A photograph of an art gallery with three people viewing paintings on a white wall. The scene is dimly lit, with spotlights highlighting the artworks. The people are seen from behind, looking at various framed paintings. A semi-transparent grey box is overlaid on the center of the image, containing the title and authors.

# MIKSI MUSEOON? Suomalaisten näkemykset museoista

Pasi Holm, Markku Leskinen ja Juho Tynnilä  
12.12.2017

# ”Vaikka ollaan tyytyväisiä museokäynteihin, ei vain tule käytyä.”

Miten herättää passiiviset mutta tyytyväiset museokävijät?

Aikuisväestöstä 60 prosenttia käy museoissa ainakin kerran vuodessa. Viisi kertaa tai useammin museoissa käyvien osuus on 12 prosenttia. Vain 15 prosenttia aikuisväestöstä ei käy museoissa lainkaan.

Vajaa puolet museokävijöistä käy satunnaisesti eri museoissa. Taidemuseoissa käyvien osuus on 25 prosenttia. Varsinkin viisi kertaa tai useammin vuoden aikana museoissa käyvät museoharrastajat, naiset ja Museokortin omistavat käyvät keskimääräistä enemmän taidemuseoissa.

Tärkeimmät syyt käydä museoissa ovat kiinnostus, museoiden tarjoamat elämykset ja mahdollisuus oppia uusia asioita. Kyselyyn vastanneiden mielestä museot tarjoavat hyvää ajanvietettä ja museokäynnit kuuluvat yleissivistykseen.

Tärkein syy siihen, ettei museoissa tule käytyä, on herätteen puuttuminen. Ihmisille ei tule mieleen poiketa museoissa. Ihmisten tietämättömyys museoiden tarjonnasta on keskeinen syy siihen, ettei museoissa käydä useammin.

Suomalaisilla museoilla on vielä merkittävää kävijäpotentiaalia. Keskimäärin suomalaiset käyvät museoissa puolet harvemmin kuin ruotsalaiset.

Ihmisten asenteet ja yleinen kulttuurikiinnostus vaikuttavat museokäynteihin. Tässä tutkimuksessa ihmisten asenteiden ja muiden taustatekijöiden avulla vastaajat on ryhmitelty viiteen eri luokkaan.

”Kiinnostuneilla museokorttilaisilla” museot ovat harrastus ja heidän mielestään Museokortilla saa vastinetta.

”Elämyksiä hakevat tyytyväiset” ovat melko kiinnostuneita museoista. He käyvät museoissa omaksi ilokseen. He voisivat käydä museoissa useammin kuin nykyisin.

”Museotyytyväiset” -ryhmä ei ole kiinnostunut museoista itse, mutta he käyvät museoissa lasten ja kumppanien kanssa. He ovat varsin tyytyväisiä museokäynteihinsä ja voisivat käydä useimminkin. Tämä ryhmä tarvitsee herätteitä.

”Lasten ehdoilla museotyytyväiset” haluavat tarjota lapsilleen museokokemuksia. Museokortti ei aktivoi heidän museokäyntejään.

Kaikkia museot eivät kiinnosta. ”Ei kiinnostuneita” on vaikea houkuttaa museoihin.

”Kiinnostuneiden museokorttilaisten” käynnit painottuvat taidemuseoihin. ”Lasten ehdoilla tyytyväisten” ja ”museotyytyväisten” käynnit painottuvat teknillisiin ja luonnontieteellisiin museoihin.

Haastateltavien mielestä media on oleellinen herättäjä, joka aktivoi ihmisiä käymään museoissa. Museoiden erikoisnäyttelyt lisäävät median kiinnostusta ja luovat ”herätteitä” passiivisemmille museokävijöille.

Vastaajien mielestä eri museot viestivät lähinnä omista näyttelyistään. Museon verkkosivut tai Museokortti eivät ole ”heräte”.

# Museokortti ja matkailu lisäävät museokäyntejä

Museokortteja oli hankittu 121 000 kappaletta elokuussa 2017. Museokortti on hyvin tunnettu haastateltavien keskuudessa. Tutkimuksen tulosten mukaan Museokortin voisi hankkia vajaat 300 000 uutta museokävijää. Museokortin hankkiminen on lisännyt ihmisten museokäyntejä.

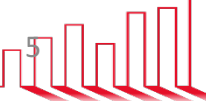
Museokäynnit kuuluvat usein lomamatkojen yhteyteen. Sekä kotimaan että ulkomaan lomamatkojen yhteydessä vieraillaan museoissa. Onko matkailun ja kulttuurin vuorovaikutusta osattu kaikissa kunnissa hyödyntää?

Museokävijät olivat varsin tyytyväisiä viimeisimpään kotimaiseen museokäyntiinsä. Kokemukset viimeisimmästä ulkomaisesta museokäynnistä olivat kuitenkin parempia. Ulkomaiset museot arvioidaan kotimaisia paremmiksi näyttelyn elämyksellisyydessä, näyttelyn sisällössä ja erikoisnäyttelyn korkeatasoisuudessa.

Helsingin museot pärjäävät varsin hyvin Tukholman museoille. Voisiko Tukholman museoista kuitenkin ottaa oppia?

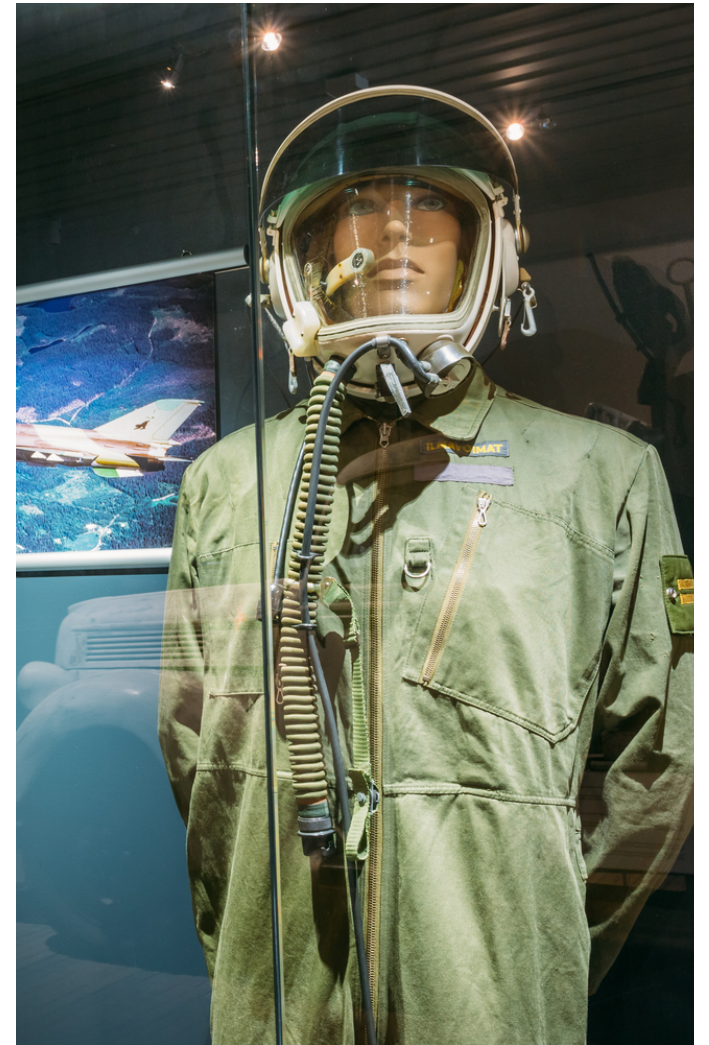
# Museokävijöiden analysointi Taloustutkimuksen internet-paneelilla

- Internet-paneelin perusjoukko on Suomen aikuisväestö (18–79 -vuotiaat)
- Paneelissa kaikkiaan 50 000 henkilöä
- Paneeli on edustava iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan väestössä
- Tutkimusta varten haastateltiin ensimmäisessä vaiheessa 1 016 henkilöä elokuussa 2017
- Ensimmäisen haastattelututkimuksen avulla tarkasteltiin Museokortin vaikutuksia museoissa käynteihin. Samanaikaisesti rakennettiin neljä erilaista ”tyypillistä” museoiden asiakastyyppejä.
- Tutkimuksen toisessa vaiheessa kohdennettiin kysely ”tyypillisille” asiakasryhmille Tutkimuslomake täsmennettiin ensimmäisen kyselykierroksen avointen vastausten perusteella.
- Toisessa vaiheessa haastateltiin 1 027 henkilöä marraskuussa 2017

