukseen osallistui yhteensä yli 12 000 museokävijää kaikista museoryhmistä. Tämän lisäksi tutkittiin ei-kävijöiden mielikuvia museopalveluista internetin kautta. Näitä tutkimuksia tukevia selvityksiä tehtiin maksuhalukkuuden osalta Helsingin kirjamessujen yhteydessä ja viestinnän osalta sähköisen kyselyn kautta. Tutkimuksen raportointivaiheessa hankittiin taustamateriaaleiksi tietoja muista kävijätutkimuksista.

Vaikka tavoitteena ei ollut tieteellisesti aukoton tutkimus, saadut tulokset ja esiin nousseet kysymykset ovat erittäin käyttökelpoisia museoiden yleisötyön edelleen kehittämiseksi.

Museokävijä 2011 – tutkimuksesta ja siihen liittyvien selvitysten toteuttamisesta on vastannut Suomen museoliiton projektisuunnittelija, FM Eeva-Liisa Tai-

vassalo. Rahoituksen osalta tutkimuksen tekemisen on mahdollistanut Opetus- ja kulttuuriministeriön hankeavustukset. Keskeinen osa tutkimuksen onnistumista oli luonnollisesti myös Suomen museoliiton jäsenmuseoiden sitoutuminen hankkeeseen liittämällä tutkimusmateriaalin kerääminen osaksi vuoden 2011 kesän ja syksyn ohjelmaa.

Kiitos kaikille tutkimukseen osallistuneille ja sen valmistumiseen myötävaikuttaneille. Uskon, että saadut tulokset antavat kaikille museoiden yleisötyön ja matkailijapalveluiden kehittäjille tietoa ja apua arvioida, mitä seuraavaksi olisi tehtävä.

HELSINGISSÄ 14.6.2012

Kimmo Levä

Pääsihteeri

Suomen museoliitto

Tiivistelmä

SUOMESSA ON 158 ammatillista museota, joista Kulttuurihistoriallisia museoita on 50 %, erikoismuseoita 27 %, taidemuseoita 17 % luonnontieteellisiä museoita 4 % ja yhdistelmä-museoita 3 %.

Suomen museoiden kokonaiskävijämäärä on pysynyt samalla tasolla viimeiset kymmenen vuotta eli vajaassa 5 miljoonassa. Kokonaiskävijämäärän kasvun pysähtymiseen on vaikea löytää yksittäistä selitystä. Alan tekemät toimenpiteet pitäisi päinvastoin näkyä kävijämäärän nousuna.

Tarjontaa on enemmän, sillä kymmenessä vuodessa museokohteiden määrä on lisääntynyt 27:llä. Museoihin menemisen kynnyksestä on mataloitettu huomattavasti tarjoamalla entistä useammalle kävijälle mahdollisuus ilmaiseen sisäänkäyntiin. Vuosikymmenen aikana ilmaisten kävijöiden osuus museovieraista on noussut 18 % ollen vuonna 2010 jo yli puolet kaikista kävijöistä. Ulkomaalaisten kävijöiden osuus kokonaismäärästä on 12 %, joista suurin kansallisuusryhmä ovat venäläiset.

Vuoden 2011 kävijätutkimus tehtiin viikoilla 31 (1.–7.8.2011) ja 42 (17.–23.10.2011). Tutkimuslomakkeita palautettiin yhteensä 12 632. Elokuun tutkimusviikolta lomakkeita palautti 139 museota ja lokakuussa 132.

Tutkimusotoksen perusteella tyypillinen museo-kävijä on nainen, joka asuu Etelä-Suomessa. Hän on ylempi toimihenkilö, jolla on korkeakoulututkinto.

Hän on 46–65-vuotias ja käy museossa 1–5 kertaa vuoden aikana ollessaan loma- tai vapaa-ajan matkalla perheen tai ystävän kanssa.

Museo, jossa hän vierailee, on yleisesti tunnettu. Kiinnostus museokäyntiin johtuu museon aihepiiristä ja näyttelystä. Hän odottaa vierailultaan elämystä, tietoa ja viihtymistä ja vierailee museossa perheenjäsenten ja ystävien seurassa.

Tyypillinen kävijä on tyytyväinen museovierailuunsa, josta hän haluaa maksaa reilut 5 euroa. Näyttelyt ovat kiinnostavia ja palvelu pelaa. Erityisen tyytyväinen hän on saamaansa tiedon määrään. Täydellinen museovierailu olisi, jos esineitä saisi koskea ja elämystä rakennettaisiin vielä enemmän interaktiivisilla menetelmillä. Sisältöjakin tyytyväisempi kävijä on museon asiakaspalveluun.

Hän lupaa tulla yli 90 %:in todennäköisyydellä museoon uudelleen ja hän suosittelee museota kaikille tuttavilleen.

Museoryhmistä tyypillisen museokävijän kuvaus vastaa parhaiten taide- ja kulttuurihistoriallisen museon asiakkaita. Luonnontieteellisissä museoissa kävijäkunta on nuorempaa painottuen lapsiperheisiin ja erikoismuseoissa korostuu mieskävijöiden suuri osuus.

Museokävijä

Miksi museoissa käydään?

AMERIKKALAINEN PROFESSORI John Falk on tutkinut useita vuosia museokävijöitä ja heidän käyntimotivaatioita. Vuonna 2009 julkaisemassaan tutkimuksessa ”Identity and the museum visitor experience” hän ryhmittelee kävijät motivaation näkökulmasta tutkimusmatkailijoiksi, mahdollistajiksi, kokemusten etsijöiksi, ammattilaisiksi ja harrastajiksi sekä rentoutujiksi.

Tutkimusmatkailijat (*Explorer*) haluavat ennen kaikkea tyydyttää uteliaisuuttaan. He arvostavat oppimista ja ovat kiinnostuneita sisällöistä. Tutkimusmatkailija vierailee usein museossa. He myös käyttävät museon muita palveluita kuten kahvilan, ravintolan tai museokaupan.

Poimintoja Museokävijä 2011 -tutkimuksen avovastauksista, jotka kuvastivat tutkimusmatkailijan motivaatioita ja toiveita museokäynniltä:

- kiinnostuksesta, mielenkiinnosta museota ja aihetta kohtaan
- tutkimuksen teko
- uuteen kohteeseen tutustuminen
- to understand more of Finnish history

Mahdollistajat (*Facilitator*) tulevat museoon lähinnä seurustelemaan ja tarjoamaan ystäville ja perheenjäsenille kokemuksia. Esimerkkinä mahdollistajasta on henkilö, joka tulee museoon lapsen vuoksi tarjotakseen oppimiskokemuksen tai ne, jotka ovat museossa, koska puoliso tai ystävä toivoi.

Museokävijä 2011 -tutkimuksen vastauksissa mahdollistajat kuvasivat vierailunsa syyksi:

- lapsi ehdotti ideaa, lapsenlapsi halusi tuoda minut
- vaihto-oppilas halusi käydä
- vaimo toi
- ystävä halusi esitellä
- isännöin saksalaisia vieraita

Kokemusten etsijät (*Experience seeker*) käyvät museoissa, koska tietty näyttely ”kuuluu nähdä”. Kokemusten etsijät ovat usein turisteja, jotka käyvät merkittävässä museoissa. Kokemusten etsijöitä houkuttelee ajatus, että tämä museokäynti tulee tehdä ai-

nakin kerran elämässä. Heille on myös tärkeää nähdä kuuluisimmat ja merkittävimmät teokset tai esineet.

Kokemuksen etsijät kuvasivat tässä tutkimuksessa syinä museovierailuun:

- kuuluu yleissivistykseen
- pitkäaikainen haave
- Haavoittunut enkeli –taideteos, nykyaiteen huippuja
- hopeakäädyt

Ammattilaiset ja harrastajat (*Professional/Hobbyist*) ovat kriittisimpiä kävijöitä. He tarkastelevat, miten näyttely on ripustettu tai seinätekstit kirjoitettu. He eivät ole museossa seurustellakseen vaan tiettyä tarkoitusta ja tavoitetta varten.

Ammattilaiset ja harrastajat kuvasivat käyntimotivaatioitaan ja -kokemuksiaan museosta:

- työ
- olen kuvataiteilija ja sitä kautta kiinnostus
- I am an art teacher trainee,
- I am an architect
- kanner en av konstnärerna
- paremmat opasteet näyttelyyn, kiertosuunta
- osa teksteistä oli huonossa valossa
- lack of corresponding info in respective norms with
- the museum lacks dynamic presentation

Rentoutujille (*Recharger*) museo on rauhoittumisen ja rentoutumisen paikka. Museo on paikka, jossa voi paa- ta kiireistä arkea. Museot ovat heille myös inspiraation lähteitä. Rentoutujille museot ovat kauniita ja rauhallisia paikkoja ja he ovat usein enemmän kiinnostuneita museotiloista ja ympäristöstä kuin vain näyttelyistä.

Rentoutujat kuvasivat syytään museokäyntiin:

- esteettinen kokemus, nautiskelua
- ihana talo, upeat kaakeliuunit, talon tuoksu ja puurakenteet
- historiallinen rakennus, kaunis ympäristö
- excellent location
- lake
- the atmosphere is fantastic



ARS 11 Nykytaiteen museo Kiasmassa 15.4.–27.11.2011
El Anatsui
Nimetön, 2011
installaatio, alumiini ja kuparilanka

ARS 11-näyttely ja Kiasman kävijäkokemukset

ANU NIEMELÄ selvitti syventävässä kävijätutkimuksessaan vuonna 2011 satunnaisten vieraiden käyntikokemuksia ja –motivaatioita Nykytaiteen museo Kiasman ARS 11-näyttelyssä. Haastattelututkimuksella tarkasteltiin kävijöiden spontaaneja kertomuksia ja subjektiivisia kokemuksia. Tutkimuksen viitekehystenä hän käytti John Falkin esittelemää ryhmitystä.

ARS 11 -näyttelykäynnistä haastatetuille ja myöhemmin sähköpostitse tavoitetuille kävijöille mieleen jääneinä yksittäisinä asioina mainittiin mm.

- kultainen Fallos
- shokeeraavien teosten puuttuminen
- museon arkkitehtuuri
- rakennus
- installaatiot ja nahkojen käyttö
- esitystilan punaiset seinät
- hevospatsas
- Ruanda-näyttely
- Angola24 film
- exhibition installat
- the artwork at the entrance
- the modified photos

Usealle tutkimukseen osallistuneelle oli mieleen jäänyt haastattelutilanne, joka vahvisti museokokemusta. Niemelä toteaaakin, että

monelle kävijälle oli tärkeää jakaa museokokemus. Lähes kaikki kyselyyn vastanneista olivat keskustelleet käynnistään jälkeensä tuttaviansa kanssa. Käyntiä oli keuhuttu ja oli suositeltu myös tuttavaa vierailemaan ARS 11 -näyttelyssä. Museokokemuksen jakamisen merkitys korostui ja tämä näkyi myös siinä, että neljännos vastaajista oli saanut tietoa museosta tuttaviltaan.

Kiasman osalta museorakennuksella on museokäynnin synnä edelleen huomattava merkitys. Suurin osa haastattelututkimukseen osallistuneista oli tullut ennen kaikkea katsomaan Nykytaiteen museo Kiasmaa. Heille oleellisia eivät olleet näyttelyt vaan tärkeämpänä motiivina saattoi olla nähdä Kiasma sisältäpäin.

Kyllä-kävijä

SUOMEN MUSEOLIITTO tutki museokävijöitä viimeksi vuonna 2002. Sen perusteella tyyppillinen suomalainen museokävijä on 25-44-vuotias. Hän on kotoisin pääkaupunkiseudulta ja käy museossa perheen seurassa ollessaan loma- tai vapaa-ajan matkalla yli 150 kilometrin päästä kotoaan. Hän on korkeakoulututkinnon suorittanut ja työskentelee ylempänä toimihenkilönä.

Museoissa vierailaan aihepiirin ja näyttelyn vuoksi. Museoihin tullaan viihtymään ja monelle museovierailut ovat harrastus. Museoikännistä saadaan ensisijassa tietoa, elämyksiä ja viihtymistä. Museoikänniltä toivottaan lisää esineiden koskettelumahdollisuutta ja tietoa näyttelyn aiheesta.

Kokonaisuudessaan museoita pidetään mielenkiintoisina ja opettavina. Museoiden palveluihin ollaan erittäin tyytyväisiä ja erityisen tyytyväisiä ollaan museoiden henkilökunnan palveluasenteeseen. Yli 90 % museokävijöistä on valmis suosittelemaan museota tuttavalleen. Pääsymaksua pidetään sopivana tarjontaan nähden.

Suomalaiset tekevät asukasta kohden 0,9 museoikäyntiä vuodessa. Kanta-asiakkuudet ovat harvinaisia, sillä 70 % kävijöistä vierailee kohdemuseossa vain kerran vuoden aikana. Kanta-asiakkain luettavien eli viisi kertaa tai enemmän samassa museossa vierailneiden osuus on 5 % kokonaiskävijämäärästä. Eniten tämän määritelmän mukaisia kanta-asiakkaita on taide- ja paikallismuseoilla.

