

# Museoliitto

## Museoliiton vuosi 2025

Vuosikertomus



# Vuosikertomus 2025

1. Toimitusjohtajalta: Museoliiton vuosi 2025
2. Edunvalvonta ja kehittäminen
3. Viestintä
4. Koulutus ja tapahtumat
5. Vuoden museo 2025
6. Hallinto
7. Museokortti

# Toimitusjohtajalta

Museoliitto-konsernin vuotta 2025 määrittivät aktiivinen edunvalvonta ja yhteinen työ museoiden menestyksen rakentamiseksi.

Edunvalvonnan painopisteitä olivat kulttuurialan leikkausten torjuminen vuoden 2026 talousarviossa, alue- ja kuntavaaleihin liittyvä kampanjointi sekä museoiden aseman varmistaminen kulttuuripoliittisessa selonteossa.

Museoalan merkittävimmät riskit liittyvät valtion ja kuntien talouskehitykseen sekä niiden kykyyn ylläpitää museotoimintaa. Leikkausten uhka varjosti toimintavuotta. Hallituksen puoliväliriihessä luovuttiin merkittävistä kulttuuriin kohdistuvista leikkauksista ja aiemmin päätettyjen sopeutustoimien lisäsäästöistä, mikä luo vakautta seuraavalle vuodelle.

Myös kuluttajien yleinen taloudellinen luottamus ja ostovoiman kehitys ovat tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa museokäynteihin ja Museokortin kysyntään. Museokorttien myynti jatkoi kuitenkin kasvua ja ylsi 363 000 myytyyn Museokorttiin tammikuussa 2026.

Kuluvan hallituskauden merkittävin kulttuuripoliittinen strategia, kulttuuripoliittinen selonteko, hyväksyttiin eduskunnassa 2025. Museoliitto korosti lausunnoissaan, kuulemisissa ja muussa vaikuttamistyössä museoiden yhteiskunnallista merkitystä ja museotoiminnan dynaamista roolia sekä liiketaloudellista ulottuvuutta, joka vahvistaa myös luovien alojen kasvua. Museoiden laaja vaikuttavuus tulee huomioida kulttuuripoliitikassa. Museoiden ja kulttuuriperinnön painoarvo nousivat vahvemmin esiin kulttuuripoliittisen selonteon toimeenpanosuunnitelmassa, ja Museoliiton työ museoiden hyvien toimintaedellytysten varmistamiseksi jatkuu määrätietoisesti.



Museoliiton toimitusjohtaja  
Petra Havu

Alue- ja kuntavaaleissa Museoliitolla oli kolme kärkiteemaa: Museo luo elinvoimaa, Hyvinvointia museosta sekä Lasten ja nuorten museo. Näitä jalkautimme tapaamisissa, viestinnässä ja runsaan kampanjamateriaalin avulla. Syksyllä 2025 julkaisimme uusille valtuustoille suunnatun materiaalin Museo kannattaa kunnalle – Kolme hyvää syytä ottaa museo mukaan kunnan strategioihin.

Merkittävä panostus on Museoliiton valmisteleva vaikuttavuusmalli. Se on monivuotinen hanke, joka tarjoaa museoille ja Museoliiton edunvalvontaan uutta tietoa ja argumentteja museoiden vaikuttavuuden osoittamiseksi. Toimintavuonna valmisteltiin mallin pilotointia, ja vuonna 2026 pääsemme julkaisemaan ensimmäisiä malliin liittyviä tuloksia.

Vuonna 2025 konsernin sisäisten talous- ja henkilöstöpalveluiden tuottaminen siirrettiin emo-organisaatiosta tytäryhtiöön. Päätökseen vaikutti mm. professori Sami Torstilan johdolla tehty selvitys, jossa tarkasteltiin erityisesti konsernin toiminnan organisoimisen verotehokkuutta. Tavoitteena on toiminnan tehostaminen ja ratkaisut, jotka keventävät konsernin menoja.

Vuoden museo –kilpailun konseptin kehitettiin toimintavuonna kyselyillä kerätyn palautteen perusteella ja tiiviissä yhteistyössä ICOM Suomen komitean kanssa. Vuodenvaihteessa 2025–2026 lanseerattiin uudistunut kilpailu, jolla tavoitellaan osallistuville museoille aiempaa laajempaa näkyvyyttä niin Museokortin kanavissa kuin myös mediassa. Vuoden museo 2026 kruunataan Museopäivillä Hämeenlinnassa toukokuussa 2026.



Museomuseo-näyttelyn avajaiset helmikuussa 2025.  
Kuva Ida Pimenoff.

02

Edunvalvonta ja kehittäminen



# Edunvalvonta: painopisteenä museoiden julkinen rahoitus

Museoliiton alue- ja kuntavaalien kärkiteemat vaalikeväälle 2025:

Museo luo elinvoimaa

Hyvinvointia museosta sekä

Lasten ja nuorten museo.

Vuonna 2025 Suomen museoliiton edunvalvonnan kampanjointi keskittyi kunta- ja aluevaaleihin sekä elokuussa järjestettävään Poliitikon museoharjoitteluun, johon osallistui noin 80 kuntapäätäjää ja kansanedustajaa museoissa eri puolilla maata. Alue- ja kuntavaaleihin liittyvä vaikuttaminen jatkui, kun uudet valtuustot aloittivat työnsä. Syksyllä julkaistiin kärkiteemakampanjaa täydentävä materiaali Museo kannattaa kunnalle – Kolme hyvää syytä ottaa museo mukaan kunnan strategioihin. Materiaalia jaettiin kuntiin ja hyviä käytäntöjä esiteltiin sidosryhmäviestinnässä.