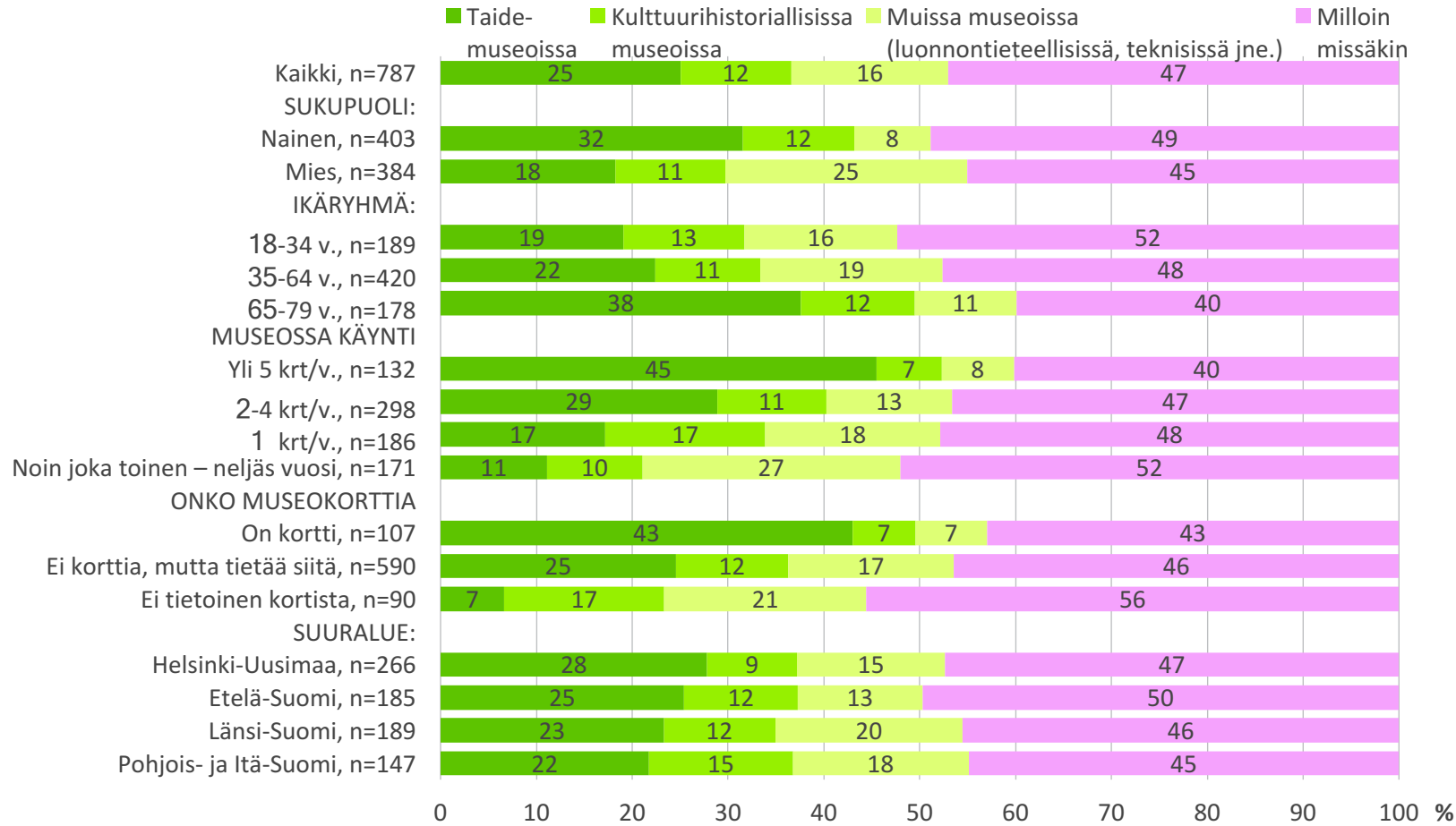


# Ensimmäisen vaiheen haastattelututkimus

- Vajaa puolet museokävijöistä ei erottele museotyyppiä, missä käyvät
- Naiset, museoharrastajat ja Museokortin omistajat käyvät keskimääräistä enemmän taidemuseoissa
- Kiinnostus museoista vaikuttaa käyntikertoihin
- Yleisellä tasolla esitetyt ”syyt” eivät erottele museokävijöitä
- Ihmiset kaipaavat herätteitä museokäynteihinsä