Vuoden 2002 tutkimuksen osana ollut nuorille, 16-20-vuotiaille, suunnattu tekstiviestikysely osoitti, että nuoria museoissa kiinnosti eniten taide ja vähiten jokin erikoisala. Tärkein tietolähde museoista oli tuttavat. Kolmasosa nuorista ilmoitti käyvänsä museoissa. Eräänä syynä käymättömyyteen oli kiinnostuksen puute. Kolmasosa nuorista ei tuntenut museoita eikä niiden tarjontaa.

Ei-kävijä

KANSALISESTI JA KANSAINVÄLISESTI on viime vuosina kiinnitetty lisääntyvää huomiota myös niihin, jotka eivät ole vierailleet museoissa. Näissä ns. ei-kävijätutkimuksilla, jotka tehdään muussa yhteydessä kuin osana museovierailua, on pyritty selvittämään näkemyksiä museoiden merkityksestä sekä löytämään mahdollisia syitä, miksi museoissa ei vieraila.

Vuonna 2008 Hollannissa julkaistussa artikkelissa *The Economic of Museums* ei-kävijöiden todettiin arvostavan museoita:

1. optioarvon vuoksi (museoita pidetään tärkeänä, jotta voitaisiin joskus myöhemmin siellä vierailla)
2. olemassaoloarvon vuoksi (museot ovat tärkeitä sinällään, itseisarvoisesti)
3. perintöarvon vuoksi (museot tärkeitä, että tiedämme jonkin osan ajastamme säilyvän tulevaisuuteen ja jälkeläisemme voivat tähän tutustua)
4. julkisuus-/imagoarvon vuoksi (museoita pidetään tärkeinä instituutioina joka puolella maailmaa)
5. koulutusarvon vuoksi (museot välittävät tietoa sukupolvilta toiselle)

Hollannin museoliitto puolestaan julkaisi vuonna 2011 ei-kävijähaastatteluihin perustuvan tutkimusraportin *The Social Significance of Museums – More than worth it*, jossa museoiden tärkeys määrittyi erityisesti kokoelma-, yhteisö-, koulutus- ja elämys- ja taloudellisen arvon kautta. Aikaisempaan verrattuna uutta oli kokoelmatyön arvon nousu sekä museoiden nostaminen merkittäväksi tekijäksi myös talouden näkökulmasta.

Suomessa tehdyt ei-kävijätutkimukset antavat saman suuntaisia tuloksia. Vuonna 2002 kävijätutkimuksen yhteydessä tutkittiin niitä, jotka eivät olleet käyneet museoissa viimeisimmän 12 kuukauden aikana. Selvityksessä ilmeni sekä museoissa vierailleet että ne, jotka eivät olleet vierailleet katsoivat museoiden olevan tärkeitä sinällään ja kaikelle kansalle tarkoitettuja toimijoita. Museoiden arvossa oli noussut erityisesti niiden tehtävä kulttuuriperinteen säilyttäjinä. Yksittäisistä tehtävistä tärkeimmäksi nousi opastus ja museopedagogia.

Vuoden 2011 kävijätutkimukseen liitettiin myös ei-kävijäosuus. Se tehtiin verkkohaastattelumenetelmällä yhteistyössä Fountain Park Oy:n kanssa. Tavoitteena oli selvittää, miten museot koetaan ja mitä niiltä toivotaan. Tutkimukseen osallistui 629 vastaajaa, joista naisia oli 459 ja miehiä 161. Vastaajien suhde museoon jakautui seuraavasti: ei koskaan museoissa käyneitä 2 %, satunnaisia museokävijöitä 38 %, säännöllisiä museokävijöitä 30 %, museoalan ammattilaisia 30 %. Museoalan ammattilaisten suuri osuus johtuu siitä että kehoitus osallistua selvitykseen laitettiin myös Museoposti-listalle, joka on museoammattilaisille ja muille museoalasta kiinnostuneille suunnattu sähköpostipalvelu.).

Tutkimuksessa kaikkein tärkeimmäksi arvioitiin museon säilyttämis- ja tallentamistehtävä, jota perusteltiin: ”Museot ovat yhteinen muistimme”, ”Museot tallentavat yhteistä historiaamme ja kulttuuriperintöämme”, ”Kyllä se on tiedon tallennus pääasiassa esineiden muodossa”, ”Mikään muu instanssi ei tallenna esineellistä kulttuuriperintöä kuin museo”.

Toiseksi tärkeimmäksi museon tehtäväksi arvioitiin taide ja kulttuuri. Kolmanneksi tärkeimpänä pidettiin elämyksellisyyttä. Perusteluesimerkinä: ”Tiedon, sivistyksen ja elämysten yhdistäminen”, ”Käyn usein taidemuseoissa, joista etsin lähinnä elämyksiä”, ”Historialliset museot painottuvat omilla valinnoissani enemmän tiedon hankintaan”.

Yhteenvetona selvityksessä todettiin, että yleis-

sön museokäsitys on perinteinen, mukana on paljon ”kliseitä” ja itsestään selvyyksiä. Yleissävy museoista on myönteinen. Nousevia teemoja olivat mielikuvat museoista ”fiksuina” vapaa-ajan ja rauhoittumisen paikkoina. Alle 35-vuotiaiden museokäsitys on modernimpi kuin yli 45-vuotiailla. Merkittävää oli, että näkemuserot museoammattilaisten ja ns. suuren yleisön välillä ovat melko pienet.



Prosessikuvaus Fountain Park Oy:n Museokävijä 2011 -tutkimukseen tekemästä ei-kävijätutkimuksesta.

Kävijämäärät

Kokonaiskävijämäärän kehitys pysähtynyt

KOKONAISVIERAILIJAMÄÄRÄ on Suomessa pysynyt samalla tasolla viimeiset kymmenen vuotta eli vajaassa 5 miljoonassa. Yksittäisinä vuosina kävijämäärän vaihtelua on tosin ollut jonkin verran. Esimerkiksi vuonna 2005 oli 600 000 kävijän notkahdus ja 2008 parisataatuhatta kävijää enemmän. Kasvut johtuvat uusien näyttelytilojen avaamisista ja peruskorjauksista sekä onnistuneista ”mega”-näyttelyistä kuten Ateneumin Albert Edelfelt -näyttely vuosina 2005-2006 ja Picasso -näyttely vuonna 2009. Kokonaiskävijämäärän kasvun pysähtymiseen on vaikea löytää yksittäistä selitystä. Alan tekemät toimenpiteet pitäisi päinvastoin näkyä kävijämäärän nousuna. Tarjonta on lisääntynyt, sillä kymmenessä vuodessa museokohteiden määrä on lisääntynyt 27:llä. Museoiden kynnystä on mataloitettu huomattavasti tarjoamalla entistä useammalle mahdollisuus ilmaiseen sisäänpääsyyn. Vuosikymmenen aikana ilmaisten kävijöiden osuus museovieraista on noussut 18 % ollen vuonna 2010 jo yli puolet kaikista kävijöistä (51 %).

Suomalaiset Pohjoismaiden passiivisimpia museokävijöitä

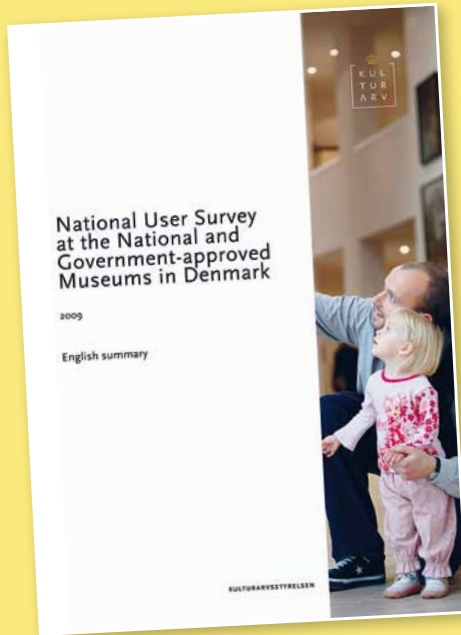
OPETUS- JA KULTTUURIMINISTERIÖ julkaisi vuoden 2011 lopussa Pohjoismaisen tilastovertailun kulttuuripalvelujen käytöstä. Tilastoinnin kriteerit vaihtelevat jonkin verran, mutta saadut tulokset ovat vahvasti suuntaa antavia. Mää-

rällisesti eniten museoita oli Tanskassa. Ahkerimpia museokävijöitä sen sijaan olivat islantilaiset, jossa museokäyntien määrä 100 asukasta kohden on Suomeen verrattuna yli kolminkertainen. Käyntejä 100 asukasta kohden on Islannissa 421, Norjassa 214, Tanskassa 194, Ruotsissa 193 ja Suomessa 95.

Kulttuurin käyttö sen eri osa-alueilla on Islannissa kokonaisuudessaan suurempaa kuin muissa Pohjoismaissa (elokuva, teatteri, museot, muut esitykset). Islannissa myös kotitalouksien kulutuksen suhteellinen osuus BKT:ssä on korkein. Suomessa kotitalouksien kulttuurin kulutuksen prosentuaalinen osuus BKT:stä on toiseksi suurinta. Suomessa BKT osuutta kasvattaa erityisesti sanoma- ja aikakauslehdet, joiden käytössä olemme huippumaita. Muussa kulttuurin käytössä suomalaiset kunnostautuvat erityisesti kirjastopalveluissa. Suomessa on suhteellisesti eniten kirjastoja ja kirjojen lainamäärät ovat kolminkertaiset esimerkiksi Norjaan ja Ruotsiin verrattuna.

Pohjoismaisessa vertailussa suomalaisten sijoittuminen museoiden käyttäjinä häntäpäähän edellyttää kokonaiskävijämäärän kasvun pysähtymisen ohella tarkempaa selvitystä. Museoiden taustoista, museokentän rakenteesta tai esimerkiksi yhteiskunnan taloudellisista panostuksista ei tilastovertailun taustamateriaalin perusteella ole löydettävissä selittäviä tekijöitä. Jos ero olisi muutamia prosentteja tai parikymmentäkin prosenttia, ero olisi selitettävissä esimerkiksi Ruotsin ja Tanskan osalta Suomea suuremmilla matkailijamäärillä tai näissä maissa olevilla megamuseoilla, mutta kun ero on yli kaksinkertainen, ovat syyt syvemmällä.

Tanskalaisten ja suomalaisten kävijöiden profileissa ja motivaatioissa ei ole eroa



YKSITTÄISISTÄ POHJOISMAISTA uusin museokävijätutkimus on käytettävissä Tanskasta, joka julkaistiin vuonna 2009. Sen mukaan tyypillinen tanskalainen museokävijä on 30–49 -vuotias nainen, jolla on opisto- tai korkeakoulututkinto. Erityisesti he suosivat taidemuseoita.

Tanskalaiset ovat tyytyväisiä museoidensa antiin ja antavat museokäyntinsä yleisarvosanaksi 8.2/10. Tyytyväisintä joukkoa ovat yli 65-vuotiaat, joiden arvosana museoille lähestyi kiitettävää eli oli 8,5/10. Tyytyväisyys rakentuu erityisesti museon ilmapiiriin ja näyttelyiden sisältöön.

Kävijäprofiili ja kävijöiden arvioit museoista ovat Tanskassa ja Suomessa samanlaisia. Myöskään museoiden käytössä ei ole eroa muuta kuin käyntimäärien osalta. Taidemuseoiden suosio korkeakoulutettujen naisten keskuudessa on yhtäläinen samoin se, että luonnonhistorialliset museot houkuttavat vierailuun keskivertokävijää nuorempaa ikäryhmää ja erityisesti perheitä.



Pohjoismaisen tilaston mukaan Tanskassa on eniten museoita. Museokävijöitä siellä on 194 kappaletta sataa asukasta kohden.

Kävijätutkimus 2011

Tutkimuksen kohdejoukko

SUOMESSA ON MUSEOVIRASTON keräämän Museotilaston perusteella 158 museota, joista Kulttuurihistoriallisia museoita on 50 %, erikoismuseoita 27 %, taidemuseoita 17 % luonnontieteellisiä museoita 4 % ja yhdistelmämuuseoita 3 %.

Vuoden 2011 kävijätutkimus tehtiin viikoilla 31 (1.-7.8.2011) ja 42 (17.-23.10.2011). Tutkimuslomakkeita palautettiin yhteensä 12 632. Elokuun tutkimusviikolta lomakkeita palautti 139 museota ja lokakuussa 132. Vastauksissa painottuu taidemuseoiden osuus. Tutkimukseen osallistuneiden kulttuurihistoriallisten museoiden osuus puolestaan on hieman suomalaista museojakaumaa pienempi. Näistä painotuksista huolimatta tutkimusotosta voidaan pitää erittäin edustavana.

Lomakkeen kysymykset olivat suurelta osin samanlaiset kuin vuoden 2001 tutkimuksessa. Merkittävin ero oli, että vapaaehtoisvoimin hoidetut paikallismuseot eivät olleet mukana vuoden 2011 tutkimuksen otannassa.