Merkittävä osa vaikuttamistyötä kohdistui kulttuurialan leikkausten torjumiseen valtion vuoden 2026 talousarviossa. Näkyvä osa vaikuttamistyötä oli Museomuseo-kampanja. Median museo ja arkisto Merkissä helmi-maaliskuussa järjestetty näyttely esitti kymmenen taiteilijan näkemyksen museoiden merkityksestä.

Vaikuttajaviestinnän tavoite on tukea hyvää päätöksentekoa valtakunnallisella ja kuntien tasolla tarjoamalla päätösten tueksi ajantasaista ja laadukasta tietoa. Edunvalvonnan tueksi ja tilannekuvaa kirkastamaan tuotettiin kyselyitä, kuten budjettiriihen alla julkaistu Museobarometri. Tulokset olivat vaikuttajaviestinnän keskeistä sisältöä.

# Alue- ja kuntavaalien kärkiteemat 2025

Museoliitto korosti alue- ja kuntavaalivuonna 2025 kolmea tärkeää teemaa: Museo luo elinvoimaa, Hyvinvointia museosta sekä Lasten ja nuorten museo.

Teemoista tuotettiin esitteitä ja esityksiä, museoita osallistava somekampanja ja muuta somesisältöä sekä artikkeleja. Kohderyhminä olivat puolueet, kuntavaaliehdokkaat ja äänestäjät. Museo kannattaa kunnalle -materiaali syvensi kärkiteemoja esittelemällä hyviä kuntayhteistyön käytäntöjä museoista ja kunnista ympäri maata.

[Tutustu materiaaleihin.](#)



Kärkiteemoja esiteltiin monipuolisten museoesimerkkien kautta. Lasten ja nuorten museopalveluiden tärkeyttä tuotiin esiin Vapriikin Musti-kerhon ja innokkaiden kerholaisten kokemusten avulla. Kuva Heli Nousiainen / Vapriikki.



# Museomuseo teki kulttuurileikkausten hinnan näkyväksi

Museoliiton Museomuseo-näyttely puolusti taiteen keinoin kulttuuriperintöä ja museoita kulttuurin leikkauksia vastaan. Näyttely oli esillä Median museo ja arkisto Merkissä helmi-maaliskuussa 2025.

Näyttelyssä olivat mukana taiteilijat **Petra Aaltola, Ville Andersson, Piia Hiltunen, Kaapo Kamu, Nikolo Kerimov, Tero Kuitunen, Miro-Benjamin Lindström, Linda Linko, Kalle Taivainen aka Loiriplukari ja Vappu Rossi.**

Kymmenen taiteilijaa käsittelivät sekä vakavissaan että satiirin keinoin kulttuuriperintömme katoamista ja museoiden merkitystä niin yhteiskunnan kuin yksilön tasolla. Teokset osoittivat, millainen hinta kulttuuriin kohdistuvista leikkauksista jää maksettavaksi.

Museomuseo korosti, ettemme halua tulevaisuutta, jossa suljettuja museoita voisi muistella enää vain museossa.

Museomuseo toteutettiin yhteistyössä brändi- ja viestintätoimisto United Imaginationsin, digitoimisto Alfonsin sekä PR-toimisto Bucket Agencyn kanssa. Luovan alan toimistot osallistuivat hankkeeseen pro bono.



Museomuseon avajaiset Merkissä helmikuussa 2025. Kuva Ida Pimenoff.

# Poliitikon museoharjoittelu

Vuotuinen Poliitikon museoharjoittelu –kampanja järjestettiin Poliitikon museoharjoittelu -kampanjaviikko järjestettiin 18.–22.8.2025 Museoliitto vastasi kampanjan valtakunnallisesta näkyvyydestä ja tiedottamisesta. Mukana oli toimintavuonna noin 80 kuntapäättäjä ja kansanedustajaa, jotka vierailivat museoissa ympäri maata. Toimintavuonna kampanjan osallistujamäärä kasvoi noin kolmanneksen edelliseen vuotene verrattuna.

Museovierailuilla tuodaan esille museoiden monipuolista työtä ja koko Suomen kattavan museoverkoston yhteiskunnallista merkitystä. Samalla museot saavat tärkeitä kontakteja päättäjiin läheltä ja valtakunnallisen päätöksenteon tasolta.



Tiede- ja kulttuuriministeri Mari-Leena Talvitie osallistui Museoliiton ja Oulun kaupunginmuseon järjestämään Poliitikon museoharjoitteluun elokuussa 2025. Kuva Teija Soini

# Lausunnot ja kyselyt

Museoliiton tärkeä tehtävä on museokentän edustaminen ja edunvalvonta kansallisen ja kansainvälisen lainsäädännön ja rahoitusratkaisujen sekä viranomaismääräysten valmistelussa. Osa tehtävää on lausuntojen antaminen ja muu osallistuminen lainsäädännön valmisteluun. [Lausunnot ja kannanotot julkaistaan liiton sivuilla.](#)

Toimintavuonna annettiin 4 lausuntoa. Aiheina olivat opetus- ja kulttuuriministeriön hallinnonalan virastouudistusta koskeva lainsäädäntö, kulttuuripoliittinen selonteko, uusi alueidenkäyttölaki sekä hallituksen esitys laeiksi vuoden 2026 tuloveroasteikosta sekä tuloverolain ja verotusmenettelystä annetun lain muuttamisesta.

Museoliitto osallistui kulttuuriperintöstrategian toimeenpanosuunnitelmaa varten tuotetun verkkopalvelun testaamiseen sekä tuotti aineistoa palveluun.