# Minkälaisissa museoissa käy useimmiten

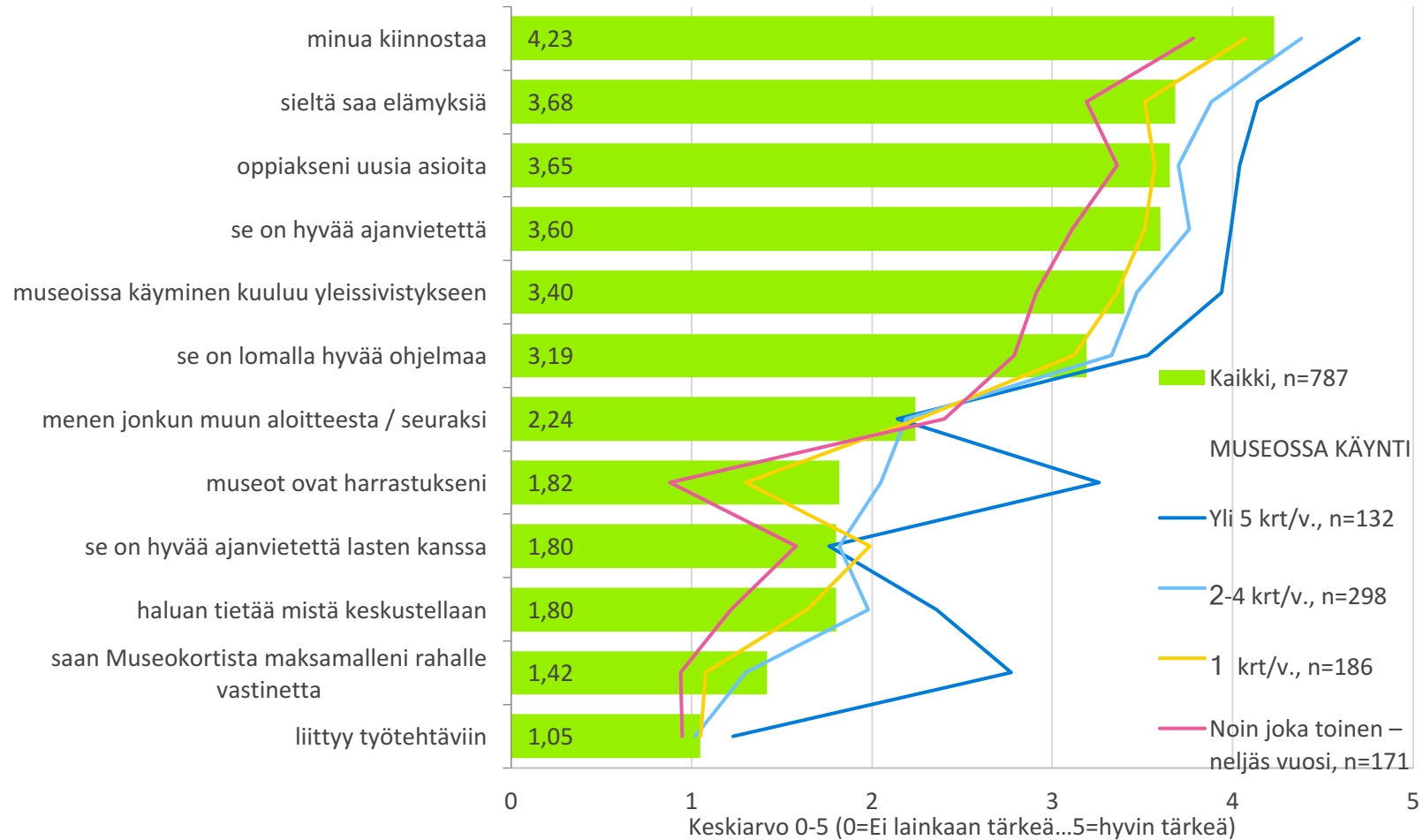


*Museoharrastajat käyvät taidemuseoissa*

*Museokortin omistajat käyvät taidemuseoissa*

n= käy museoissa vähintään joka neljäs vuosi

# Miksi käy museossa?



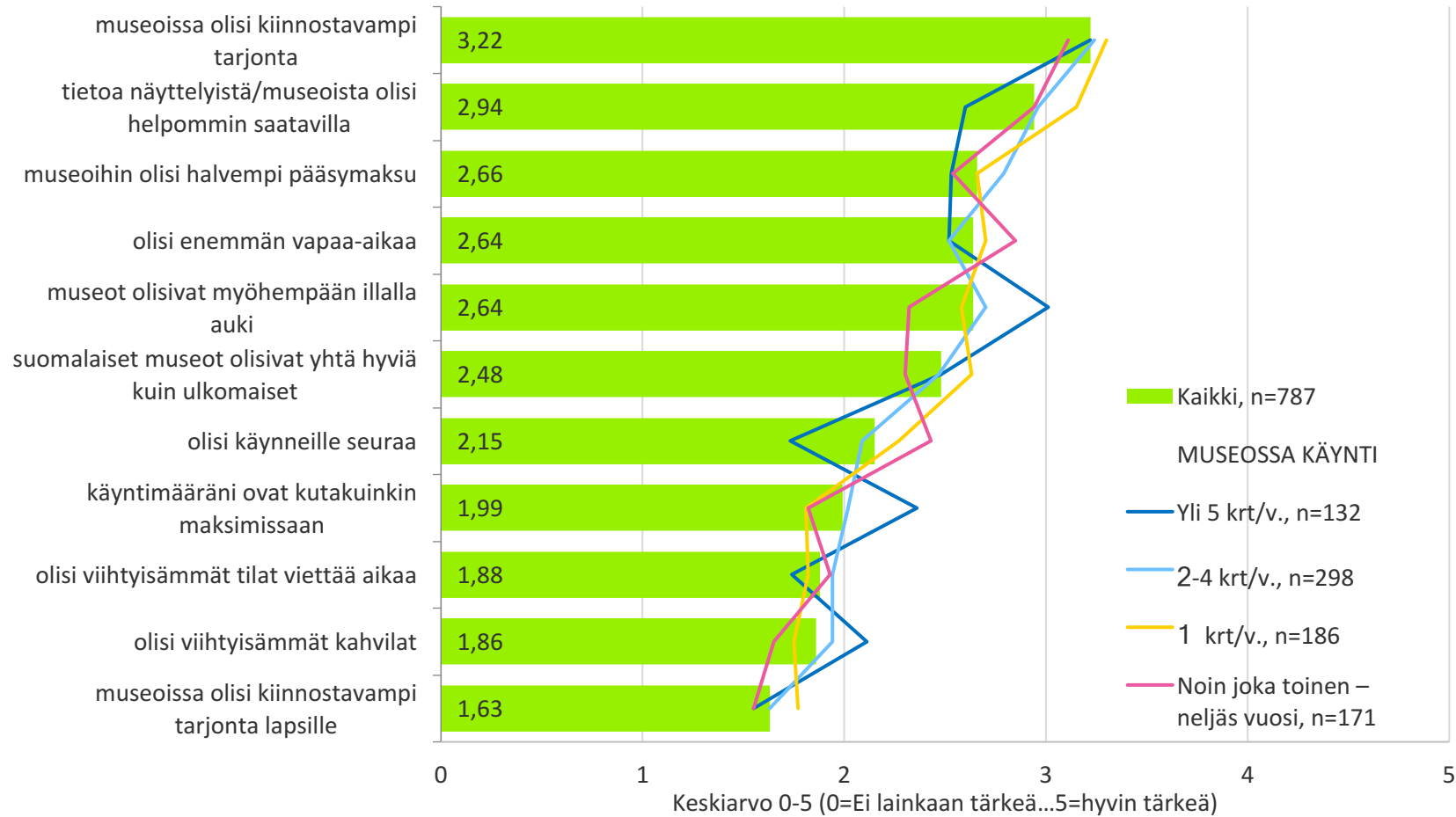
n= käy museoissa vähintään joka neljäs vuosi

*Käyntikerrat museoissa kertovat kiinnostuksen*

*Museokortin hankkiminen ja museoharrastus korreloivat käyntikertojen kanssa*



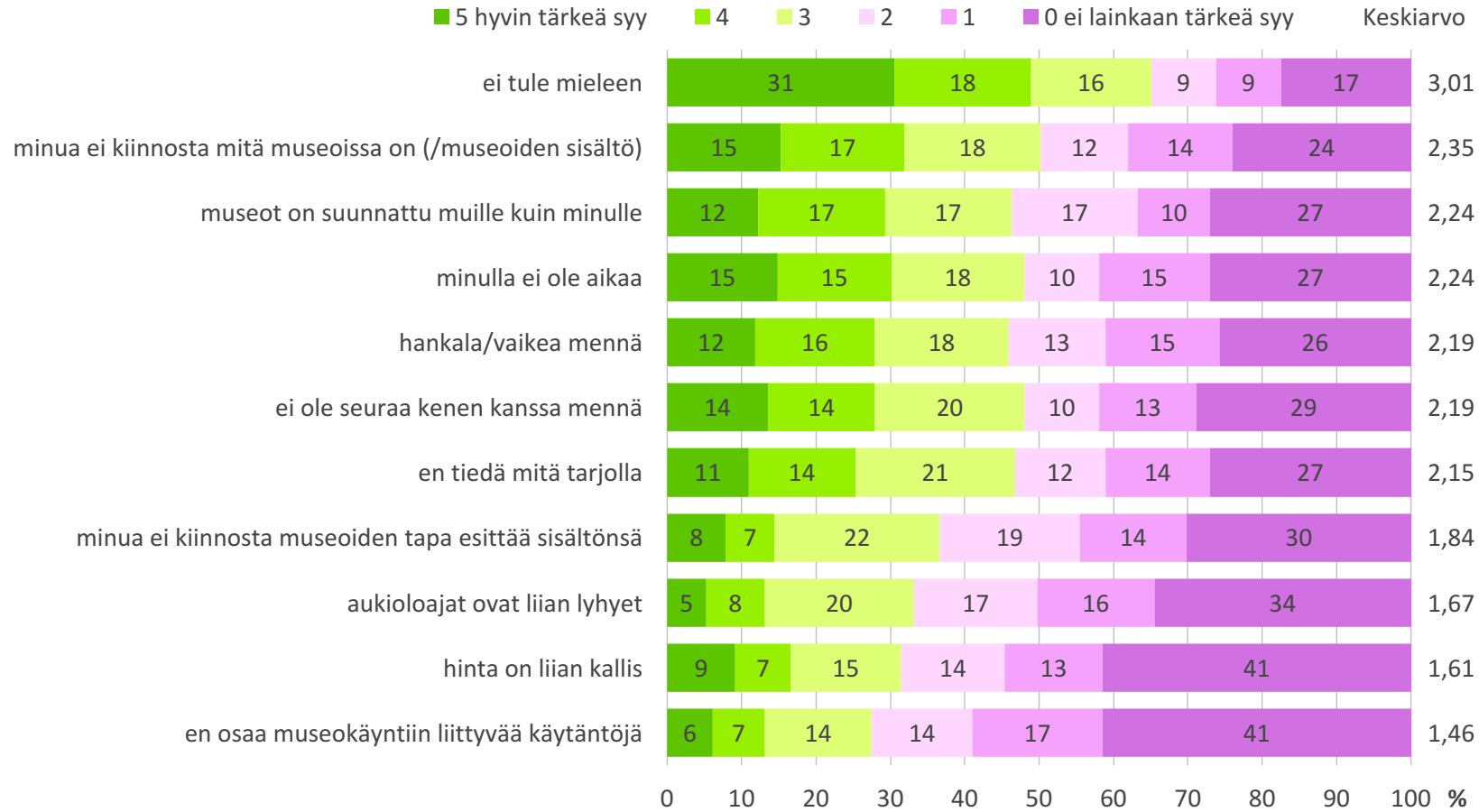
# Mitkä tekijät saisivat käymään nykyistä enemmän museoissa?