Tutkimuslomakkeet painettiin suomeksi, ruotsiksi, englanniksi ja venäjäksi. Suomeksi vastasi 85 %, ruotsiksi 3 %, englanniksi 10 % ja venäjäksi 3 %. Edellisen kävijätutkimuksen kielijakaumat olivat lähes vastaavat eli suomeksi 81 %, ruotsiksi 7 % ja englanniksi 13 %. Tuolloin ei ollut venäjänkielistä lomaketta.

Ulkomaalaisten kokemuksia museokäynnistä tutkittiin vain elokuun tutkimusviikolla.

Profiili

LÄHES VIIDENNES KÄVIJÖISTÄ olivat ikäryhmässä 46–55 ja 56–65. Tosin kovin merkittävästi kävijät eivät painotu yli 46 vuotiaisiin, sillä ero ikäryhmään 36–45 -vuotiaat oli vain muutaman prosentin. Nuorempiin ikäryhmiin 36–45-vuotiaisiin sekä 26–35 oli muutaman prosenttiyksikön ero. Naisia museokävijöistä oli 62 % ja miehiä 38 %. Yli kolmannes kävijöistä oli Etelä-Suomesta ja lähes neljäs Länsi-Suomesta.

Elokuussa yli 150 kilometrin päässä kotoa museoon tulleet olivat enemmistönä. Lokakuussa puolestaan alle 50 kilometrin etäisyydeltä museossa käyviä oli yli puolet.

Ammattiryhmistä yli viidennes oli ylempiä toimihenkilöitä. Eroa ammattiryhmään, joka oli määritelty työntekijäksi, ei ollut kuin kolme prosenttiyksikköä. Museokävijät ovat korkeasti koulutettuja. Korkeakoulututkinnon oli suorittanut 44 % kävijöistä. Viidenneksellä oli opistotasoinen tutkinto.

Mistä museosta saadaan tietoa?

MUSEO, JOSSA VIERAILTIIN, oli reilulle kolmasosalle kävijöistä (37 %) yleisesti tunnettu. Tämä oli kymmenen prosenttiyksikköä alhaisempi kuin edellisessä tutkimuksessa. Tämä saattaa johtua siitä, että vain kesällä avoinna ole-

The image shows a screenshot of the Vapriikki website. At the top, there is a navigation bar with the Vapriikki logo, language options (English, Vapriikki suomeksi), and social media icons. The main content area features a large red banner for an exhibition titled "TÄYTTÄ KAASUA PYYNIKILLÄ" (Full of Gasoline in Pyynikki) running from October 10, 2011, to June 3, 2012. Below the banner are navigation tabs for "ETUSIVU", "PRESSI", "LIPUT", "NÄYTTELY", and "BLOG". A central image shows a group of vintage motorcyclists. Below the image is a text box with a description of the exhibition. At the bottom, there are sections for "BLOG" with a date "10.02.2012" and a call to action "SEURAA TAPANTUMIAMME!" (Follow our news), and a "YHTEISTYÖT & AVUKUOLAJAT" (Partnerships & Sponsors) section with contact information for the Museum of Vapriikki.

Internetin merkitys näyttelyjen markkinoinnissa on lisääntynyt huomattavasti. Sosiaalisen median vaikutus on vielä vähäinen. Kuva Tampereen museoiden kotisivusta.

MOBIILILAITTEIDEN MERKITYS museokäynnin herättäjänä on varmasti ratkaiseva tulevaisuudessa ja lisää myös satunnaisten kävijöiden määrää. Jotka saavat navigoimalla tietoa museosta.

Venäläisten kävijöiden määrät ovat olleet jatkuvasti kasvussa. Venäläiset vierailevat Suomessa perheen kanssa ja he käyvät myös usein, eivätkä käynnit rajoitu vain kesäkauteen. Heistä yli kolmasosa saa tietonsa museosta tuttavalta ja Internetistä.

Suomen museoliitto teki selvityksen sosiaalisen median työkalujen käytöstä museoissa. Facebook oli suosituin tapa pitää yhteyttä museovieraiden kanssa. Kyselyyn vastanneista 86 museosta 79 käytti Facebookia. Vastaajista yhdeksän prosenttia ilmoitti museonsa tarjoavan mobiilipalveluita. Mobiilipalveluiden käyttöä rajoittavat tekijänoikeuskysymykset.

**Rajavuori, Tuuli,
Suomalaiset museot sosiaalisessa mediassa,
sähköinen kysely 16.2.2012.**

vat paikallismuseot eivät olleet mukana tutkimuksessa, mutta pois ei voi myöskään sulkea, että museoiden yleinen tunnettuus on vähentynyt.

Pääasiallinen tiedonlähde museoista ovat edelleen tuttavat, ystävät ja sukulaiset (26 % vastanneista). Tässä ei ollut tapahtunut muutosta edelliseen tutkimukseen verrattuna. Internet oli ensisijainen tietolähde 12 % museovieraista. Kasvua vuoteen 2002 verrattuna oli 4 prosenttiyksikön verran. Sosiaalinen media ei noussut museovierailuun innoittamisessa merkittävään rooliin.

Museokäynnin sosiaalisen luonteen vuoksi sosiaalinen media näyttäisi antavan hyvän pohjan museokokemuksen jakamiseen ja yleisön osallistamiseen.

Erilaiset tapahtumat ja tapahtumaviikot lisäävät museoissa käymistä ja tavoittavat myös sellaista yleisöä, joka ei muuten tulisi museoon. Vuosittain järjestettävä Kansainvälinen museopäivä 18.5. ja sen tarjoama suositus ilmaiskäynnistä on todettu tuovan museoihin erityisesti ne, jotka eivät muuten niissä vierailisi.

Miksi museoissa käydään?

KIINNOSTUS MUSEOKÄYNTIIN johtui museon aihepiiristä ja näyttelyistä (32 % kävijöistä). Museoon tultiin viihtymään ja museoissa käyminen oli harrastus 16 % kävijöistä. Lasten tuominen museoon oli ensisijaisena käynnin peruste 13 prosentille kävijöistä. Sattumalta museoon poikkesi 9 % vastanneista ja saman verran jostain muista syistä, mistä kerrottiin tutkimuksen avovastauksissa.

Museoissa käydään loma- tai vapaa-ajan matkalla perheen ja ystävien seurassa (44 % kävijöistä). Edellisessä tutkimuksessa loma- tai vapaa-ajan matkalaisen osuus oli 60 % kävijöistä. Elokuun ja lokakuun tutkimusotoksessa oli luonnollisesti tämän kysymyksen osalta hajontaa: elokuussa loma- ja vapaa-ajan matkalaisia oli 52 % ja lokakuussa 34 % kävijöistä. Ensisijaisesti museokäynnin vuoksi paikkakunnalle oli loma- ja vapaa-ajan matkallaan tullut 14 % kävijöistä.

Museokäynti osana loma- ja vapaa-ajan matkaa on kävijöiden vierailuperusteena laskenut vuodesta 2002

poikkeuksellisen paljon, kun vertaa muutoksia muissa tutkimuskysymyksissä. Tähän syynä saattaa olla hieinan erilainen tutkimuksen kohdejoukko, mutta tulos viittaa myös siihen, että museoiden suosio loma- ja vapaa-ajan matkakohteena on vähentynyt.

Odotukset

MUSEOKÄVIJÖIDEN ODOTUKSINA olivat elämys (31 % kävijöistä), tieto (25 %) ja viihtyminen (21 %). Edellisessä tutkimuksessa kysyttiin, mitä museovierailusta saatiin? Tuolloin tuloksena oli tietoa 70 %, viihtymistä ja elämystä 62 %. Vuoden 2011 tutkimukseen perusteella yli puolet kävijöistä ei kaivannut mitään erityistä museokäynniltään, heille kaikki oli hyvin (58 %). Yksilöidystä toiveista kärkisijalle nousi edelleen esineiden koskettelumahdollisuus. Sitä toivoi 14 % kävijöistä. Enemmän tietoa näyttelyn aiheesta kaipasi 10 % ja interaktiivisuutta 9 % museovieraista.

Museoiden näyttelyihin ollaan erittäin tyytyväisiä. Niitä piti kiinnostavina 98 % kävijöistä. Aikaisemmissa tutkimuksissa toivelistan kärkipaikalla ollut ”tiedon määrän lisääminen” näyttää korjaantuneen, sillä tiedon määrää piti riittävänä 95 % museovieraista. Museoiden asiakaspalveluun oli tyytyväisiä 98 % kävijöistä. Tässä ei ole tapahtunut muutosta vuoden 2002 tutkimukseen verrattuna. Museovierailu kokemukseensa kokonaisuudessaan ilmoitti olevansa tyytyväisiä 98 % kävijöistä ja yli 90 % vierailisi museossa uudelleen ja suosittelisi sitä tuttavalleen.

Maksuhalukkuus

VALTAOSA MUSEOVIERAISTA maksaisi käynnistään 4–7 euroa (67 %). Lähes neljännes (24 %) maksaisi 8–10 euroa, yli kymmenen euroa olisi valmis maksamaan 2 % kävijöistä. Ilmaisen pääsymaksun kannalla oli 7 %. Vuoden 2010 Museotilaston mukaan museokäynnin pääsymaksu oli aikuisilta keskimäärin 5,28 euroa.

Maksuhalukkuutta tutkittiin myös museoiden yhteisosastolla Helsingin kirjamessuilla lokakuussa 2011. Kyselyyn vastasi 562 henkilöä, joista 52 % piti sopivana museon pääsymaksuna 4–7 euroa. 1–3 euroa maksaisi 21 % ja 8–10 euroa 19 % vastanneista. Muutama yksittäinen vastaaja olisi valmis maksamaan yli kymmenen euron pääsymaksun, mikäli kyseessä olisi ainutlaatuinen erikoisnäyttely. Vastaajista 8 % oli ilmaisen sisäänpääsyn kannalla.

Tarkasteltaessa museoita, joissa oli ilmainen pääsymaksu (tähän tutkimukseen osallistui kahdeksan) niin tulokset olivat lähes samat kuin museoissa, joissa oli pääsymaksu. Ilmaismuseoiden kävijöistä 66 % maksaisi 4–7 euron suuruisen pääsymaksun. 8–10 euron hintaisen pääsymaksun olisi valmis maksamaan 6 % ja yli kymmenen euroa maksaisi 1 % kävijöistä. Lähes kolmasosa ilmaismuseoiden kävijöistä oli vapaan pääsymaksun kannalla (27,5 %).

Pääsymaksuttomien museoiden lipunhintaa koskevaa palautetta voi pitää yllättävänä. Kansainvälisten, lähinnä Englannista, saatujen tietojen perusteella sen

sijaan yllättävää ei ole, että tässäkin tutkimuksessa osoittautui pääsymaksuttomuuden houkuttavan vierailemaan museoissa useammin. Pääsymaksuttomissa museoissa yli viisi kertaa käyvien osuus oli huomattavasti suurempi kuin museoissa, joihin oli pääsymaksu ja vastaavasti ensikertaa olevien huomattavasti pienempi.

Käyntitiheys

TUTKITUISSA MUSEOISSA vieraili viimeisen 12 kuukauden aikana ensimmäistä kertaa 64 % vastanneista. 1–5 kertaa kyseisessä museossa oli ollut kolmannes kävijöistä. Yli viisi kertaa vierailuvia oli 5 %. 13 % vastaajista ei ollut käynyt vuoden aikana muissa museoissa vuoden aikana. Yli puolet oli käynyt museoissa 1–5 kertaa. Yli viisi kertaa vuoden aikana museoissa vierailleita oli kolmekymmentä prosenttia vastaajista.



Lapset ja nuoret ovat suurin yksittäinen kävijäryhmä, joilta ei museoissa peritä pääsymaksua. Kuva: EMMA.

Ulkomaiset kävijät

TILASTOKESKUKSEN majoitustilastoissa vuosi 2011 oli Suomella ennätysvuosi. Ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä oli 5,5 miljoonaa, mikä oli 10 % enemmän kuin edellisellä vuonna. Museoissa heistä vieraili tämän tutkimuksen tuloksena saatavan arvion perusteella 12 % eli 660 000. Sekä yleisesti ulkomaisten turistien että museovieraiden osalta venäläisten matkailijoiden osuus on vuosituhaten alusta noussut huomattavasti. Venäläisiä Suomessa vierailevista turisteista on 23 %, mikä on kaksi kertaa enemmän kuin vuosituhaten alussa.

Profilii

NAISET OLIVAT museokävijöiden enemmistö-
nä myös ruotsiksi, englanniksi ja venäjäksi
vastanneiden joukossa. Pienimmillään ero
oli englanniksi vastanneiden joukossa (naisia 51 %, mie-
hiä 49 %). Venäläisten joukossa naisia oli 10 % yksikön
verran enemmän kuin miehiä. Ruotsiksi vastanneiden
joukossa naisedustus oli 12 % yksikköä suurempi.

Tähän kävijätutkimuksen vastasi muulla kuin suomen kielellä yhteensä 1931 henkilöä. Näistä englanniksi 1233, venäjäksi 333 ja ruotsiksi 365.