# Hankkeet ja muu kehittäminen

## Hankkeet

Museoliiton hankkeelle *Museoiden yritys yhteistyö: uudet mahdollisuudet* myönnettiin ESR+ -rahoitusta. Hanke valmisteltiin yhteistyössä Museo- ja kulttuuriperintöalan ammattiliitto MALin sekä museoammattilaisten kanssa. MAL on myös mukana rahoittamassa hanketta. Hanke toteutetaan ajalla 1.1.2026 ja se päättyy 30.6.2027.

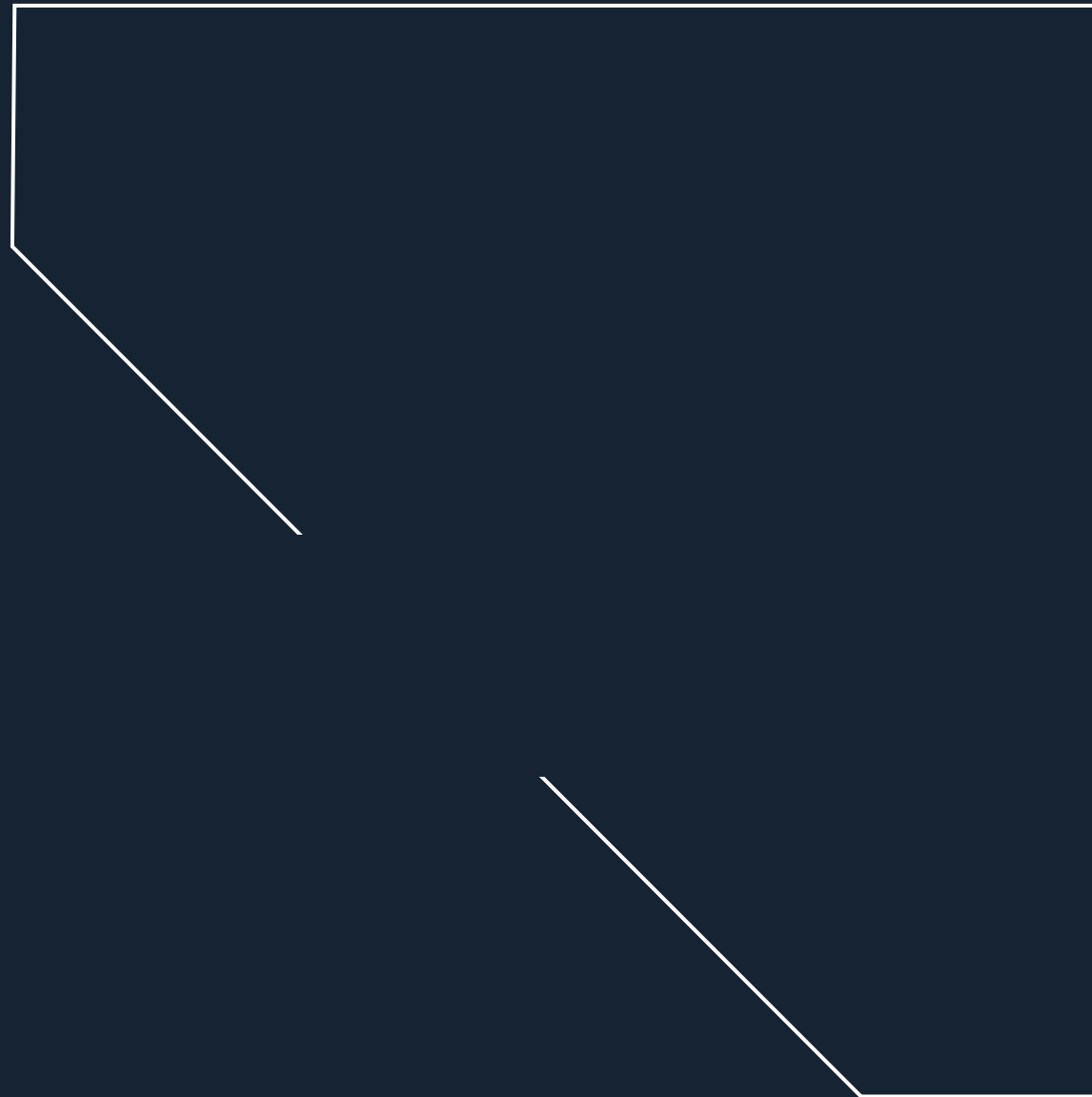
*Kohti ekososiaalista sivistystä. Museoiden tulevaisuusperintöverkosto kestävyysmurroksen vauhdittajaksi* -toimintahanke sai rahoituksen Nesslingin säätiöltä. Hanke käynnistyy keväällä 2026.

## Vertaiskehittämisfoorumi

Museoviraston ja Museoliiton yhdessä toteuttama Vertaiskehittämisfoorumi alkoi huhtikuussa 2024 ja päättyi kesäkuussa 2025. Mukana oli 10 museota kehittämässä omaa toimintaansa.

03

Viestintä



# Viestintä rakentaa luottamusta

Viestintä on liiton sääntömääräinen tehtäviä, joka tukee edunvalvontaa ja täydennyskoulutusta, jakaa tietoa tutkimuksista, selvityksistä sekä alan kehityksestä ja ylläpitää museoalan sisäistä keskustelua. Viestinnän tehtäviä ovat vaikuttajaviestintä ja edunvalvonnan tavoitteista viestiminen, koulutusten ja tapahtumien markkinointiviestintä, museomielikuvan rakentaminen yhdessä Museokortin kanssa ja museokentän yhteisöllisyyden vahvistaminen. Viestintä rakentaa luottamusta sekä jäsenkentässä että sidosryhmien keskuudessa. Museoliiton viestintä vastaa konsernin yhteisestä viestinnästä ja sisäisen viestinnän kehittämisestä.