*Yleisellä tasolla esitetyt "syyt" eivät erottele museokävijöitä*

n= käy museoissa vähintään joka neljäs vuosi

# Miksi käy vain harvoin tai ei koskaan museoissa?

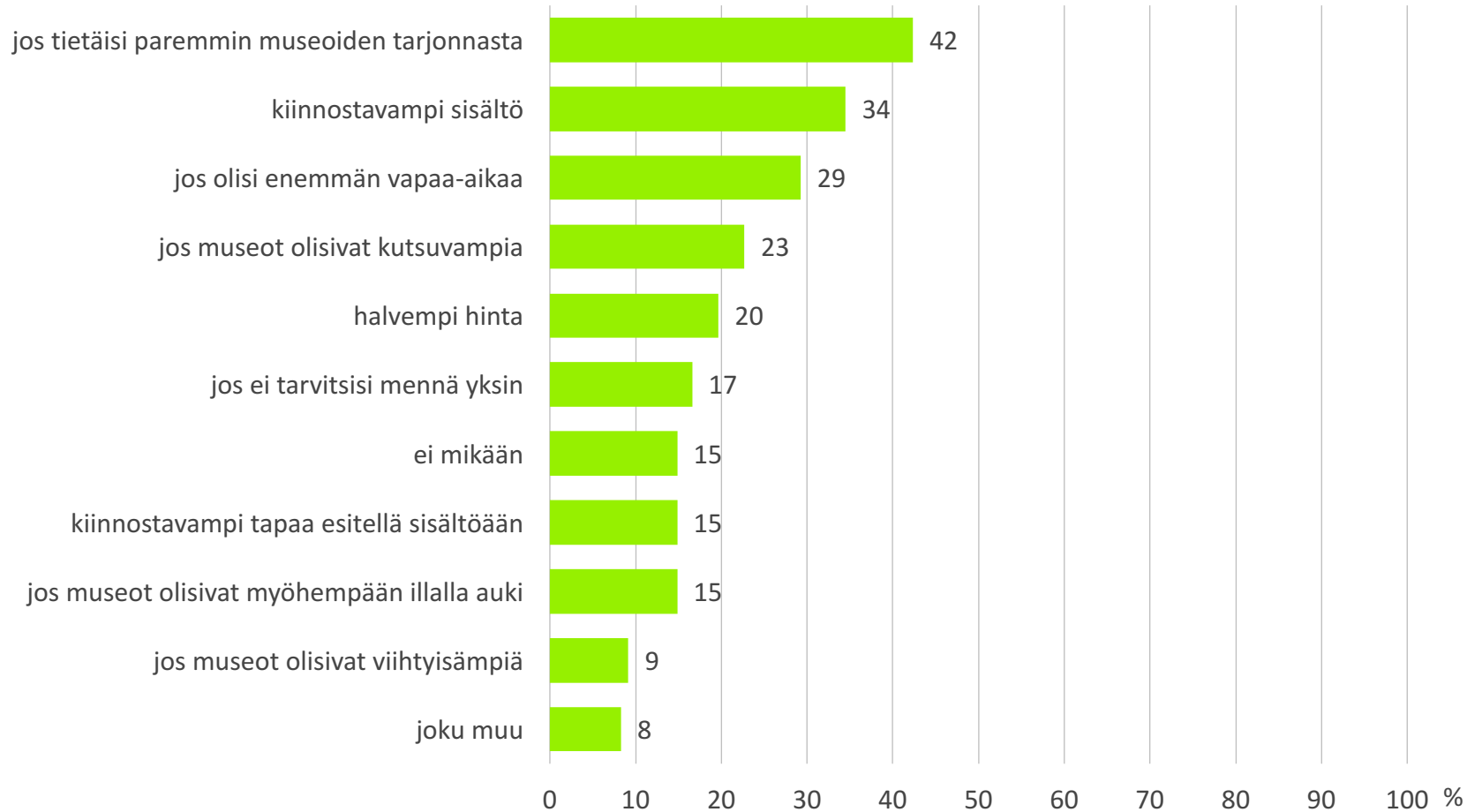


*Ihmiset kaipaavat herätteitä museokäyntihinsä*

*Seuran puute vähentää museokäyntejä*

Käy museoissa harvoin tai ei koskaan, n=229

## Mikä saisi menemään museoon (kolme tärkeintä syytä)?



*Ihmiset tarvitsevat herätteitä. Museo-käyntejä vähentää ihmisten "lepokitka": ei tule lähdettyä.*

Käy museoissa harvoin tai ei koskaan, n=229

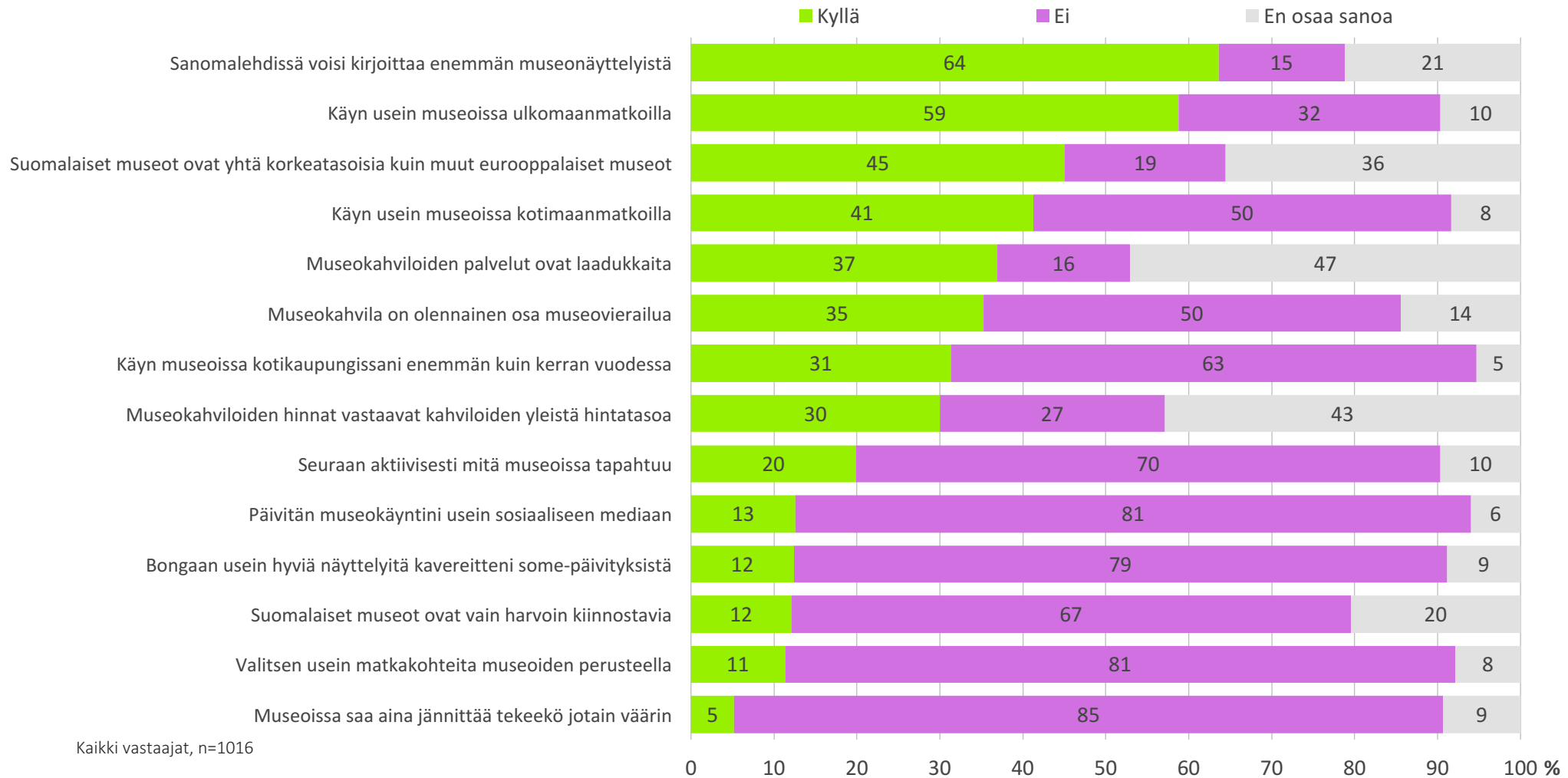
Perinteiset taustatekijät kuten, sukupuoli, ikä ja asuinpaikka, eivät täysin kuvaa museokävijöitä.