Venäjäksi vastanneista yli viidennes merkitsi ammattiryhmäkseen ylemmän toimihenkilön (23 %) ja viidennes työntekijän. Ruotsiksi ja englanniksi vastanneista vähän yli viidennes oli merkinnyt ammattiryhmäkseen työntekijän. Englanniksi vastanneista alle 10 % oli ylempiä toimihenkilöitä.

Englanniksi vastanneista 66 % oli korkeakoulutetuja. Ruotsiksi vastanneista heidän määränsä oli 63 %. Venäläisillä peruskoulutuksena oli ylioppilastutkinto 45 %. Kolmasosalla heistä oli korkeakoulututkinto.

Venäläiset vierailivat museoissa perheen kanssa (73 %). Yksin heistä kävi museoissa vain 6 %. Ruotsiksi vastanneista yksin museoissa vierailevia oli vähän yli viidennes. Englanniksi vastanneista lähes viidennes.

Odotukset

MUSEO, JOSSA VIERAILTIIN ei ollut ulkomaisille kävijöille yleisesti tunnettu. Parhaiten vierailukohde oli tunnettu ruotsiksi vastanneiden joukossa. Englanniksi vastanneille museon tunnettuus jäi alle 10 prosenttiyksikön. Venäläisille museo, jossa vierailtiin, oli tunnettu 11 % kävijöistä.

Englanniksi vastanneista 63 % mainitsi tietolähteenään matkaoppaan ja esitteen. Ystävät ja sukulaiset oli

tiedonlähteenä lähes neljännekselle englanniksi vastanneelle. Matkaopas- ja esite oli merkittävä tiedonlähde yli kolmasosalle venäjäksi vastanneista (35 %). Internet sekä ystävät ja sukulaiset oli tiedonlähteenä yli kolmasosalle venäläisistä kävijöistä. Facebookin tai Twitterin merkitys tiedonlähteenä jäi alle prosentin.

Aihepiiri ja museon näyttely olivat tärkein museokäynnin syy myös ulkomaalaisilla kävijöillä. Viidenes englanniksi vastanneista harrasti museoissa käymistä. Heistä yli kolmasosa tuli museoon viihtymisen vuoksi (35 %). Venäläisten joukossa museoissa käymistä harrasti 22 %. Venäläisille museokäynti kuului muita useammin matkaohjelmaan (16 % kävijöistä). Englanniksi vastanneille vierailu museoissa järjestetyn matkan ohjelmana oli 11 % suuruusluokkaa.

Englanniksi vastanneiden käyntitodetuksina olivat oppiminen, viihtyminen ja elämys. Venäläiset toivoivat museokäynnistä elämystä, oppimista ja tietoa. Ruotsiksi vastanneet painottivat odotuksissaan elämystä ja kolmasosa oppimista.

Museoiden palveluihin oltiin tyytyväisiä. Venäläisistä 86 % oli tyytyväisiä käyntiinsä kokonaisuudessaan. Englanniksi vastanneista vastaava luku oli 79 % ja ruotsiksi 74 %. Venäläiset olivat erityisen tyytyväisiä museon asiakaspalveluun (92 %). Englanniksi ja ruotsiksi vastanneista asiakaspalveluun tyytyväisiä oli yli 80 %.

Maksuhalukkuus

RUOTSIKSI VASTANNEISTA kolmannes olisi valmis maksamaan museokäynnistä 8 -10 euron suuruisen pääsymaksun. Yli viidennes englanniksi vastanneista maksaisi 8-10 euroa museon sisäänkäynnistä. Venäläisistä näin tekisi lähes viidennes. Yli 60 % oli 4-7 euron suuruisen pääsymaksun kannalla.

Käyntitiheys

ENGLANNIKSI VASTANNEET olivat ahkerimpia museokävijöitä. Heistä 45 % oli käynyt museoissa yli viisi kertaa vuoden aikana. 1-5 kertaa vierailleita oli 44 %. Yksittäisistä kansallisuuksista venäläiset näyttäytyvät ahkerimpina museoiden käyttäjinä. Heistä yli puolet (57 %) oli vierailut museoissa 1-5 kertaa vuodessa ja yli viisi kertaa vuoden aikana museoissa oli käynyt 38 %.

Taidemuseoiden kävijät

Profilii

56 –65-VUOTIAAT olivat suurin ikäluokka taidemuseoissa kävijöistä. Suurin ammattiryhmä oli ylempät toimihenkilöt, joilla oli korkeakoulututkinto 53 %. Kaikkien vastausten jakaumissa korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus oli 44 %. Naisia kävijöistä on 68 %, joka on 6 prosenttia enemmän kuin museoissa keskimäärin.

41 % taidemuseoiden kävijöistä vieraili yli viisi kertaa vuoden aikana museoissa. Tuttavat olivat pääasiallinen tietolähde taidemuseoiden kävijöillekin.

Museoissa käytiin aihepiirin ja näyttelyn vuoksi. Yli viidennekselle museoissa käyminen oli harrastus (22 %). Avovastauksissa museokäynnin syinä mainittiin ammatillinen kiinnostus, mielenrauhan etsiminen, näyttelyarvostelu tai näyttelyyn tultiin varta vasten tietyn taiteilijan vuoksi.

Odotukset

MUSEOKÄYNNIN ODOTUKSINA olivat elämys (36 %) ja viihtyminen (21 %). Avovastauksissa odotuksiksi nostettiin myös sielun rauha, inspiraatio ja elämyksellinen kokemus. Museovierailulta toivottiin enemmän tietoa taiteilijoista sekä tekniikoista. Kulkusuuntia toivottiin merkittäviksi.

Käyntitiheys

YLI VIISI KERTAA kyseisessä museoissa oli vierailut viimeksi kuluneen 12 kuukauden aikana 5 % taidemuseoiden kävijöistä. 1–5 kertaa vieraili reilu kolmannes (37 %). Kyseisessä museoissa vierailevien jakaumat olivat lähes samat kuin koko

tutkimuksen jakaumat. Suurin ero taidemuseoiden ja koko tutkimuksen jakaumien välillä oli se, että yli viisi kertaa yleensä museoissa käyvien osuus oli taidemuseoissa vierailevien joukossa huomattavasti suurempi ja ensikertaa museoissa olevien pienempi.

Kuinka usein olet käynyt muissa museoissa viimeksi kuluneiden 12 kk aikana?

(prosenttia vastanneista)

TAIDEMUSEOT		KOKO TUTKIMUKSEN MUSEOT	
Yli viisi kertaa	41	Yli viisi kertaa	30
1–5 kertaa	52	1-5 kertaa	57
en ole käynyt aikaisemmin	7	en ole käynyt aikaisemmin	13

Maksuhalukkuus

TAIDEMUSEOKÄYNNISTÄ oltiin valmiita maksamaan hieman vähemmän kuin muissa museoissa. 61 % maksaisi museokäynnistä 4–7 euroa. Tarkastelun kohteina olleissa 23 taidemuseossa keskimääräinen pääsylipun hinta aikuisilta oli 7 euroa. Viidellätoista museolla oli alle 18-vuotiaille ilmainen sisäänkäynti. Ilmaiskävijöiden osuus oli keskimäärin 50 %.

Luonnontieteellisten museoiden ja Heurekan kävijät

Profilii

TARKASTELUN KOHTEENA oli kolme luonnontieteellistä museota, joita verrattiin Tiedekeskus Heurekan kävijöihin elokuun tutkimusviikon lomakkeilla. Museot, joita verrattiin, olivat Keski-Suomen luontomuseo, Luontokokoelma Kieppi ja Luonnontieteellinen keskusmuseo. Heureka valittiin vertailukohteeksi aikaisempien tutkimusten perusteella, joissa oli todettu Heurekan ja luonnontieteellisten museoiden kävijäprofiilin olevan samankaltainen.

Näin oli myös tämän tutkimuksen mukaan.

Kävijöiden ikäjakauma

	Heureka	Luonnontieteelliset	Kaikki museot
Alle 14-vuotias	6	9	5
14–25	10	8	13
26–35	18	24	15
36–45	35	23	17
46–55	13	15	19
56–65	9	13	19
66–75	9	7	10
yli 75	0	1	3

Heurekan kävijöistä nuorimassa ikäryhmässä eli alle 14-vuotiaissa pojat olivat enemmistönä. Seuraavissa ikäryhmissä naisten ja tyttöjen osuus kävijöistä on suurempi. Ikäryhmässä 66–74 miehet ovat taas enemmistönä. Naisten ja miesten suhde Heurekan kävijöiden joukossa oli 62 % naisia ja miehiä 38 %.

Luonnontieteellisissä museoissa ja Heurekassa vierailleista ammattiryhmänä eniten edustettu ammattiryhmä oli työntekijä, joiksi luokitteli itsensä 24 % luonnontieteellisissä museoissa vierailleista ja 30 % Heurekassa vierailleista.

Luonnontieteellisissä museoissa vierailtiin ensisijaisesti, koska haluttiin tuoda lapset museoon (36 %).

Luonnontieteellisten ja Heurekan vierailijoiden ammattiryhmät (prosenttia vastanneista)

	Heureka	Luonnontieteelliset	Museot keskim.
ylempi toimihenkilö	23	21	21
alempi toimihenkilö	15	17	13
työntekijä	30	24	18
yrittäjä	5	5	6
eläkeläinen	8	10	19
koululainen	9	8	5
opiskelija	9	6	12

Luonnontieteellisten ja Heurekan vierailijoiden koulutus. (prosenttia vastanneista)

	Heureka	Luonnontieteelliset	Museot keskim.
peruskoulu	11	16	12
ammattikoulu	19	15	11
ylioppilastutkinto	14	10	12
opistotasoinen tutkinto	26	16	20
korkeakoulututkinto	30	48	44

Vähän yli viidennes vieraili aihepiirin ja näyttelyn vuoksi.

Neljännes odotti elämystä tai tietoa. Viidennes kävijöistä kuvaili käyntimotivaatioksi viihtymisen.

Myös Heurekassa ylivertaisesti tärkein motivaattori vierailuun oli halu tuoda lapset museoon, minkä ilmoitti käynnin perusteluksi 61 % vastanneista. Muil-

ta osin käyntikiinnostuksen herättäjät olivat samat kuin Luonnontieteellisissä museoissa.

Sekä luonnontieteellisissä museoissa että erityisesti Heurekassa käynnin syy näkyi myös kävijäprofiilissa. Heurekassa lähes kaikki vierailivat perheenjäsenten seurassa.

Luonnontieteellisten museoiden ja Heurekan kävijöistä suurin osa eli noin puolet tuli alle 50 kilometrin päästä kotoaan. 38 % kävijöistä tuli yli 150 kilometrin päästä. Tämä poikkeaa jonkin verran muiden museoryhmien vierailijoista, joista kesäaikana suurin osa asuu yli 150 kilometrin päässä museosta.

Odotukset

KÄVIJÖIDEN TOIVEET toiminnan kehittämistä olivat samoja kuin muissakin museoryhmissä. Yli puolet eivät nimenneet mitään erityistä kehityskohdetta. Viidennes kävijöistä toivoi lisää mahdollisuuksia esillä olevien objektien koskemiseen. Heurekan avovastauksissa toivottiin enemmän dino-sauuksia ja harmiteltiin jonottamista.

Käyntitiheys

TUTKIMUSVUONNA 70 % kävijöistä vieraili kyseisessä Luonnontieteellisessä museossa ensimmäistä kertaa. Neljännes oli käynyt

viimeisimmän 12 kuukauden aikana 1–5 kertaa.

Yleensä museoissa oli vierailut viimeisen 12 kuukauden aikana 1–5 viisi kertaa 59 % ja yli viisi kertaa 21 % kävijöistä. Aivan ensimmäistä kertaa museossa vieraili viidennes kävijöistä. Vierailujen käyntitiheydessä ei ollut eroa Luonnontieteellisten museoiden ja Heurekan välillä.

Maksuhalukkuus

LUONNONTIETEELLISISSA MUSEOISSA vierailijoiden maksuhalukkuus pääsylipusta on vastaava kuin muissa museoissa. 4–7 euroa oli valmis maksamaan 74 % ja 8–10 euroa 16 % kävijöistä 10 % kävijöistä odotti pääsymaksuttomuutta.

Tutkimukseen osallistuneista kohteista Luontokoelma Kieppiin oli vapaa pääsy. Keski-Suomen luontomuseon pääsymaksut olivat aikuisilta neljä euroa. Alle 18-vuotiaille vierailu oli ilmainen. Luonnontieteellisen keskusmuseon pääsymaksut olivat aikuisilta 8 euroa ja 7–17-vuotiailta 4 euroa.

Heurekassa vierailevien maksuhalukkuus poikkesi huomattavasti sekä Luonnontieteellisistä museoista että kaikista museoista. Heurekan vierailijoista 84 prosenttia oli valmis maksamaan vierailustaan 8 euroa tai enemmän. (8–10 euroa 54 % ja yli 10 euroa 30 % kävijöistä). Ilmaista sisäänpääsyä ei odottanut kukaan.

Heurekan pääsymaksut näyttelyihin olivat aikuisilta 17 euroa ja lapsilta 6–15-vuotiaat 12 euroa.