Viestinnän strategista kehitystä ohjaa vuonna 2024 hyväksytty Museoliitto-konsernin viestintästrategia. Se asettaa vuoteen 2026 ulottuvalle strategiakaudelle neljä tavoitetta:

1. Tarjoamme ajankohtaisimman tilannekuvan suomalaiselta museokentältä.
2. Teemme tehokasta ja tavoitettavaa vaikuttaja-viestintää.
3. Syvennämme ymmärrystä kohderyhmistä ja kehitämme viestintää sekä markkinointia.
4. Pidämme strategiset teemat puheenaiheina.

Museoliiton jäsenorganisaatioiden ja niiden ylläpitämien museokohteiden henkilökunta on viestinnän tärkein kohderyhmä, johon kuuluu noin 3 000 museoammattillisissa ja muissa museoiden tehtävissä työskentelevää henkilöä.

Ylläpidämme useita museoalalla vakiintuneita ja vaikuttavia viestinnän palveluita ja kanavia: museoliitto.fi, museolehti.fi, Museoposti-sähköpostilista ja kolme uutiskirjettä eri kohderyhmille. Omien kanavien lisäksi Museoliitto käyttää aktiivisesti sosiaalisen median kanavia, jotka tavoittavat tärkeät kohderyhmät: museoalan ja päättäjät. Toimintavuonna laajimmin tavoittaneet ansaitun median aiheet olivat Museokortin suosio ja museoiden käyntimäärät, Vuoden museo, Poliitikon museoharjoittelu –kampanja ja museoiden elinvoimavaikutukset sekä julkisen rahoituksen näkymät.

# Museo-lehden vuosi 2025



Museo

Museo on museoalan ihmisten, ilmiöiden ja puheenaiheiden media, jonka kohderyhmiä ovat museoihmiset Inarista Hankoon ja arkistoista infopisteelle. Lehti kertoo museoalan ihmisistä, ajankohtaisista ilmiöistä, tutkimuksesta ja polttavista puheenaiheista meiltä sekä maailmalta.

Museo-lehti tukee Museoliiton strategisia painotuksia mm. käymällä keskustelua museoiden merkityksestä yhteiskunnassa ja mahdollistamalla alaa kehittävän ammatillisen keskustelun.

Uudistunut Museo-lehti julkaistiin verkkolehden muodossa kesäkuussa 2024. Vuosi 2025 oli siis uudistuneen verkkolehden ensimmäinen kokonainen ilmestymisvuosi. Verkkomediassa julkaistiin vuoden 2025 aikana yhteensä 76 juttua. Keväällä 2025 toteutettiin myös lukijakysely, jonka avulla kartoitettiin lukijoiden mielipidettä uudistuneesta lehdestä sekä kirkastettiin lukijaprofiilia.



Museopäivät Porissa toukokuussa 2025. Kuva Veera Korhonen.

04

Koulutus ja tapahtumat



# Museoliiton koulutus on museon osaamisen kehittämisen kumppani

1383 täydennyskoulutusten osallistujaa

38 tutkinto-opiskelijaa neljässä koulutusohjelmassa

30 täydennyskoulutusta vuonna 2025

Museoliiton täydennyskoulutuksiin osallistui vuoden aikana tutkintokoulutukset mukaan lukien 1383 henkilöä. Tutkinto- ja osatutkintokoulutuksiin osallistui vuoden 2025 aikana 35 opiskelijaa.

Täydennyskoulutuksia järjestettiin 30 kpl, ja ne toteutettiin sekä webinaareina että lähikoulutuksena. Museoliitto järjestää yhteistyökumppaneidensa kanssa ammatillista tutkinto- ja osatutkintokoulutusta tuotekehitys-, esihenkilö- ja talouden johtamisen alueella.

Museoliiton Koulutuspalvelut seurasi vuoden 2025 aikana tiiviisti voimakkaassa muutoksessa olevan museoalan kotimaista ja kansainvälistä kehitystä. Vuoden 2025 aikana kartoitettiin jäsenistön osaamisen kehittämisen tarpeita ja käynnistettiin kehityshankkeita ajantasaisten ja saavutettavien osaamisen kehittämisen palveluiden tuottamiseksi. Koulutuspalvelut osallistuivat myös Museoviraston Vertaiskehittämisfoorumien suunnitteluun ja toteuttamiseen.

# Tapahtumat kokoavat museokentän yhteen

Valtakunnalliset museopäivät järjestettiin Porissa 21.—23.5.2025 yhteistyössä Satakunnan Museon, Porin taidemuseon ja Porin kaupungin kanssa. Museopäivien teemana oli museoiden strateginen uudistuminen ja yhteiskunnallinen merkitys muuttuvassa maailmassa. Osallistujia kolmipäiväisessä tapahtumassa oli 330.

Perinteinen Museoliiton Tietopäivä järjestettiin Museoliiton toimistolla 4.12. Aamupäivän ohjelma ennakoivat valmistautumista keväällä 2027 järjestettävin eduskuntavaaleihin, tarkasteli museoiden tutkimuksellista perustaa ja jakoi kokemuksia kansainvälisestä hanketoiminnasta.



Museopäivät Porissa 2025.  
Kuva Veera Korhonen.

05

Vuoden museo 2025



# Lahden museot on Vuoden museo 2025

Vuoden 2025 museopalkinnot jaettiin Museopalkintogaalassa Porissa 22.5.2025.

Vuoden museo 2025 -palkinnon sai Lahden museot. Vuoden viestintäteko -palkinto myönnettiin Museo Leikin Tokiosta Tapiolaan -näyttelyn viestinnälle sekä Idänsuhteiden museo Nootin nimenmuutokselle.