Ihmisten asenteet ja yleinen kulttuurikiinnostus vaikuttavat museokäynteihin => museokävijöiden segmentointi

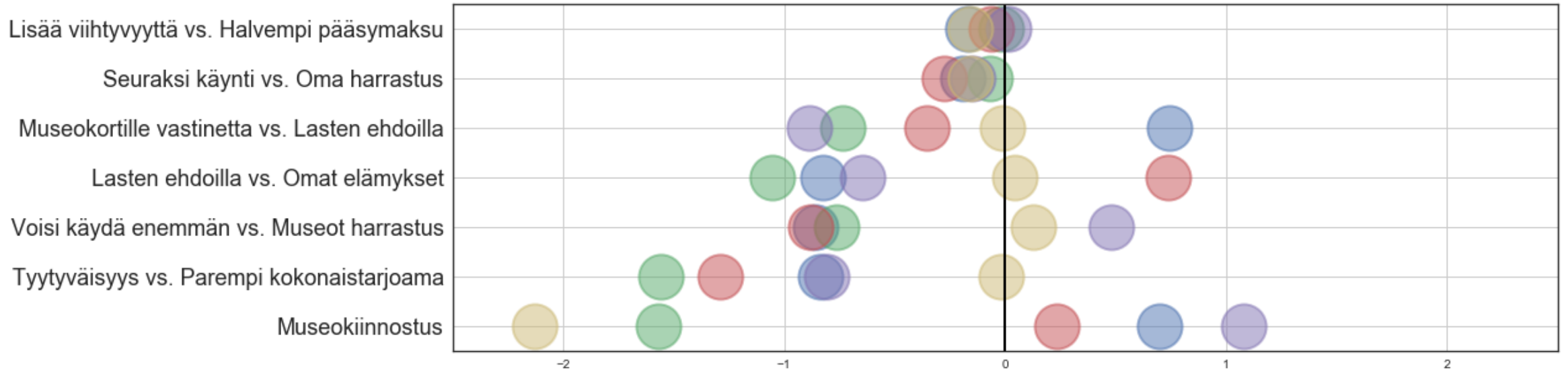
- "Museotyytyväiset" -ryhmä ei ole kiinnostunut itse, mutta he käyvät lasten kanssa. Ovat tyytyväisiä museokäynteihin ja voisivat käydä useimminkin.
- "Elämyksiä hakevat tyytyväiset" ovat melko kiinnostuneita, käyvät omaksi ilokseen ja voisivat käydä useammin.
- "Kiinnostuneilla museokorttilaisilla" museot ovat harrastus ja Museokortilla saa vastinetta. Ei juuri potentiaalia lisätä käyntikertoja.
- "Kiinnostuneet museokorttilaiset" käyvät keskimääräistä enemmän taidemuseoissa.



# Mitä mieltä seuraavista väittämistä



# “Museokävijätyypit” erottuvat asenneväittämien perusteella



- $N = 251$  ● Lasten ehdoilla tyytyväiset
- 202 ● Museotyytyväiset "ei tule käytyä"
- 294 ● Elämyksiä hakevat tyytyväiset
- 235 ● Kiinnostuneet museokorttilaiset
- 168 ● Ei kiinnostuneet

**Kävijätyypit tunnistettavissa viestinnän/markkinoinnin kohdistamista varten**

## ”Museokävijätyyppien” museokäyntien jakauma eri museoissa, %

	Kulttuuri- historiallinen	Teknillinen ja luonnontieteel- linen & vastaavat	Taide- museo	Yhteensä
Lasten ehdoilla tyytyväiset; 21,8 %	28 %	23 %	48 %	100 %
Museotyytyväiset "ei tule käytyä"; 17,6 %	33 %	21 %	46 %	100 %
Elämyksiä hakevat tyytyväiset; 25,6 %	28 %	16 %	55 %	100 %
Kiinnostuneet museokorttilaiset; 20,4 %	27 %	8 %	65 %	100 %
Ei kiinnostuneet; 14,6 %	na	na	na	na
<b>Kaikki yhteensä</b>	28 %	16 %	55 %	100 %

*”Kiinnostuneiden museokorttilaisten” käynnit painottuvat taidemuseoihin. ”Lasten ehdoilla tyytyväisten” ja ”Museotyytyväisten käynnit” painottuvat teknillisiin ja luonnontieteellisiin museoihin.*

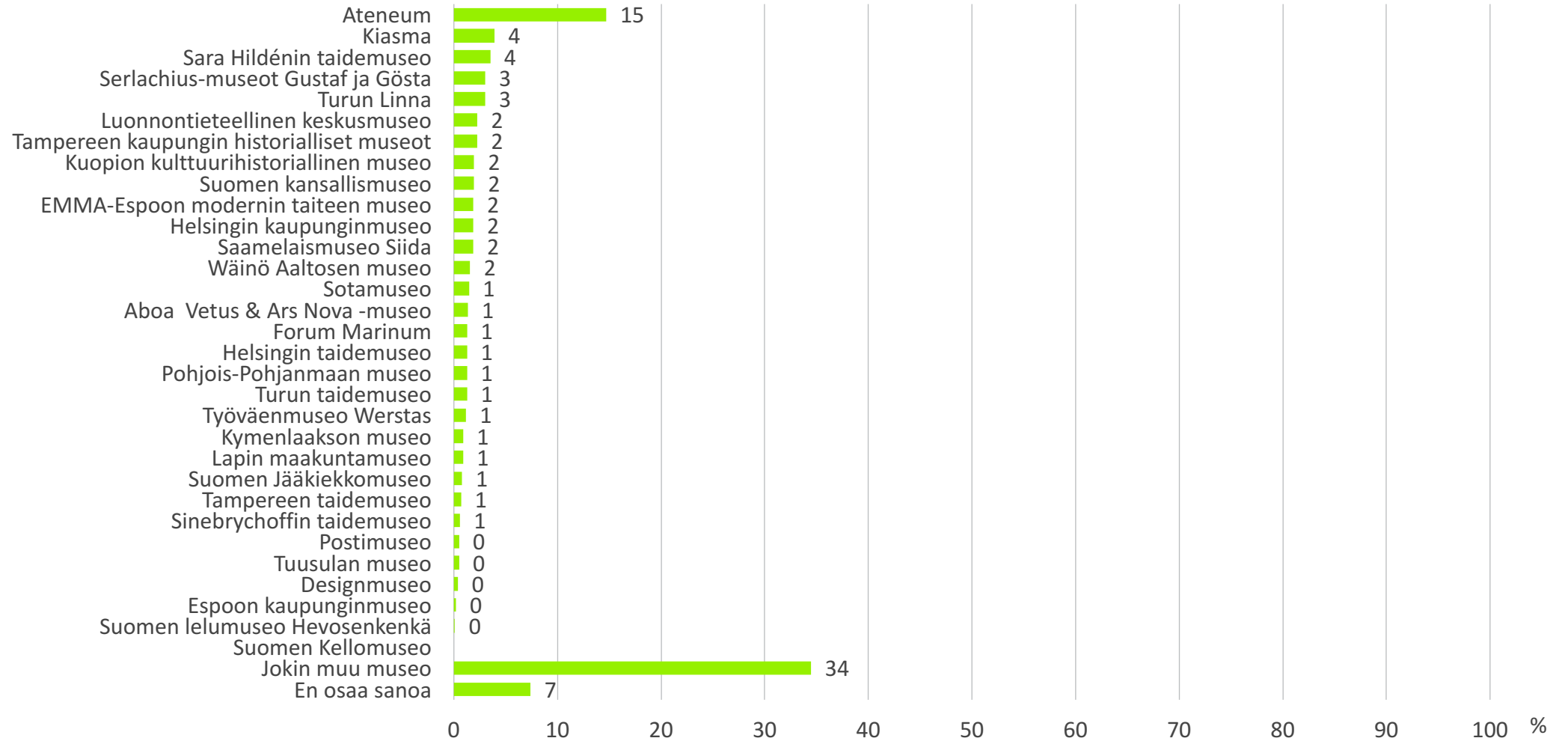
# Toinen haastattelukierros: avoimen palautteen hyödyntäminen, segmentointi, kotimaisten ja ulkomaisten museokäyntien vertailu sekä herätteet museokäynteihin

- Museokävijät olivat varsin tyytyväisiä viimeisimpään kotimaiseen museokäyntiinsä
- Toki kokemukset viimeisimmästä ulkomaisesta museokäynnistä olivat parempia
- ”Kiinnostuneet museokorttilaiset” arvostavat erikoisnäyttelyitä
- Erikoisnäyttelyt tuovat ”herätteitä” passiivisemmille museokävijöille
- Perusnäyttelyiden merkitys on myös oleellinen varsinkin passiivisemmille museokävijöille
- Matkailun ja museokäyntien keskinäisriippuvaisuus on merkittävää
- Haastateltavien mielestä media on oleellinen herättäjä. Eri museot viestivät lähinnä omista näyttelyistään. Netti tai Museokortti ei ole ”heräte”.