Luonnontieteellisissä museoissa museokäynnin syynä on lapsien vieminen museoon.

EMILIA KURILA / LUONNONTIETEELINEN KESKUSMUSEO

Erikoismuseoiden kävijät

Profilii

NAISTEN OSUUS erikoismuseoissa vierailleista oli 54 % ja miesten 46 %. Sukupuolijakautamassa oli suuri ero verrattuna tutkimuksen kokonaisjakaumiin, jossa naisten osuus oli 62 % ja miesten 38 %. Miesten osuuden korostuminen saattaa aiheutua siitä, että tutkimukseen osallistuneiden kohteiden joukossa oli useita perinteisesti miesten alojen museoita kuten esim. Poliisi-, Tykistö-, Pansari- ja Sotamuseot.

Yli viidennes kävijöistä oli ikäryhmästä 36–45-vuotiaat. Yli viidennes kävijöistä kirjasi itsensä työntekijäksi (23 %) ja viidennes yleemmiksi toimihenkilöiksi. Koulutustaustaltaan korkeakoulututkinnon suorittaneet olivat enemmistönä (39 %), mikä oli kuitenkin museokävijöiden keskiarvoa vähemmän.

Odotukset

SYY ERIKOISMUSEOISSA KÄYMISEEN johtui ensisijassa museon aihepiiristä ja näyttelystä. Käyntitodotuksena painottui tiedon saanti (29 % vierailijoista). Elämyshakuisuuden ilmoitti vierailun syyksi 23 % kävijöistä. Yleisellä tasolla viihtymistä odotti 23 % erikoismuseoiden kävijöistä. Odotuksissa tiedon hakeminen on erikoismuseoissa hieman muita museoita suurempi.

Näyttelyihin oli tyytyväisiä lähes puolet kävijöistä (49 %). Kehitystoiveet olivat samoja kuin muillakin museoilla eli lisää objektien koskettelumahdollisuutta (15 %) ja interaktiivisuutta 12 %.

Käyntitiheys

KYSEISESSÄ MUSEOKOHOhteessa viimeisen 12 kuukauden aikana yli viisi kertaa vierailleen osuus oli erikoismuseoiden kävijöiden joukossa 4 %. Viidennes oli käynyt 1–5 kertaa. Ensikertaa kyseisessä museossa vieraili 76 %.

Neljännes erikoismuseoiden kävijöistä vieraili vuoden aikana muissa museoissa yli viisi kertaa. Yli puolet oli vierailut museoissa 1–5 kertaa vuodessa (58 %) ja 17 % vastanneista ei ollut vuoden aikana vierailut museoissa.

Maksuhalukkuus

VALTAOSA ERIKOISMUSEOISSA KÄVIJÖISTÄ maksaisi museokäynnistä 4–7 euroa (69 %). Lähes neljännnes oli 8–10 euron kannalla (24 %). Yli kymmenen euroa maksaisi 2 %. Ilmaisuutta kannatti 6 %.

Ilmaisten kävijöiden osuus erikoismuseoissa oli keskimäärin 38 %. Keskimääräinen pääsylippu erikoismuseoon maksoi aikuisilta 7 euroa.



Erikoismuseot ovat muita museoita enemmän miesten suosiossa.

Kulttuurihistoriallisten museoiden kävijät

KULTTUURIHISTORIALLISTEN MUSEOIDEN KÄVIJÄPROFIILI noudatti hyvin suurelta osin koko tutkimuksen jakaumia. Viidesosa kävijöistä oli 46–55-vuotiaita, jotka olivat ylempiä toimihenkilöitä sekä korkeakoulutettuja.

Kiinnostus museokäyntiin saattoi olla jokavuotinen perinne sekä se, että on tapana viedä vieraita museoon. Kiinnostus kulttuuriin ja historiaan oli

myös käynnin perusteena. Museoon tultiin aihepiirin vuoksi ja käynnistä toivottiin elämystä, tietoa ja viihtymistä. Esineistä ja museorakennuksesta odotettiin enemmän tietoa.

Kulttuurihistoriallisia museoita kuvailtiin avovastauksissa museonmukaisiksi ja sellaisiksi kuin museon tulee ollakin. Niitä kuvailtiin taiteellisiksi ja kiehtoviksi. Niitä pidettiin toisaalta myös vanhanaikaisina.

Kulttuurihistoriallisia museoita pidetään kävijöiden joukossa oikeina eli museon mukaisina museoina.
Kuva: Hakasalmen huvila, Helsingin kaupunginmuseo.



Suosituimpien museoiden kävijät

KÄVIJÖIDEN KOKONAISMÄÄRÄLLÄ arviotuna suosituimpia museoita vuonna 2011 olivat: Nykyaiteen museo Kiasma (182 134 kävijää), Ateneum taidemuseo (178 741 kävijää), Helsingin kaupunginmuseo (163 835 kävijää), Luonnontieteellinen museo (151 600 kävijää) ja Suomen kansallismuseo (131 870 kävijää).

Odotukset

Suosituimmat museot olivat yleisesti tunnettuja. Matkaoppaalla ja esitteellä oli eniten merkitystä tiedon välityksessä Ateneumin, Kiasman ja Suomen Kansallismuseon vierailijoille. Internet tiedon välittäjänä korostui Luonnontieteellisen keskusmuseoiden kävijöiden joukossa.

Museon aihepiiri ja näyttely olivat ensisijaisia kiinnostuksen herättäjinä Ateneumissa, Helsingin kaupunginmuseossa ja Suomen kansallismuseossa. Luonnontieteelliseen keskusmuseoon tullaan puolestaan ensisijaisesti lasten vuoksi. Kiasmassa vierailun motivaattorina korostui halu viihtyä.

Avovastauksissa muiksi syiksi Kiasma -vierailulle

kerrottiin: ”kaveri halusi”, ”ei olla ennen käyty” tai ”käyn aina uuden kattomassa.” Ateneumin taidemuseon kävijöille muina syinä museovierailuun olivat mm. museokauppa, ystävältä saatu lippu lahjaksi, Setupäivä tai pitkäaikainen haave. Kansallismuseoon oli tultu näyttämään museota ulkomaisille vieraille, täydentämään sivistystä tai ”learn the history of Finland”. Luonnontieteelliseen museoon oli poikettu retkelle, koulun kanssa tai ”poika halusi nähdä dinoja”.

Käyntitodotuksissa elämys ja viihtyminen oli etusijalla. Kansallismuseon osalta halu oppia oli muita museoita suuremmassa roolissa.

Kansallismuseon kävijöille jäivät mieleen nukkekodit ja lasten vintti, kids museum, esihistoria ja medieval sculpture. Ateneumin taidemuseon kävijöille jäivät mieleen näyttelyn aiheena ollut Lappi, museon upeat kokoelmat ja rakennus. Sederholmin talossa vaikutuksen tekivät nariseva lattia, liukumäki, Koiramäen elämäntapa (museossa oli esillä syksyn tutkimusviikolla Mauri Kunnaksen kirjojen pohjalta tehty *Enteet ja ennustukset Koiramäen tapaan* -näyttely). Luonnontieteellisessä keskusmuseossa mieleen jäivät dinosaurukset, luurangot, jääkarhut ja näyttelyn aiheena ollut Afrikka.



Ateneum on vuodesta toiseen Suomen suosituimpien museoiden kärkipaikoilla.

Museorakennus vaikuttaa museokokemukseen

LUONNONTIETEELLINEN MUSEO toimii alun perin venäläiseksi poikakouluksi 1913 valmistuneessa rakennuksessa. Museota kuvaillaan perinteisenä. Muu, mikä vastauksissa luonnehditaan Luonnontieteellistä museota mm. upea, kiva, hieno, kaunis, kiinnostava ja monipuolinen.

Helsingin kaupunginmuseon museoyksikkö, Sederholmin talo sijaitsee Helsingin ydinkeskustassa Senaatintorin varrella vastapäätä Helsingin tuomiokirkkoa. Talon on rakennuttanut helsinkiläinen kauppias Johan Sederholm 1757 kodikseen. Rakennus on

Helsingin vanhin rakennus. Kävijät kokivat museon lähinnä kodikkaana, mutta myös outona ja vanhana.

Ateneumin taidemuseo ja Kansallismuseo on rakennettu museoiksi. Ateneumin taidemuseo valmistui 1887. Rakennusta kuvailtiin perinteiseksi. Ateneumin taidemuseota kuvailtiin myös adjektiiveilla juhlava, valoisa, jylhä.

Suomen Kansallismuseo avattiin yleisölle 1916. Museota pidettiin perinteisenä. Se koettiin myös mahdavana, vanhanaikaisena, arvokkaana ja viihdyttävänä.

Museorakennukseksi rakennetuista Valtakunnallisista museoista nuorin on 1998 valmistunut Nykyaikaisen taiteen museo Kiasma. Tämä näkyy toiminnan kuvailussa. Kiasmaa pidetään nykyaikaisena, modernina, valoisana, mutta myös sokkeloisena ja viileänä.



Mikä on muuttunut – onko mikään?

SUOMEN MUSEOLIITTO on tehnyt valtakunnallisia kävijätutkimuksia kymmenvuotissykleissä vuosina 1982, 1992, 2002 ja 2011. Kävijätutkimusten tarkoituksena on ollut tuottaa tietoa museoyleisöstä ja museokokemuksista, jota museot voivat hyödyntää toimintansa ja palveluidensa kehittämisessä.

Vuoden 1982 tutkimus osoitti, että yli neljännes museokävijöistä oli kotoisin Uudenmaan läänistä. Uudenmaan, Turun- ja Porin sekä Hämeen läänistä olevat muodostivat 59 % kaikista museokävijöistä. Naiset olivat miehiä aktiivisempia museokävijöitä. Naiset miellettiin taidemuseoiden ja lapsiperheiden luonnontieteellisten museoiden kävijöiksi. Taidemuseoissa vierailevat harrastivat museokäyntejä. Heistä yli puolet kävivät museoissa yli viisi kertaa vuoden aikana. Muissa museoryhmissä museoita aktiivisesti käyttävien osuus oli noin viidennes kävijöistä.

Talvikautena yli puolet käynneistä suuntautui oman asuinkunnan museoon. Talvikautena museot olivat paikkakunnan asukkaita palvelevia kulttuurilaitoksia ja kesäaikana paikkakunnalle saapuvien matkailijoiden käyntikohteita. Museoissa käytiin yleisimmin ystävien ja perheen kanssa. Yleisin syy museokäyntiin oli, että haluttiin tietoa jostakin asiasta tai tuotiin vieraita. Luonnontieteelliset museot olivat perheiden käyntikohteita. Niiden kävijöistä lähes neljännes ilmoitti vierailun syyksi lasten tuomisen museoon.

Näyttelyihin toivottiin selkeätä tekstitystä. Lapsille toivottiin järjestettävän erityisosoastoja, joissa esineiden koskettaminen olisi sallittua. Taidemuseoilta odotettiin esteettistä nautintoa ja elämyksiä sekä rauhaa, hiljaisuutta ja henkistä virkistystä. Lisäksi toivottiin mahdollisuutta aktiiviseen taiteen tekemiseen. Museo voisi kertoa joskus vain yhdestä maalauksesta. Valita vaikkapa ”kuukauden maalauksen”.

Kun kolmekymmentä vuotta sitten kysyttiin ”Vastasiko museokäynti odotuksianne?” 95 % oli tyytyväinen museokäyntiinsä. Tiedusteltaessa museoiden käyttöä ja mielenkiintoisuutta lisääviä tekijöitä, 38 % oletti ilmaisen sisäänkäynnin lisäävän museokäymistä. Tyypillinen museokävijä vuosimallia 1982 oli 25–44 -vuotias, korkeasti koulutettu, toimihenkilöihin lukeutuva, nainen.

Kymmenen vuotta myöhemmin (1992) tehdyn valtakunnallisen kävijätutkimuksen mukaan museoiden tyypillinen asiakas oli edelleen 25–44-vuotias korkeasti koulutettu nainen.

Lähes puolet kävijöistä oli kesällä yli 150 km etäisyydeltä museoon tulleita. Kesällä ulkomailla asuvia oli hieman yli kymmenesosa kävijöistä. Syksyn kävijöistä suurin osa asui alle 50 km etäisyydellä museosta. Eläkeläisten osuus oli aikaisempaan tutkimukseen verrattuna noussut huomattavasti. Käynnin syitä tarkasteltaessa tärkeimpinä olivat kiinnostus museon esittelemään aiheeseen ja museoiden harrastaminen yleensä.

Museoiden harrastaminen korostui taide- ja kulttuurihistoriallisten museoiden kävijöillä. Luonnontieteellisten museoiden kävijät harrastivat vähiten museoissa käymistä. Luonnontieteellisissä museoissa näkyi kuten aikaisemminkin lasten merkitys käynnin innoittajana. Yli kolmasosa oli saanut tietoa museosta tuttavilta ja noin neljäsosa matkailuesitteestä. Edelliseen tutkimukseen verrattuna tuttavien osuus museokäynnin kannustajana korostui. Kävijäkunta oli lajuskollista museotyyppin kohdalla. Taidemuseoissa käyvä oli eniten kiinnostunut taidemuseoista ja luonnontieteellisten museoiden kävijöitä kiinnostivat luonnontieteelliset museot.