Vuoden museo -kiertopalkinto, Pekka Kauhasen suunnittelema Esko-veistos, myönnetään museolle, joka on omalla toiminta-alueellaan edistänyt merkittäväällä tavalla museoalan yhteiskunnallista näkyvyyttä ja vaikuttavuutta, ja museon toiminta on tuonut uusia tai erilaisia näkökulmia, ideoita ja ajatuksia museoalalle.

Palkinnon jakavat Kansainvälisen museoneuvosto ICOM:n Suomen komitea ja Suomen museoliitto.

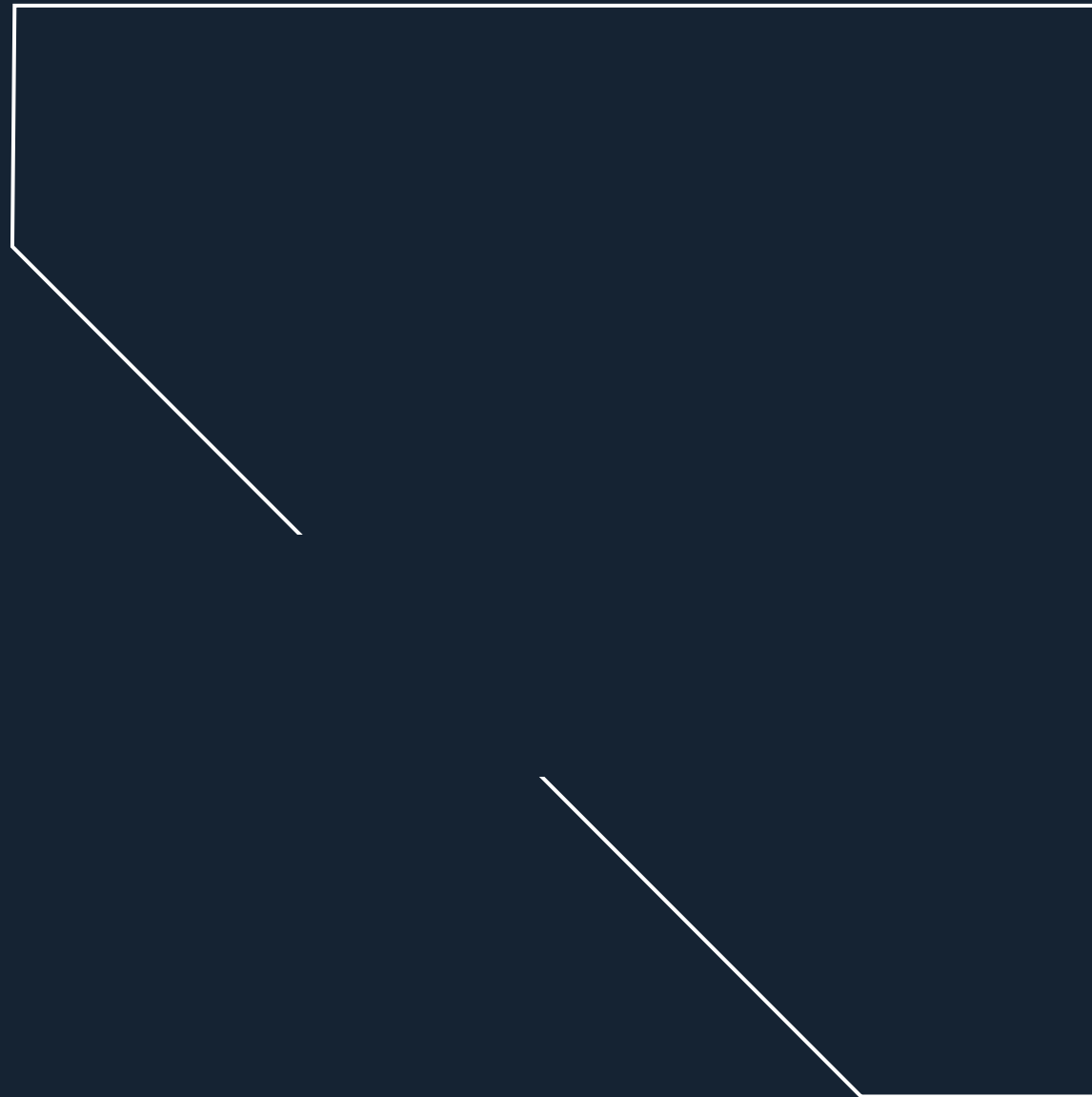




Museogaala Porissa. Kuva Veera Korhonen.

06

Hallinto



# Museoliitto ja FMA Creations rakentavat yhdessä museoiden menestystä

Suomen museoliitto ry:n sääntöjen 2 §:n mukaan liiton tarkoituksena on toimia museoita omistavien tai ylläpitävien yhteisöjen museotoimintaa tukevana, yhteisiä tehtäviä hoitavana ja museoiden etuja valvovana yhdistyksenä. Suomen museoliitto ry edistää museolaitoksen yleistä kehitystä ja tunnetuksi tekemistä sekä toimii jäsentensä yhteistyöelimenä.

Suomen museoliitto ry on Museoliitto-konsernin emoyhteisö. Se omistaa FMA Creations Oy:n osakekannan kokonaisuudessaan.