# Missä kotimaisessa museossa on käynyt viimeksi?



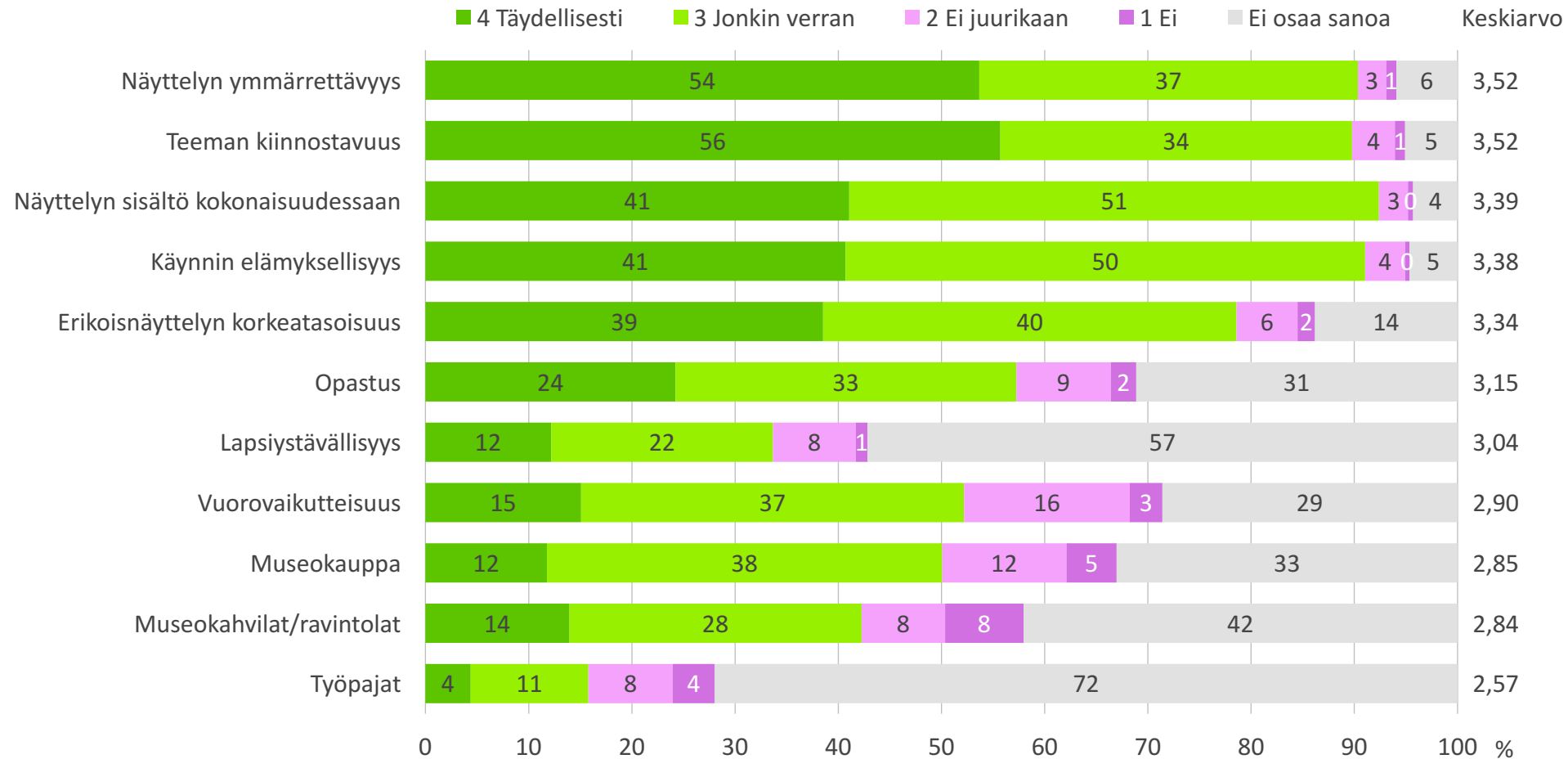
Kaikki vastaajat = 1027

12.12.2017

Kulttuurirahasto ja Museoliitto / Museoasiakkaat

17

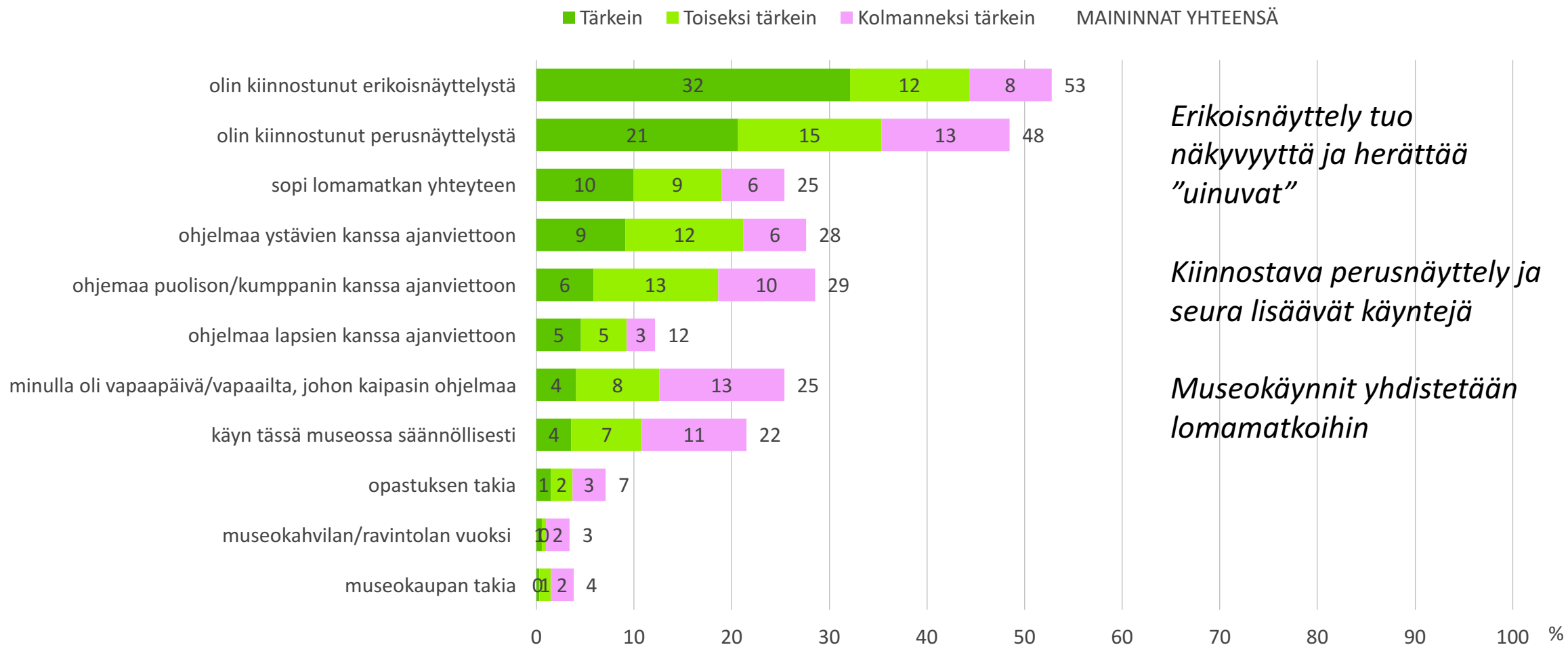
# Vastasiko museossa käynti odotuksia seuraavissa asioissa?