1980-luvun alussa 30 % vastaajista piti luonnontieteellisiä museoita kaikkein kiinnostavimpina. 1990-luvun alussa taidemuseot ja historialliset museot olivat kävijäyleisön suurimman kiinnostuksen kohteina. Lähes kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä museokäyntiinsä, noin viidesosan mielestä käynti jopa ylitti odotukset. Kolmannes vastaajista toivoi enemmän tietoa näyttelyesineistä. Tutkimus osoitti vapaa-ajan viettäjien ja matkailijoiden kiinnostuksen museoissa käymiseen lisääntyneen. Taidemuseoiden yleisö kävi muita useammin ja säännöllisemmin muissakin museoissa kuin luonnontieteellisten – tai paikallismuseoiden yleisö.

Kolmas valtakunnallinen kävijätutkimus vuonna 2002 osoitti, että tyypillinen museokävijä oli saman ikäinen kuin kymmenen vuotta sitten. Hän oli kotoisin pääkaupunkiseudulta ja vieraili museossa perheen seurassa loma- tai vapaa-ajan matkallaan. Valtaosa oli korkeakoulututkinnon suorittaneita ja ammatiltaan ylempiä toimihenkilöitä. Museoissa vierailtiin aihepiiriin, näyttelyn sekä viihtymisen vuoksi. Kävijöistä reilu kolmasosa harrasti museokäymistä.

Yli viisi kertaa vuoden aikana museoissa käyviä oli eniten taidemuseoiden- ja paikallismuseoiden kävijöiden joukossa. Kävijät toivoivat lähinnä esineiden koskettelumahdollisuutta ja enemmän tietoa näytte-

lyn aiheesta. Yli 90 % vierailisi uudelleen museossa, jossa oli käynyt ja suosittelisi museota tuttavalleen.

Neljäs valtakunnallinen tutkimus vuonna 2011 osoitti museokävijöiden mieltymysten ja kävijätottumusten pysyneen edelleen lähes samanlaisena. Suurin kävijäjoukko oli Etelä- ja Länsi-Suomesta (57 %), mikä läänimuutokset huomioiden oli lähes vastaava kuin kolmekymmentä vuotta sitten. Etelä- ja Länsi-Suomessa on eniten museoita ja myös eniten asukkaita niin tänään kuin vuonna 2002.

Ulkomaisten kävijöiden osuus oli lähes sama kuin aikaisemmin (12 %). Kesällä ulkomaisten kävijöiden osuus kokonaiskävijämäärästä oli hieman suurempi kuin syksyllä (kesällä 15 %, syksyllä 8 %). Museoissa vierailtiin aihepiirin ja näyttelyn vuoksi. Paikkakunnalla oltiin loma- ja vapaa-ajan matkalla.

Museokäynti ei ole menettänyt sosiaalista ulottuvuuttaan, vaan museoissa käydään perheen ja ystävien seurassa kuten aikaisemminkin. Museokäyntiin ja museoiden palveluihin ollaan tyytyväisiä. Käyntiin kokonaisuudessaan ja jokseenkin tyytyväisiä oli vastaajista 98 %. Palveluiden käyttöaste oli korkeimmillaan opastus-, kauppa- ja kahvilapalveluissa, joita käytti yli puolet tutkimukseen vastanneista (tyytyväinen tai jokseenkin tyytyväinen, opastuspalvelut 54 %, kahvila tai kauppa 57 %). Työpajoja arvioi käyntinsä perusteella vain 28 %.

Kävijät toivoivat lisätietoa näyttelyiden aiheista ja esineiden koskettelumahdollisuutta. Vastaajista lähes 60 % ei kuitenkaan kaivannut mitään erityistä.

Kävijöistä, jotka vastasivat tutkimukseen taidemuseoissa, 41 % vieraili vuoden aikana yli viisi kertaa museoissa. Luonnontieteellisten ja tiedekeskus Heureka kävijöistä yli viisi kertaa museoissa vuoden aikana käyneitä oli vähän yli kolmasosa. Heureka ja luonnontieteellisten museoiden kävijät olivat nuorempia. Valtaosa heistä oli ikäryhmässä 26–45 -vuotiaat. Taidemuseoissa vieraileva oli vanhempi. Suurin joukko taidemuseoissa vierailevista oli ikäryhmässä 46–65 -vuotiaat.

Muutoksia edelliseen tutkimukseen

MUSEON YLEINEN TUNNETTUUS käyntipäättöksen perusteena oli edelliseen tutkimukseen verrattuna vähentynyt kymmenen prosenttiyksikön verran. Samoin väheni ilmoitusten

ja lehtiartikkeleiden merkittävyys tiedonvälityksessä. Sattumalta museoon poikkeaminen puolittui edelliseen tutkimukseen verrattuna. Tämä saattaa johtua siitä, että paikallismuseoita, joissa aikaisemmin tehtyjen selvitysten mukaan vierailaan muita museoryhmiä useammin sattumalta, ei ollut tässä tutkimuksessa mukana. Paikallismuseoiden puuttuminen saattaa selittää myös yleisen tunnettuuden vähenemistä. Museokäynti harrastuksena on puolittunut edelliseen tutkimukseen verrattuna.

Museokäynnin odotuksina olivat elämys, tieto, ja viihtyminen, kun järjestys kymmenen vuotta sitten oli tieto, viihtyminen ja elämys. Museokävijöiden enemmistö oli vuonna 2002 ikäluokassa 25–44 -vuotiaat. Nyt enemmistö kävijöistä oli 46–65 -vuotiaita. Seuraavana oli ikäluokka 26–45. Ammattiryhmistä eläkeläisten osuus lisääntyi 7 %. Naiskävijöiden määrä kasvoi edelliseen tutkimukseen verrattuna 4 % ja korkeakoulutettujen määrä 9 %.

Museot ovat muuttuneet – kävijät ja kävijäodotukset eivät

MUSEOKÄVIJÖIDEN PROFIILISSA ja määrässä ei juurikaan ole muutosta tapahtunut, museot ovat muuttuneet sekä sisällöltään että esittämistavoiltaan. Tähän tutkimukseen osallistuneista museoista kaikilla oli Internet-sivustot ja suurimmalla osalla verkkonäyttelyitä. Museoilla on yhteisiä sivustoja ja portaalreja. Kuukauden taulun tai esineen esittely on varsin yleistä. Aktiivinen taiteen tekeminen ja osallistuminen näyttelyprosesseihin on sekin nykypäivää. Lapset on huomioitu pääosassa museoista omalla, tekemiseen painottuvalla näyttelykokonaisuudella.

Edellä mainittua suurempi museoiden asiakaspalvelua ja museoiden tarjontaan muuttava kehitys alkoi 1990- ja 2000-luvulla, jonka tuloksena museoita alettiin yhdistellä suuremmiksi ja monipuolisemmiksi yksiköiksi. Tämä trendi näyttää edelleen vahvistuvan. Näissä muutoksissa tavallista myös on ollut, että museo-sana jää pois museon markkinointi- ja viestintänimestä, koska yksikkö tuottaa myös muita kuin museopalveluja. Vastaava museo-sanana pois jättäminen on tosin tavallista myös niissä museouudistuksissa, joissa yksikkö edelleen keskittyy pelkästään museopalveluihin.



Museokeskus Vapriikki, Talvella.

MUSEOKESKUS-AJATELUN ensimmäisiä toteutuksia on ollut Tampereella toimiva Vapriikki, jonka brändin alle on 1990- ja 2000-luvuilla siirtynyt useita museoita. Uusimpana Postimuseo vuonna 2014.

Pohjanmaan museossa avattiin 2002 Terranova – Merenkurkun luontokeskus museon kellari-kerrokseen. Pohjanmaan museorakennuksessa

toimii kolme museotyyppiä taide, kulttuurihistoriallinen ja luonnontieteellinen.

Näyttelykeskus WeeGee avattiin 2006. Espoossa vanhassa kirjapainossa WeeGee -rakennuksessa toimii viisi museota.

Suomen merimuseo- ja Kymenlaakson maakuntamuseo toimivat 2008 avatussa Merikeskus Vellamossa.

Rovaniemellä avautui vuonna 2011 kulttuuri-keskus Korundi, jossa vanhan postiautovarikon rakennuksessa toimivat Rovaniemen taidemuseo ja Lapin kamariorkesteri. Rakennuksessa ovat myös Korundi-kirjasto, Korundi-kauppa ja Korundi-kahvila.

Mitä pitäisi tehdä?

MUSEOIDEN KÄVIJÄTUTKIMUS 2011 antaa monia hyviä vastauksia, mutta nostaa esiin myös keskeisiä kysymyksiä, jotka jäävät vielä ilman vastausta.

Museoiden tuotteet ja palveluasenne on kunnossa. Suomessa lienee harvoja toimijoita, joista asiakkaat vastaavat lähes 100 prosenttisesti olevansa erittäin tai jokseenkin tyytyväisiä saamaansa palveluun ja lupavat käyttää palveluja uudelleen sekä suositella palveluntarjoajaa myös tuttavilleen.

Jos kodinkoneliike, autokauppa tai puhelinoperaattori saisi asiakkailtaan vastaavan palautteen kuin museot, toimijoiden menestys olisi taattu ja asiakasmäärä ja muut tunnusluvut vahvassa kasvussa. Keskeinen kysymys onkin, miksei museoiden kohdalla vuosikymmeniä jatkunut yleistävä palaute tuotteesta ja asiakaspalvelusta näy kasvavina käyttäjämäärinä. Tilanne on lähinnä päinvastoin. Kokonaiskävijämäärä on pysynyt täysin samalla tasolla reilut 10 vuotta ja yksikköä kohden jyvitetty asiakasmäärät ovat jopa laskeneet.

Museoasiakas näyttää toimivan myös hinnan suhteen toisin kuin muilla palveluntarjoajilla. Hinnan lasku ei lisää kysyntää. Ilmaisten kävijöiden osuus museoasiakkaista on noussut 18 % vuodesta 2000 ollen vuonna 2010 jo 51 % kokonaiskävijämäärästä. Museoasiakkaat eivät myöskään toivo ilmaisuutta vaan suuri osa on valmis maksamaan saamastaan palvelusta enemmän kuin museot ovat heiltä veloittaneet. Merkittävää on, että maksuvalmiuteen ei vaikuta se, onko kävijä saanut palvelua

ilmaiseksi vai onko hän siitä maksanut. Maksuvalmiuden osalta museoiden keskeinen asiakaskunta on oletettavasti monen muun palvelujen tarjoajan näkökulmasta kadehdittava: myöhäiskeskä-ikäisiä, korkeasti koulutettuja toimihenkilöitä.

Kokonaiskävijämäärän kasvun pysähtyminen ja sen jääminen huomattavan alhaiseksi verrattuna muihin Pohjoismaihin on epäilemättä keskeisin ongelma, jonka suomalaisten museoiden on tulevilla kymmenvuotiskaudella ratkaistava. Tässä tutkimuksessa jälleen todistetuksi tullut tuotteen korkea laatu ja museohenkilöstön korkea osaaminen antavat tämän ongelman ratkaisemiseen hyvät eväät.

Kun korjattavaa ei näytä olevan tuotteessa ja palvelussa tai hinnassa (ainakaan alentamistarpeen osalta), myynnin lisäämisen perinteisimmän kaavan eli Philip Kotlerin 4P-mallin mukaan jäljelle jäävät saatavuus (sijainti) ja markkinointiviestintä (promootio). Molempien osalta tilannetta oletettavasti tulee korjaamaan museoiden keskittyminen yhteisiin tiloihin ja yhteisen brändin alle. Tämä ei kuitenkaan riitä, vaan

museotyöosaamista ja resursointia on laajennettava markkinointiviestintään suuntaan, jos ei muuten, niin vähentämällä panostuksia sisällöistä. Sisältöjen osalta näyttäisi siltä, että museoilla olisi varaa jopa hieman huonompaan palautteeseen nykyistä korkeammalla hinnalla.

Yksittäisistä kehittämistoimenpiteistä tärkeimpänä nousee ”Ei saa koskea”-tiedottamisen vähentäminen ja sen korvaaminen viesteillä saa koskea, lukea, kuunnella, tuntea ja viihtyä.



Lähdekirjallisuus

Falk, John H., *Identity and the Visitor Experience*. Left Coast Press, California, 2009.

Frey, B. S & Meier, S., *The Economic of Museums*. In Gingsburgh, V.A. & Thorsby, D.: Handbook of the economics of art and culture. Handbooks in economics 25. Elsevier, North-Holland, 2008.

Katsaus pohjoismaisista kulttuuritilastoista, Opetus- ja kulttuuriministeriön politiikka-analyyseja 2011:3, Helsinki 2011.

Leimu, Tuula, *Valtakunnallinen museoiden kävijätutkimus*, Suomen museoliiton tutkimuksia 29, Helsinki 1982.