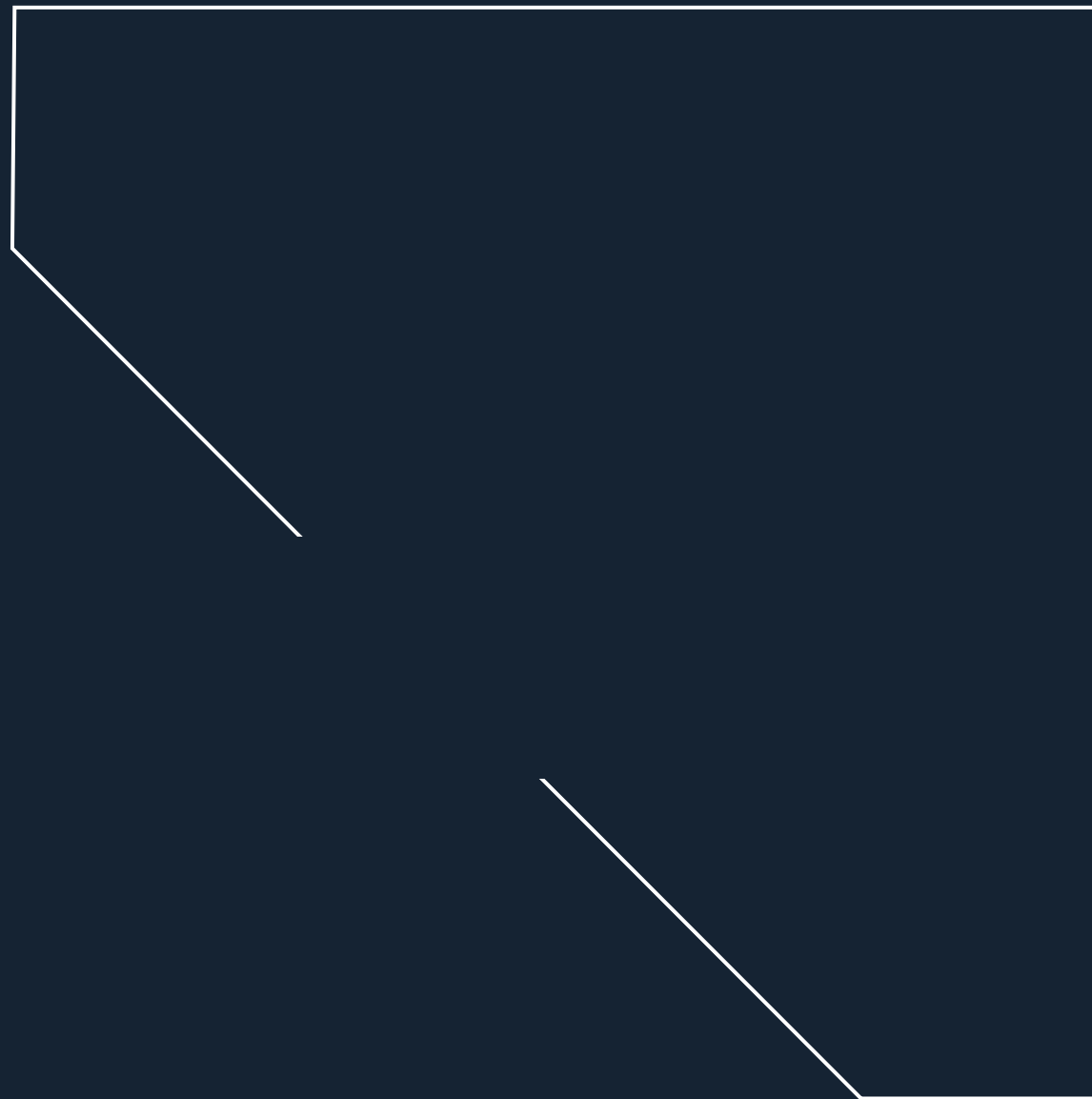
Museoliiton palveluksessa oli vuoden 2025 aikana keskimäärin 9 henkilöä ja FMA Creations Oy:n palveluksessa keskimäärin 19 henkilöä. Yhteinen toimisto on Helsingissä Pohjoisesplanadilla.



Museoliiton toimisto Pohjoisesplanadilla.  
Kuva Heli Blåfield.

07

Museokortti





# Matkalla elämyksiin - Museokortti!

Yli 360 museon yhteinen pääsylippu

# Museoalan yhteinen menestystarina

Vuonna 2015 lanseerattu Museokortti on vuoden voimassa oleva pääsylippu yli 360 museoon ympäri Suomen.

Museokortti on tutkitusti muuttanut museoiden käyttökulttuuria: kynnys poiketa uusiin ja tuttuihin museoihin on madaltunut. Museot ovat saaneet uusia yleisöjä ja kävijämäärät ovat kasvaneet lähes joka vuosi. Museokortti on muuttanut myös matkailutottumuksia: kortin omistajat matkailevat uusien kohteiden ja näyttelyiden perässä.

Museokortin tuotot palautuvat museoille. Museoiden yhteenlasketut pääsylipputulot ovat kasvaneet melkein kolmikertaiseksi verrattuna aikaan ennen Museokorttia. Museokortti on tulouttanut museoille vuosina 2015-2025 lähes 120 miljoonaa euroa.

Museokortti-palvelusta vastaa FMA Creations Oy, jonka omistaa kokonaisuudessaan museoiden etujärjestö Suomen museoliitto ry.

16.6.2026



# Museokortin avainlukuja 2025

**363 000**

voimassa olevaa  
Museokorttia vuoden  
2025 lopussa

**2,45**

miljoonaa  
Museokortti-käyntiä  
vuonna 2025

**7**

Museokortti-käyntiä  
keskimäärin per kortti

**4,5/5**

museokorttilaisten  
tyytyväisyys  
Museokorttiin

**4/5**

Museonjohtajien  
tyytyväisyys  
Museokorttiin

**21,3**

miljoonaa euroa  
tuloutettu museoille  
Museokortti-  
käyntikorvauksina  
vuonna 2025