*Museokävijät tyytyväisiä, varsinkin näyttelyiden osalta.*

Kaikki vastaajat = 1027

# Tärkeimmät syyt, miksi kävi kotimaisessa museossa (3 tärkeintä)



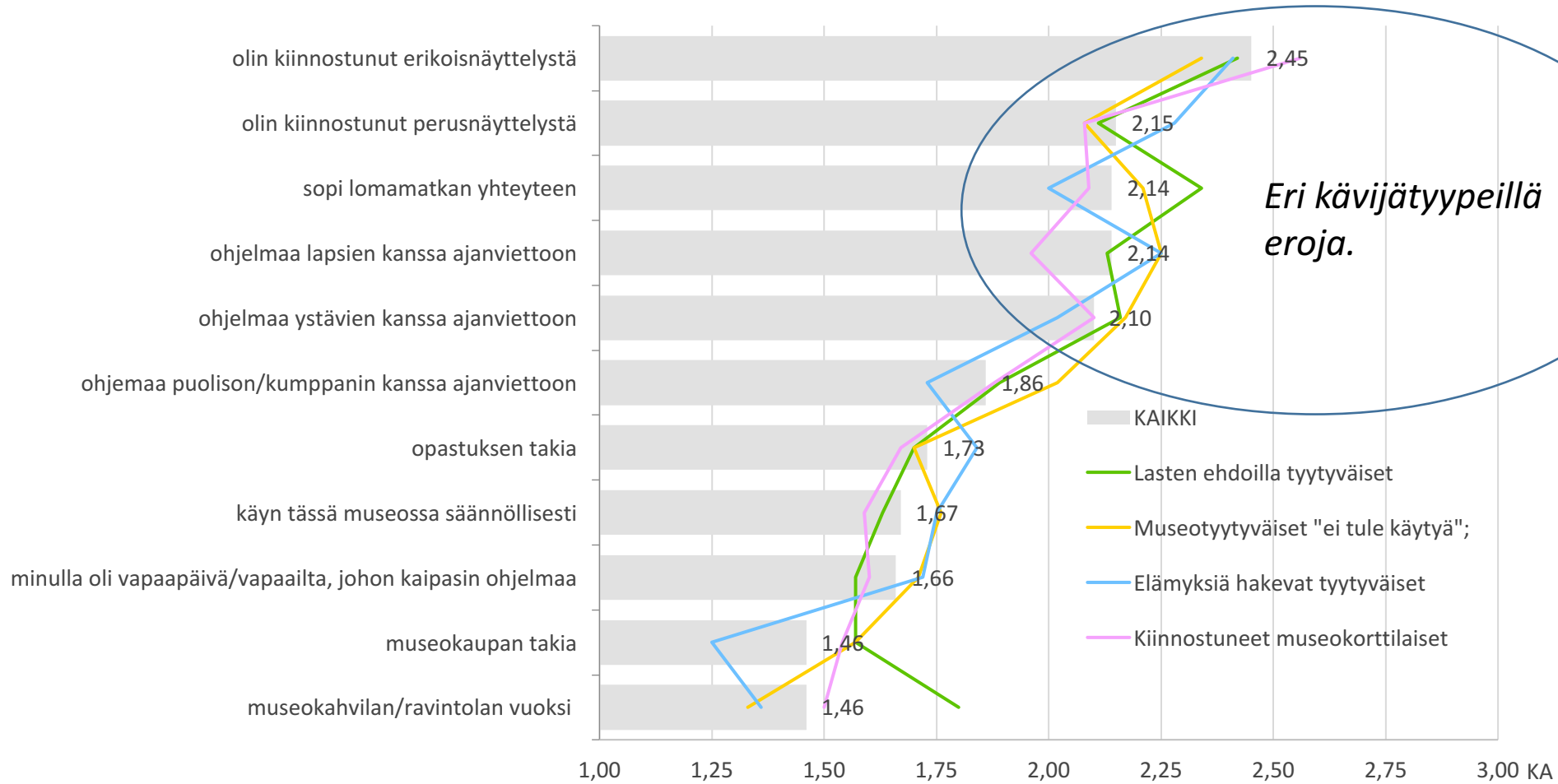
*Erikoisnäyttely tuo näkyvyyttä ja herättää "uinuvat"*

*Kiinnostava perusnäyttely ja seura lisäävät käyntejä*

*Museokäynnit yhdistetään lomamatkoihin*

Kaikki vastaajat = 1027

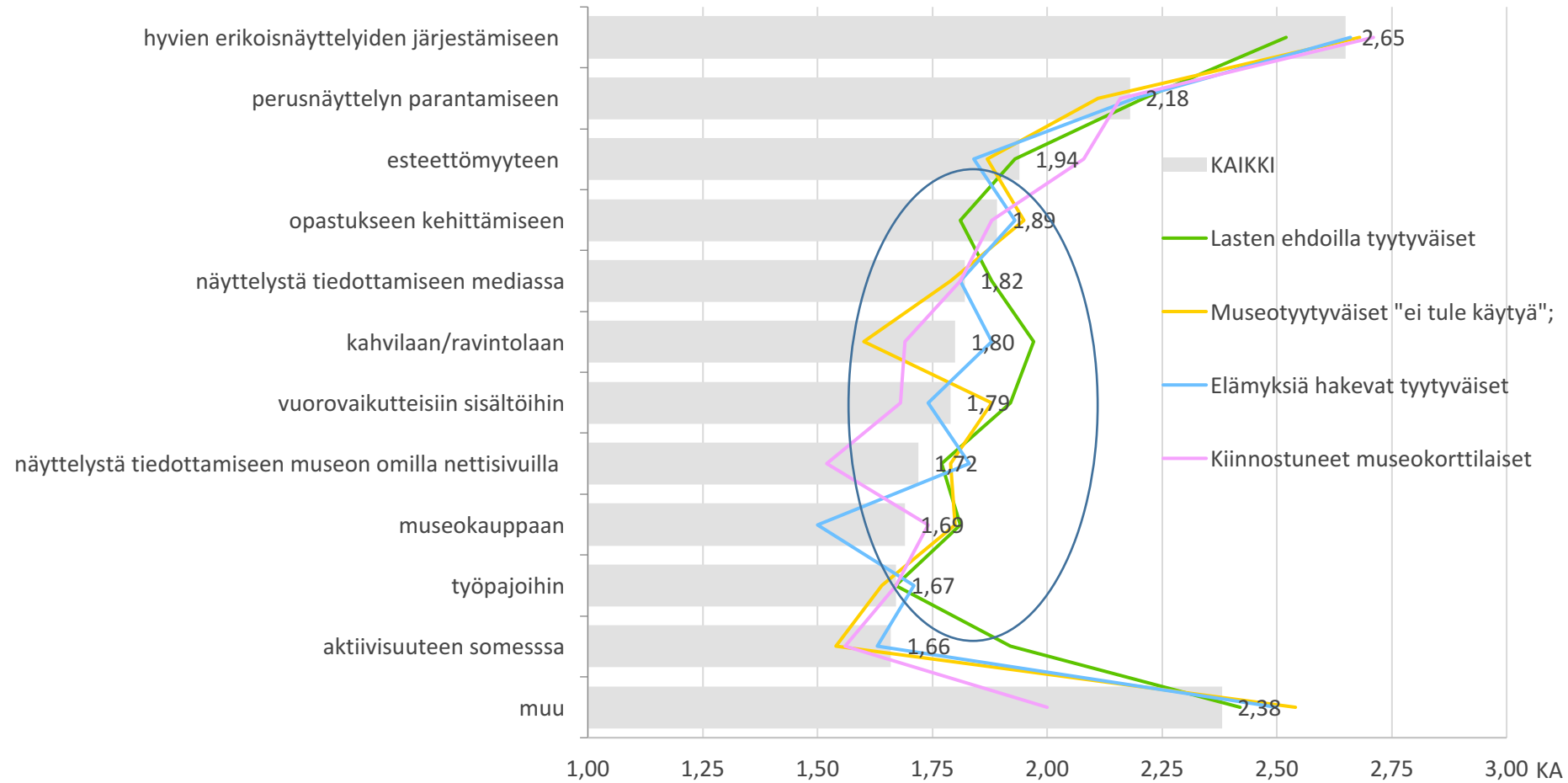
# Tärkeimmät syyt, miksi kävi kotimaisessa museossa (3 tärkeintä)