Mikä museoissa on tärkeää? Suuren yleisön käsitykset tämän päivän museosta, Fountain Park Oy, **Elina Joensuu, Maarit Viik-Kajander** 25.3.2011

More than worth it, The Social Significance of Museums, DSP-group, Netherlands Museums Association, Holland, 2011.

Museotilastot 2000-2010. ISSN 1239-4149, Museo-
virasto, Helsinki.

National User Survey at the National and Government-approved Museums in Denmark, Kulturarvstyrelsen, 2009.

Niemelä, Anu, *Peltipurkkilonkeroita ja lehmänhäntäjuttuja, Syventävä kävijätutkimus Kiasman satunnaisen vieraiden käyntikokemuksista ARS 11 -näyttelyssä*. Helsinki, 2011.

Saresto, Sari, *Museot kävijän silmin, Valtakunnallinen museoiden kävijätutkimus*, Suomen museoliiton julkaisuja 38, Helsinki, 1992.

Taivassalo, Eeva-Liisa, *Valtakunnallinen museoiden kävijätutkimus*, Suomen museoliiton julkaisuja 53, Helsinki, 2003.

Liitteet

Liite 1: Tutkimukseen osallistuneet museot

Erikoismuseot

Alvar Aalto -museo
Designmuseo
Forum Marinum
Helinä Rautavaaran museo
Hiihtomuseo
Hotelli- ja ravintolamuseo
Jalkaväkimuseo
Keski-Suomen Ilmailumuseo
Kultamuseo
Kulttuurien museo
Kumbukumbu, Suomen Lähetysseuran museo
Lenin-museo
Lusto Suomen Metsämuseo
Mobilia
Outokummun kaivosmuseo
Panssarimuseo
Poliisimuseo
Postimuseo
Päivälehdien museo
Päämajamuseo
Radio- ja tv-museo
Rosenlew museo
Saamelaismuseo Siida
Sibeliusmuseo
Sotamuseo
Suojeluskunta ja Lotta Svärd –museo
Suomen Ilmailumuseo
Suomen Kellomuseo
Suomen käsityön museo
Suomen lasimuseo
Suomen lelumuseo Hevosenkenkä
Suomen maatalousmuseo Sarka
Suomenlinna-museo
Suomen merimuseo
Suomen rakennustaiteen museo
Suomen Rautatiemuseo
Suomen Tykistömuseo
Suomen Urheilumuseo
Suomen valokuvataiteen museo
Teatterimuseo
Tekniikan museo
Turun museokeskus, Apteekkimuseo
Työväenmuseo Werstas
Vankilamuseo

Kulttuurihistorialliset museot

Emil Aaltosen museo
Espoon kaupunginmuseo
Etelä-Karjalan museo
Etelä-Pohjanmaan maakuntamuseo
Forssan museo
Gallen-Kallelan museo
Halosenniemi
Haminan kaupunginmuseo
Heinolan kaupunginmuseo
Helsingin kaupunginmuseo, Hakasalmen huvila, Sederholmin talo
Helsingin yliopistomuseo Arppeanum
Hämeenlinnan kaupungin historiallinen museo
Imatran kaupunginmuseo
Kainuun museo
KAMU - Espoon kaupunginmuseo
Keski-Suomen museo
Kuhmon museo, Talvisotamuseo
Keuruun museo
Kumbukumbu, Suomen Lähetysseuran museo
Kuopion korttelimuseo
Kuopion kulttuurihistoriallinen ja Kuopion luonnon-tieteellinen museo
Kymenlaakson museo
Lohjan museo
Luostarinmäen käsityöläismuseo
Mannerheim-museo
Nurmeksen museo, Kötsin museo ja Ikola
Pielisen museo
Pietarsaaren kaupunginmuseo, Malmin talo
Pohjanmaan museo – maakuntamuseo
Pohjois-Karjalan museo
Pohjois-Pohjanmaan museo
Porvoon museo
Raahen museo
Rauman museo, Vanha Raatihuone ja Marela
Rautalammin museo
Sagalundin museo
Satakunnan museo
Savonlinnan maakuntamuseo
Serlachius museo, Gustaf
Suomen kansallismuseo
Hvitträsk
Tampereen museot, Vapriikki
Turun museokeskus, Turun linna
Uudenkaupungin kulttuurihistoriallinen museo
Vantaan kaupunginmuseo
Vihdin museo
Visavuoren museo

Luonnontieteelliset museot

Keski-Suomen luontomuseo
Luonnontieteellinen keskusmuseo, Luonnontieteellinen museo
Luontokokoelma Kieppi
Oulun yliopiston eläinmuseo
Turun museokeskus, Biologinen museo

Taidemuseot

Aineen taidemuseo
Amos Andersonin taidemuseo
Ateneumin taidemuseo
Didrichsenin taidemuseo
EMMA - Espoon modernin taiteen museo
Etelä-Karjalan taidemuseo
Helsingin taidemuseo, Tennispalatsi
Hyvinkään taidemuseo
Hämeenlinnan taidemuseo
Joensuun taidemuseo
Jyväskylän taidemuseo
Järvenpään taidemuseo
Kajaanin taidemuseo
Kemin taidemuseo
Kouvolan taidemuseo
Kuntsin modernin taiteen museo
Kuopion taidemuseo
Lahden taidemuseo
Lapinlahden taidemuseo
Lapuan taidemuseo

Lönströmin taidemuseo
Mikkelin taidemuseo
Nelimarkka-museo
Nykytaiteen museo Kiasma
Oulun taidemuseo
Porin taidemuseo
Raision museo Harkko
Rauman Taidemuseo
Riihimäen Taidemuseo
Rovaniemen taidemuseo
Salon taidemuseo Veturitalli
Sara Hildénin taidemuseo
Serlachius museo, Gösta
Sinebrychoffin taidemuseo
Särestöniemi-museo
Taidekeskus Kasarmi
Tampereen taidemuseo
Tikanojan taidekoti
Turun taidemuseo
Vantaan taidemuseo
Wäinö Aaltosen museo
Yhdistelmä-museot
Aboa Vetus & Ars Nova
Emil Cedercreutzin museo
Hiekan taidemuseo
Lapin maakuntamuseo
Saarijärven museo
Varkauden museo ja taidemuseo

Liite 2: Kävijätutkimus 2011 suorat jakaumat

Museoiden kävijätutkimus 2011, viikot 31 ja 42

JAKAUMAT	Yhteensä kpl	%
Kielijakaumat		
Suomi	10701	85 %
Ruotsi	365	3 %
Englanti	1233	10 %
Venäjä	333	3 %
Yhteensä	12632	

KYSYMYKSET	Yhteensä kpl	%
1. Mistä sait tietoa museosta?		
Tuttavilta / ystäviltä tai sukulaisilta	3836	26 %
Internetistä	1820	12 %
Facebookista, Twitteristä	91	1 %
Radiosta tai televisiosta	219	1 %
Lehtiartikkelista tai ilmoituksesta	1766	12 %
Matkaoppaasta, esitteestä	1692	11 %
Museo on yleisesti tunnettu	5566	37 %
Yhteensä	14990	

2. Mikä herätti kiinnostuksen tähän käyniin?		
Kiinnostuin aihepiiristä / näyttelystä	5000	32 %
Tulin viihtymään	2509	16 %
Halusin tuoda lapset museoon	2053	13 %
Museokäynti on harrastus	2470	16 %
Museokäynti kuului järjestetyn matkan ohjelmaan	834	5 %
Poikkesin sattumalta	1492	9 %
Muu syy, mikä	1431	9 %
Yhteensä	15789	

3. Oletko tällä paikkakunnalla?		
Tämän museokäynnin takia	1863	14 %
Loma- tai vapaa-ajan matkalla	5699	44 %
työmatkalla	407	3 %
Asun paikkakunnalla	4305	33 %
Muun tapahtuman vuoksi, minkä	656	5 %
Yhteensä	12930	

4. Mitä erityisesti odotit tästä museokäynnistä?		
Elämystä	6469	31 %
Oppimista	3683	18 %
Tietoa	5163	25 %
Viihtymistä	4467	21 %
Jotain muuta	312	1 %
Käynti oli pettymys, koska	93	0 %
Mikä jäi mieleesi?	795	4 %
Yhteensä	20982	

5. Oletko tänään museossa?		
Yksin	1927	15%
Perheenjäsenten seurassa	6979	53%
Ystävien seurassa	3346	25%
Ryhmän mukana	885	7%
Yhteensä	13137	

6.1. Museon näyttelyt olivat kiinnostavia		
Samaa mieltä	9280	74 %
Jokseenkin samaa mieltä	2951	24 %
Jokseenkin eri mieltä	187	2 %
Eri mieltä	46	0 %
Yhteensä	12464	

6.2. Museossa oli tarjolla riittävästi tietoa näyttelyistä		
Samaa mieltä	7867	64 %
Jokseenkin samaa mieltä	3837	31 %
Jokseenkin eri mieltä	543	4 %
Eri mieltä	102	1 %
Yhteensä	12349	

6.3. Olin tyytyväinen museon asiakaspalveluun		
Samaa mieltä	10201	82 %
Jokseenkin samaa mieltä	2016	16 %
Jokseenkin eri mieltä	157	1 %
Eri mieltä	34	0 %
Yhteensä	12408	

6.4. Olin tyytyväinen käyntiini kokonaisuudessaan		
Samaa mieltä	9856	79 %
Jokseenkin samaa mieltä	2366	19 %
Jokseenkin eri mieltä	163	1 %
Eri mieltä	38	0 %
Yhteensä	12423	

7.1. Olin tyytyväinen museon opastuspalveluihin		
Samaa mieltä	4263	41 %
Jokseenkin samaa mieltä	1387	13 %
Jokseenkin eri mieltä	109	1 %
Eri mieltä	33	0 %
En käyttänyt palveluita	4644	44 %
Yhteensä	10436	

7.2. Olin tyytyväinen museon oheistapahtumatarjontaan		
Samaa mieltä	2371	24 %
Jokseenkin samaa mieltä	1578	16 %
Jokseenkin eri mieltä	229	2 %
Eri mieltä	45	0 %
En käyttänyt palveluita	5677	57 %
Yhteensä	9900	

7.3. Olin tyytyväinen museon työpajatarjontaan		
Samaa mieltä	1373	14 %
Jokseenkin samaa mieltä	1004	11 %
Jokseenkin eri mieltä	235	2 %
Eri mieltä	60	1 %
En käyttänyt palveluita	6849	72 %
Yhteensä	9521	

7.4. Olin tyytyväinen museon palvelutarjontaan (esim. kahvila tai kauppa)		
Samaa mieltä	3889	38 %
Jokseenkin samaa mieltä	1984	19 %
Jokseenkin eri mieltä	278	3 %
Eri mieltä	119	1 %
En käyttänyt palveluita	3943	39 %
Yhteensä	10213	

8. Mitä jäit kaipaamaan?		
Enemmän tietoa näyttelyn aiheista	1256	10 %
Esineiden koskettelumahdollisuutta	1797	14 %
Interaktiivisuutta	1177	9 %
En kaivannut mitään, kaikki hyvin	7341	58 %
Muuta, mitä	1045	8 %
Yhteensä	12616	

9. Millä adjektiivilla kuvailisit tätä museota		
Perinteinen	5029	37 %
Kodikas	3456	25 %
Nykyaikainen, moderni	4348	32 %
Muu, mikä	835	6 %
Yhteensä	13668	

10. Vierailisitko uudelleen tässä museossa?		
Kyllä	11633	94%
En	779	6%
Yhteensä	12412	

11. Suositteletko museota tuttavallisesi?		
Kyllä	12164	98 %
En	262	2 %
Yhteensä	12426	

12. Minkä suuruisen pääsymaksun olisit valmis maksamaan tästä museokäynnistä?		
4–7 euroa	8256	67 %
8–10 euroa	2934	24 %
yli 10 euroa	247	2 %
0	839	7 %
Yhteensä	12276	

13. Oletko käynyt aikaisemmin tässä museossa viimeksi kulu- neen 12 kk aikana?		
yli viisi kertaa	648	5 %
1-5 kertaa	3808	31 %
en ole käynyt aikaisemmin	7890	64 %
Yhteensä	12346	

14. Kuinka usein olet käynyt muissa museoissa viimeksi kuluneiden 12 kk aikana?		
Yli viisi kertaa	3728	30 %
1-5 kertaa	7046	57 %
en ole käynyt aikaisemmin	1628	13 %
Yhteensä	12402	

15. Oletko		
Nainen	7860	62 %
Mies	4766	38 %
Yhteensä	12626	

16. Oletko		
Alle 14	593	5 %
14–25	1612	13 %
26–35	1913	15 %
36–45	2195	17 %
46–55	2376	19 %
56–65	2402	19 %
66–75	1315	10 %
yli 75	329	3 %
Yhteensä	12735	

17. Asuinpaikka		
Etelä-Suomi	3888	33 %
Länsi-Suomi	2863	24 %
Itä-Suomi	1187	10 %
Pohjois-Suomi	836	7 %
Ahvenanmaa	11	0 %
Pääkaupunkiseutu	1687	14 %
Maa, Mikä	1452	12 %
Yhteensä	11924	


18. Etäisyys kotoa museoon		
Alle 50 km	5445	44 %
50–150 km	1975	16 %
yli 150 km	4967	40 %
Yhteensä	12387	

19. Ammattiryhmä		
ylempi toimihenkilö	2554	21 %
alempi toimihenkilö	1562	13 %
työntekijä	2175	18 %
yrittäjä	783	6 %
eläkeläinen	2352	19 %
koululainen	664	5 %
opiskelija	1516	12 %
joku muu	663	5 %
Yhteensä	12269	

20. Peruskoulutus		
peruskoulu	1436	12 %
ammattikoulu	1390	11 %
ylioppilastutkinto	1512	12 %
opistotasoinen tutkinto	2480	20 %
korkeakoulututkinto	5442	44 %
Yhteensä	12260	

Liite 3: Kävijätutkimus 2011 kyselylomake

Lomake oli painettu, suomeksi, ruotsiksi, englanniksi ja venäjäksi.