**48%**

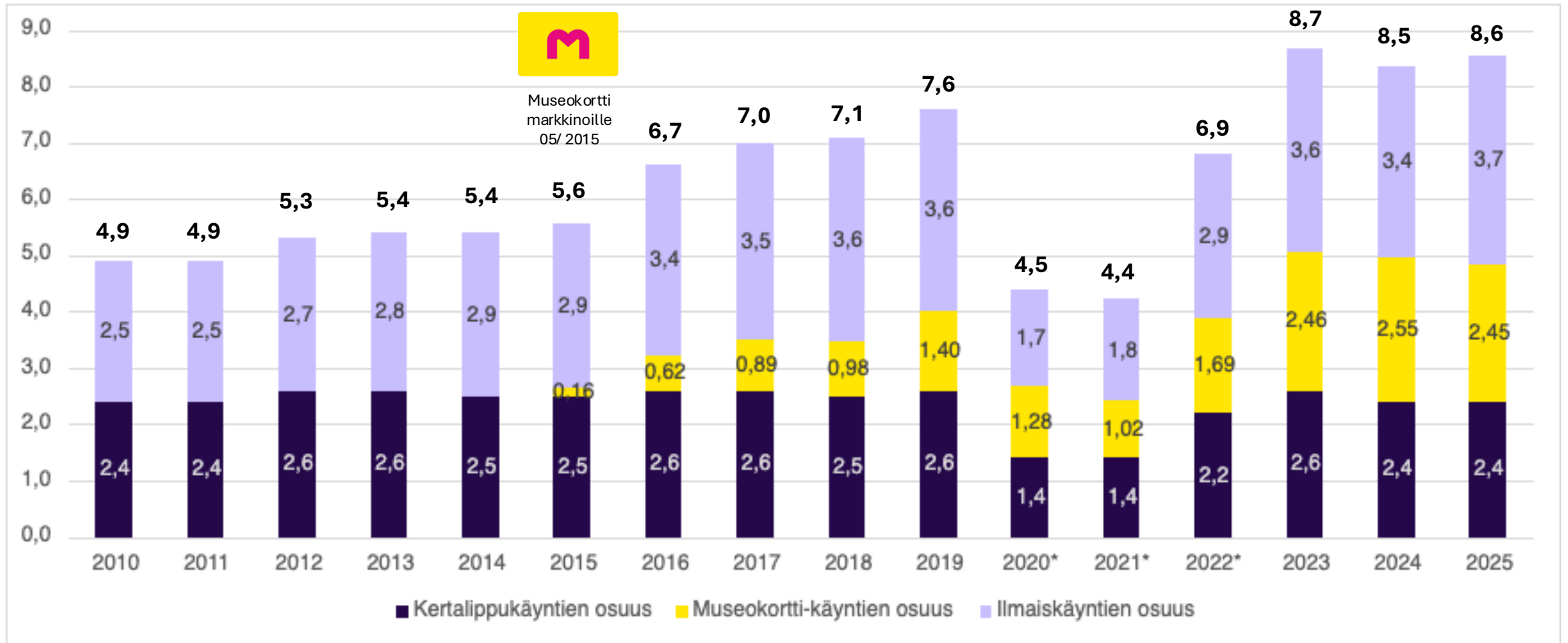
Museokortti-  
käyntikorvausten osuus  
kaikista museoiden  
pääsymaksutuloista  
vuonna 2024.