 Museoiden kävijätutkimus

Museo täyttää
Museo _____
Lomake _____
Kieli _____

Hyvä vastaanottaja!

Suomen museoliitto tekee valtakunnallisen tutkimuksen museoissa kävijöistä. Tulosten avulla pyrimme kehittämään museoiden palveluja. Pyydämme Sinua vastaamaan lomakkeella oleviin kysymyksiin. Merkitse rasti sen vastausvaihtoehdon kohdalle, joka parhaiten kuvaa Sinun mielipidettäsi. Voit valita useampia vaihtoehtoja, jos se sopii tilanteeseesi. Joissakin kysymyksissä on useampia osia (kysymykset 1, 2, 4, 6 ja 7). Vastaa tällöin jokaiseen osaan.

1. Mistä sait tietoa museosta?

Kyllä	Ei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	tuttavilta tai sukulaisilta	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	radiosta tai televisioista	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	lehtiartikkelista tai ilmoituksista	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	matkailuoppaasta tai -esitteestä	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	internetistä	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	museo on yleisesti tunnettu	

2. Mikä herätti kiinnostuksen tähän käyntiin?

Kyllä	Ei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	olen kiinnostunut aihepiiristä/näyttelystä	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	tuulin viihtymään	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	halusin tuoda lapset museoon	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	joku muu seurueesta halusi	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	harrastan yleensä museoissa käyntiä	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	se kuului järjestetyn matkan ohjelmaan	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	poikkesin sattumalta	

3. Oletko tällä paikkakunnalla?

<input type="checkbox"/>	tämän museokäynnin takia
<input type="checkbox"/>	loma- tai vapaa-ajan matkalla
<input type="checkbox"/>	työmatkalla
<input type="checkbox"/>	asut paikkakunnalla

4. Mitä sait tästä museokäynnistä?

Kyllä	Ei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	tietoa	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	viihtymistä	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	elämyksen	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ajankulua	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	en osaa sanoa	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	käynti oli pettymys, miksi? _____	

Mikä jäi mieleesi? _____

Käännä →

9. Millä adjektiiveilla kuvailisit tätä museota?

<input type="checkbox"/>	perinteinen
<input type="checkbox"/>	nykyaikainen
<input type="checkbox"/>	opettava
<input type="checkbox"/>	mielenkiintoinen
<input type="checkbox"/>	yhdentekevä
<input type="checkbox"/>	kiva
<input type="checkbox"/>	tylsä
<input type="checkbox"/>	muu, mikä? _____

10. Oisitko valmis vieraillemaan uudelleen tässä museossa?

<input type="checkbox"/>	kyllä
<input type="checkbox"/>	en

11. Suositteisitko museota tuttavillesi?

<input type="checkbox"/>	kyllä
<input type="checkbox"/>	en

12. Onko museon pääsymaksu tarjontaan nähden mielestäsi?

<input type="checkbox"/>	sopiva
<input type="checkbox"/>	kallis

Minkä suuruisen pääsymaksun olisit valmis maksamaan tästä museokäynnistä? _____ euroa.

13. Kuinka paljon rahaa kulutit käynnilläsi?

<input type="checkbox"/>	ilmaiskävijä
<input type="checkbox"/>	pääsymaksu _____ euroa
<input type="checkbox"/>	ostokset myymälästä _____ euroa
<input type="checkbox"/>	kahvila _____ euroa

14. Oletko käynyt aikaisemmin tässä museossa viimeksi kuluneen 12 kuukauden aikana?

<input type="checkbox"/>	yli viisi kertaa
<input type="checkbox"/>	1 – 5 kertaa
<input type="checkbox"/>	en ole käynyt aikaisemmin

Taustatietoja:

15. Oletko?

<input type="checkbox"/>	nainen
<input type="checkbox"/>	mies

16. Oletko?

<input type="checkbox"/>	11 – 14 -vuotias
<input type="checkbox"/>	15 – 24 -vuotias
<input type="checkbox"/>	25 – 44 -vuotias
<input type="checkbox"/>	45 – 64 -vuotias
<input type="checkbox"/>	yli 64 -vuotias

17. Asuinpaikka?

<input type="checkbox"/>	pääkaupunkiseutu
<input type="checkbox"/>	muu yli 50 000 asukkaan kaupunki
<input type="checkbox"/>	alle 50 000 asukkaan kaupunki
<input type="checkbox"/>	muu kunta
<input type="checkbox"/>	ukkomaa

18. Etäisyys kotoa museoon?

<input type="checkbox"/>	alle 50 kilometriä
<input type="checkbox"/>	50 – 150 kilometriä
<input type="checkbox"/>	yli 150 kilometriä

19. Ammattiryhmä?

<input type="checkbox"/>	johtavassa asemassa oleva
<input type="checkbox"/>	yfempi toimihenkilö
<input type="checkbox"/>	atermpi toimihenkilö
<input type="checkbox"/>	työntekijä
<input type="checkbox"/>	yrittäjä
<input type="checkbox"/>	maanviljelijä
<input type="checkbox"/>	eläkeläinen
<input type="checkbox"/>	koululainen
<input type="checkbox"/>	opiskelija
<input type="checkbox"/>	työtön
<input type="checkbox"/>	en ole ansiotyössä

20. Peruskoulutus?

<input type="checkbox"/>	peruskoulu
<input type="checkbox"/>	ammattikoulu
<input type="checkbox"/>	ylioppilastutkinto
<input type="checkbox"/>	opistotasoinen tutkinto
<input type="checkbox"/>	ammattikorkeakoulututkinto
<input type="checkbox"/>	korkeakoulututkinto

Kiitämme vastauksistasi.
Palauta lomake museovirkailijalle.

Riksomfattande besökarundersökning 2011

FINLANDS MUSEIFÖRBUND har utfört Riksomfattande besökarundersökningar med tio års intervall 1982, 2002 och 2011. Syftet med undersökningarna är att utveckla samarbetet mellan museerna och samla information om besökarnas erfarenheter av museibesöket. Grundmaterialet för undersökningarna är blanketter som besökarna fyllt i vid det museum de besökt. För att bevara jämförbarheten har innehållet i blanketterna ändrats mycket lite under årens lopp.

I Finland finns 158 professionella museer, varav 49 % är kulturhistoriska museer, 27 % specialmuseer, 17 % konstmuseer, 4 % naturvetenskapliga museer och 3 % kombinationsmuseer. I undersökningen som gjordes 2011 statistikfördes 12 000 blanketter. 139 museer lämnade in blanketter för undersökningsveckan i början av augusti och 132 för undersökningsveckan i mitten av oktober.

Till undersökningen hörde också en intervju på webben där icke-besökarens åsikter undersöktes. Undersökningen visade att uppfattningen om museer var positiv också bland dessa personer. Museernas viktigaste uppgift ansågs vara att bevara det historiska och kulturella arvet.

Det totala besökarantalet i museerna i Finland har hållit samma nivå under de senaste tio åren, dvs knappt 5 miljoner. Antalet museer har ökat med 27 på tio år. Andelen gratisbesökare på de finländska museerna ökade från 36 % till 51 % under 2002–2011. På basis av den tillgängliga informationen besöks museer mer sällan i Finland än i övriga Norden. För att bekräfta detta och utreda förhållandet mellan orsak och påföljd krävs noggrannare utredningar.

Information om museer fås i huvudsak av bekanta, vänner och släktingar. I detta avseende har inga ändringar skett jämfört med föregående undersökning. Internet var den huvudsakliga informationskällan för 12 % av besökarna. I jämförelse med 2002 kunde en tillväxt på 4 procentenheter konstateras. I framtiden verkar mobila apparater ha en allt större roll som källa till inspiration att besöka ett museum. Detta kommer antagligen att öka antalet spontana besökare.

Antalet ryska turister av de turister som reser till Finland har ökat kontinuerligt. Ryska turister kommer till Finland med sina familjer och besöker också museer flera gånger om året. Över en tredjedel av de ryska besökarna får information om museer från bekanta och på internet.

Finlands museiförbund gjorde i samband med besökarundersökningen en utredning om användningen av verktyg för social media på museerna. Facebook var det populäraste mediet för att få kontakt med museibesökarna. Bland de 86 museer som besvarade förfrågan använde 79 Facebook. Av svarandena uppgav nio procent att museet tillhandahåller mobiltjänster. Upphovsrättsfrågor begränsar en mer omfattande användning av mobiltjänster.

De besökare som deltagit i undersökningen är nöjda med kundtjänsten på museerna och berättade att de rekommenderar för sina vänner och bekanta att besöka ett museum. Konstmuseer besöks mest, över fem gånger per år. Naturhistoriska museer besöks med barn och familj.

Nordiskt jämförelsematerial för besökarundersökningen 2011 var tillgänglig för Danmark. Besökarprofilen och besökarnas bedömningar om museerna är likadana i Danmark och Finland. Konstmuseernas popularitet bland högutbildade kvinnor är lika hög och i båda länderna lockar naturhistoriska museer yngre besökare än genomsnittsåldern hos besökarna och i synnerhet familjer. (jfr National User Survey at the National and Government. Approved Museums in Denmark, Kulturarvstyrelsen, 2009.)

National visitor survey 2011

THE FINNISH MUSEUMS ASSOCIATION has conducted national visitor studies at ten-year intervals: in 1982, 1992, 2002 and 2011. The purpose of the surveys has been to develop audience education between the museums and provide information about visitors' experience of their museum visits. The basic materials for the surveys have been forms filled out by visitors at the museum visited. For reasons of comparability, only minor changes have been made to the forms' content over the years.

There are 158 professionally run museums in Finland, of which 49% are cultural history museums, 27% specialised museums, 17% art museums, 4% natural history museums and 3% combination museums. In the 2011 survey, statistics were compiled on over 12,000 forms. A total of 139 museums returned forms from the survey week in early August, and 132 museums from the survey week in mid-October.

The survey also included an online interview section, which examined the opinions of non-museum goers. The survey showed that the perception of museums was positive among them as well. Preservation of history and cultural heritage was considered to be the most important task of museums.

The total number of visitors to museums in Finland has remained steady for the last decade, i.e. slightly less than 5 million. The number of museum sites has increased by 27 during a period of ten years. The proportion of free visits in Finnish museums had risen from 36% to 51% in 2002–2011. Based on the information available, Finns visit museums less than people in other Nordic countries. Further studies will be necessary in order to confirm this and to analyse cause-and-effect relations.

The main source of information about museums consists of acquaintances, friends and relatives. There has been no change from the previous survey. The internet was the primary source of information for 12% of museum visitors. Growth compared to 2002 was some 4 percentage points. The significance of mobile devices as a spur to making a museum visit is likely to grow in the future. This will presumably increase the number of occasional visitors.

The number of Russian visitors among travellers to Finland has been continuously growing. Russians come to Finland with their families, and they also visit museums several times a year. More than a third of Russians obtain their information about a museum from acquaintances and the internet.

In connection with the visitor survey, the Finnish Museums Association conducted an analysis of the use of social media tools in museums. Facebook was the most popular method of keeping in touch with museum visitors. Of the 86 museums that responded, 79 used Facebook. Nine percent of the respondents reported that their museum provided mobile services. Broader use of mobile service appears to be restricted by copyright issues.

Visitors who participated in the survey are satisfied with the customer service provided by museums and said they would recommend that friends and acquaintances visit the museum. The museums most frequently visited – more than five times a year – are art museums. Natural history museums are visited with children and the family.

The Nordic reference materials in the visitor survey for 2011 were available for Denmark. The visitor profile and visitors' assessments of the museums are similar in Denmark and Finland. The popularity of art museums among university-educated women is the same in both countries, as is the fact that natural history museums attract age groups younger than the average visitor, and especially families. (Cf. National User Survey at the National and Government. Approved Museums in Denmark, Kulturarvstyrelsen, 2009.)



SUOMEN MUSEOLIITTO
FINLANDS MUSEIFÖRBUND
FINNISH MUSEUMS ASSOCIATION

Museokävijä 2011
Suomen museoliiton julkaisuja 62
Suomen Museoliitto ry 2012
ISBN 978-951-9426-41-9 (nid.)
ISBN 978-951-9426-38-9 (pdf)
ISSN 0355-1741