**5,7 %**

Museokortti-tulojen osuus  
museoiden kaikista  
tuloista vuonna 2024

# Museokäyntien kehitys 2010-2025

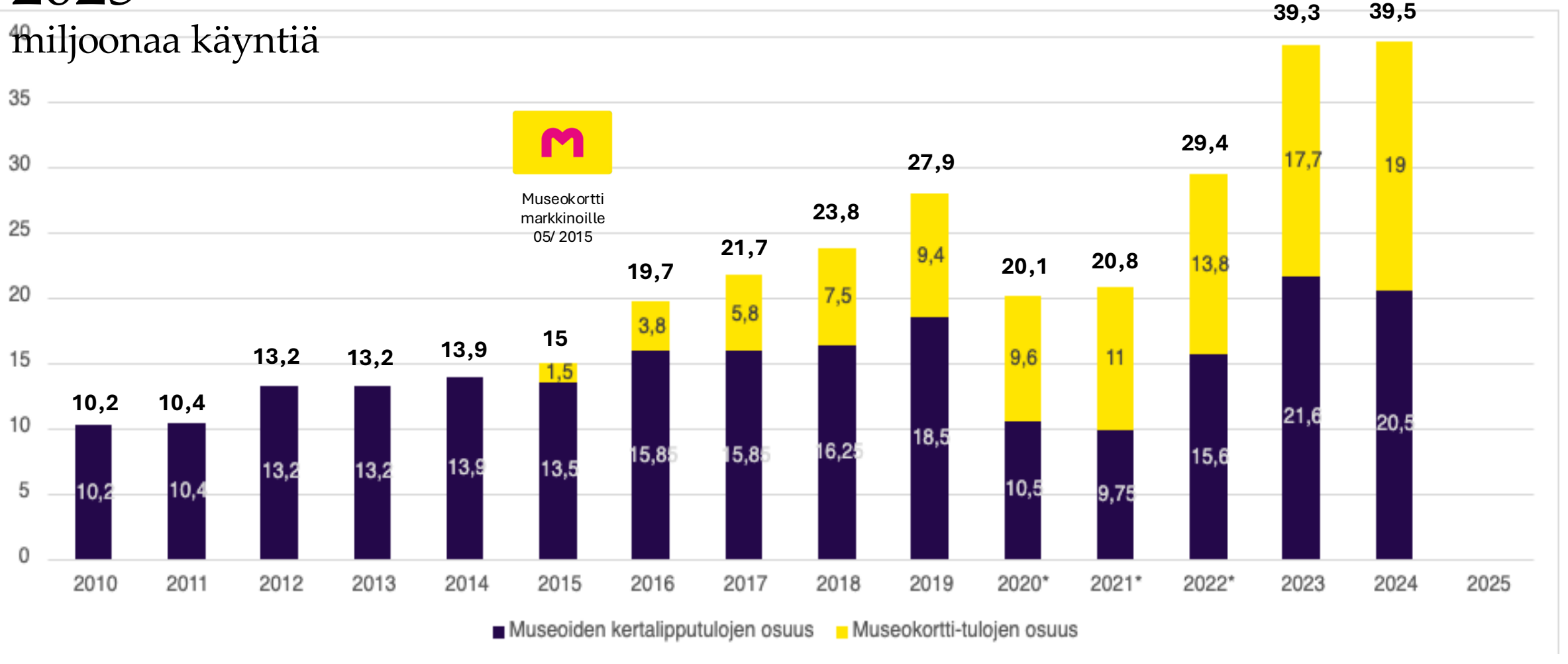
miljoonaa käyntiä



\*Korona-rajoitukset Lähteet: Museotilasto ja Museokortti

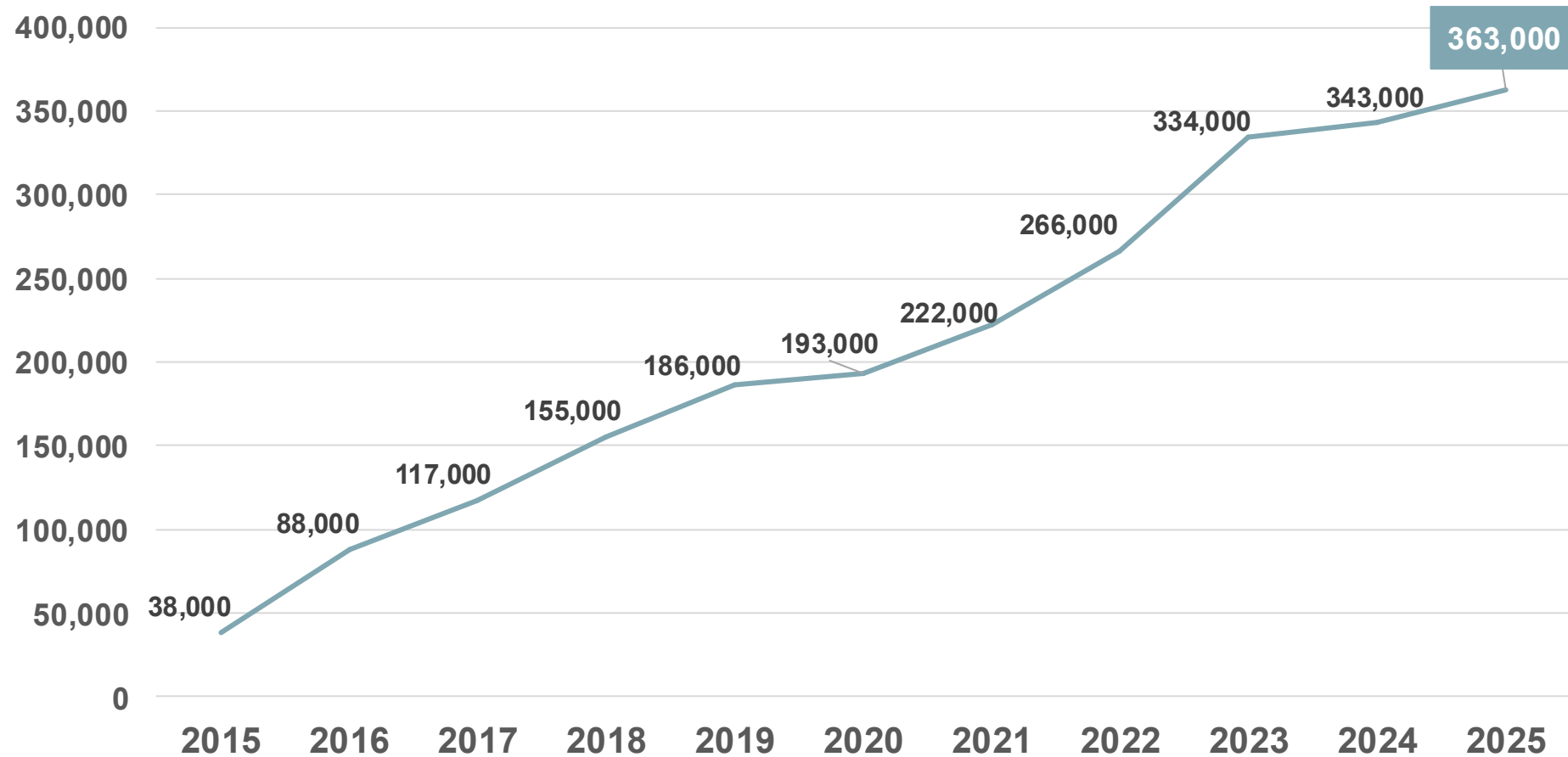
# Museoalan pääsymaksutulojen kehitys 2010-2025

40  
miljoonaa käyntiä



\*Korona-rajoitukset Lähteet: Museotilasto ja Museokortti

# Museokortteja on tänään jo 363 000 kpl - kasvua odotetaan myös tulevina vuosina



# Museoiden saamat Museokortti-käyntikorvaukset kasvaneet joka vuosi



Määrä (milj.€) on tuloutettu kyseiseltä vuodelta museoille Museokortti-käyntien perusteella; vuosina 2015-2025 yhteensä 120 miljoonaa euroa

Lisätiedot viestintäjohtaja Miisa Pulkkinen, [miisa.pulkkinen@museoliitto.fi](mailto:miisa.pulkkinen@museoliitto.fi)

Museoliitto