Kaikki vastaajat, n=1027

Asteikolla 3-1, jossa 3=Tärkein, 2=Toiseksi tärkein, 1=Kolmanneksi tärkein

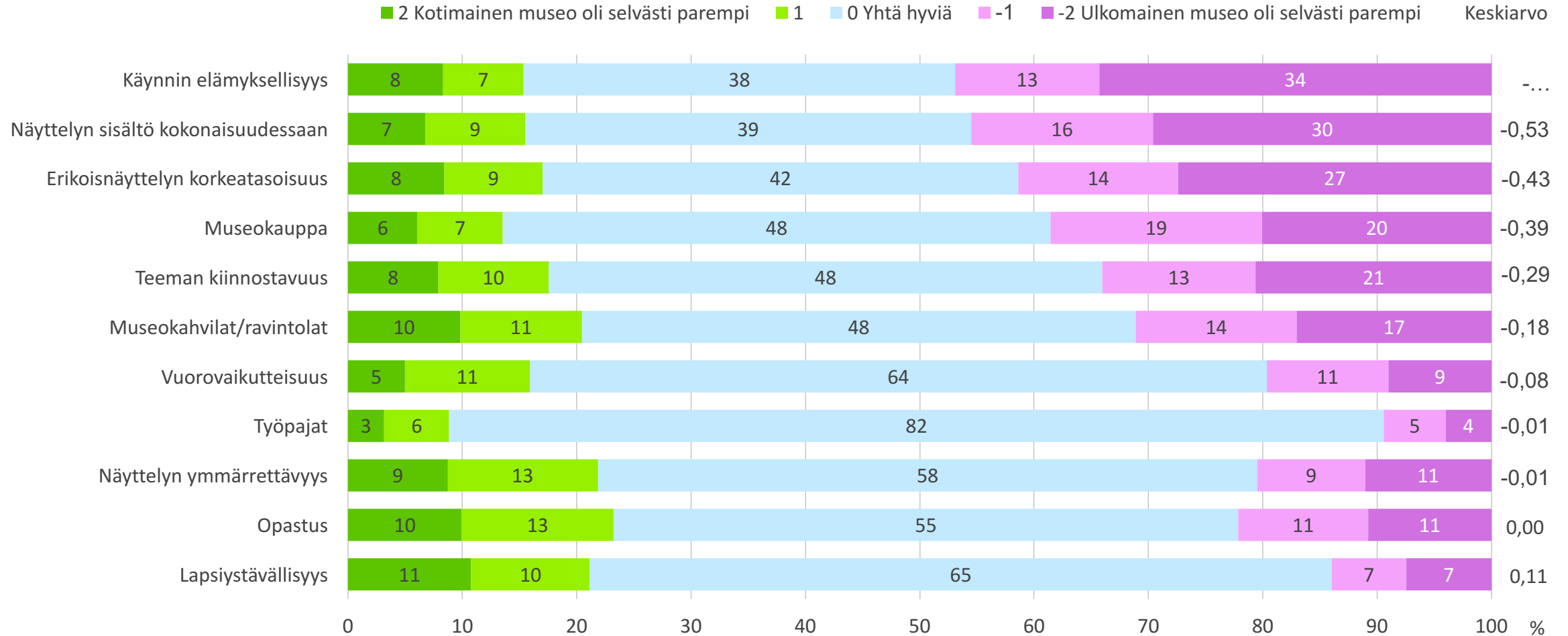
# Mihin museon kannattaisi painottaa toimintaansa (viimeksi käyty, 3 tärkeintä)



Kaikki vastaajat, n=1027

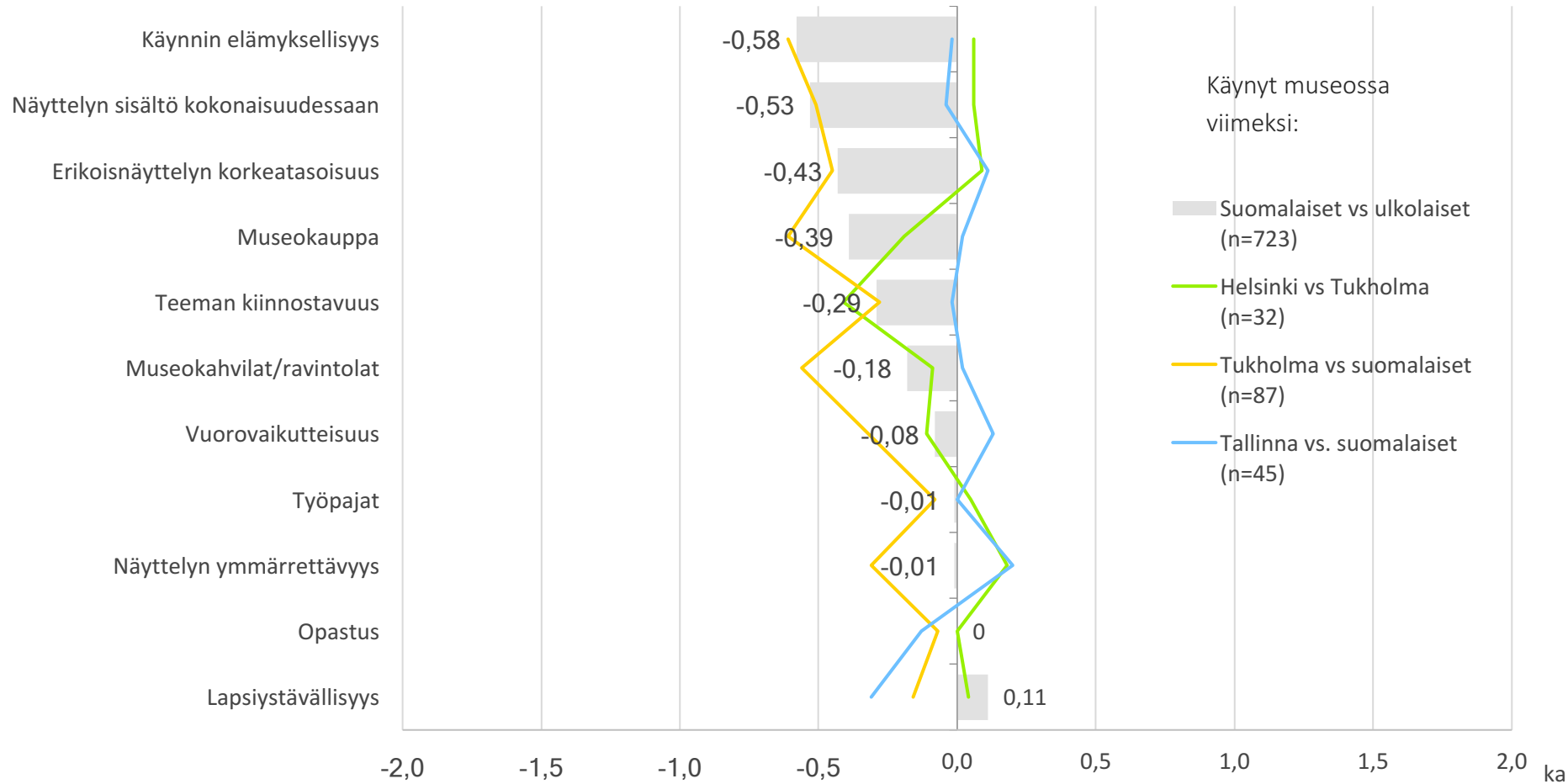
Asteikolla 3-1, jossa 3=Tärkein, 2=Toiseksi tärkein, 1=Kolmanneksi tärkein

# Vertailu viimeksi käydyin kotimaisen ja ulkomaisen museon kesken



Käynyt ulkomaisessa museossa = 723

# Vertailu viimeksi käydyn kotimaisen ja ulkomaisen museon kesken



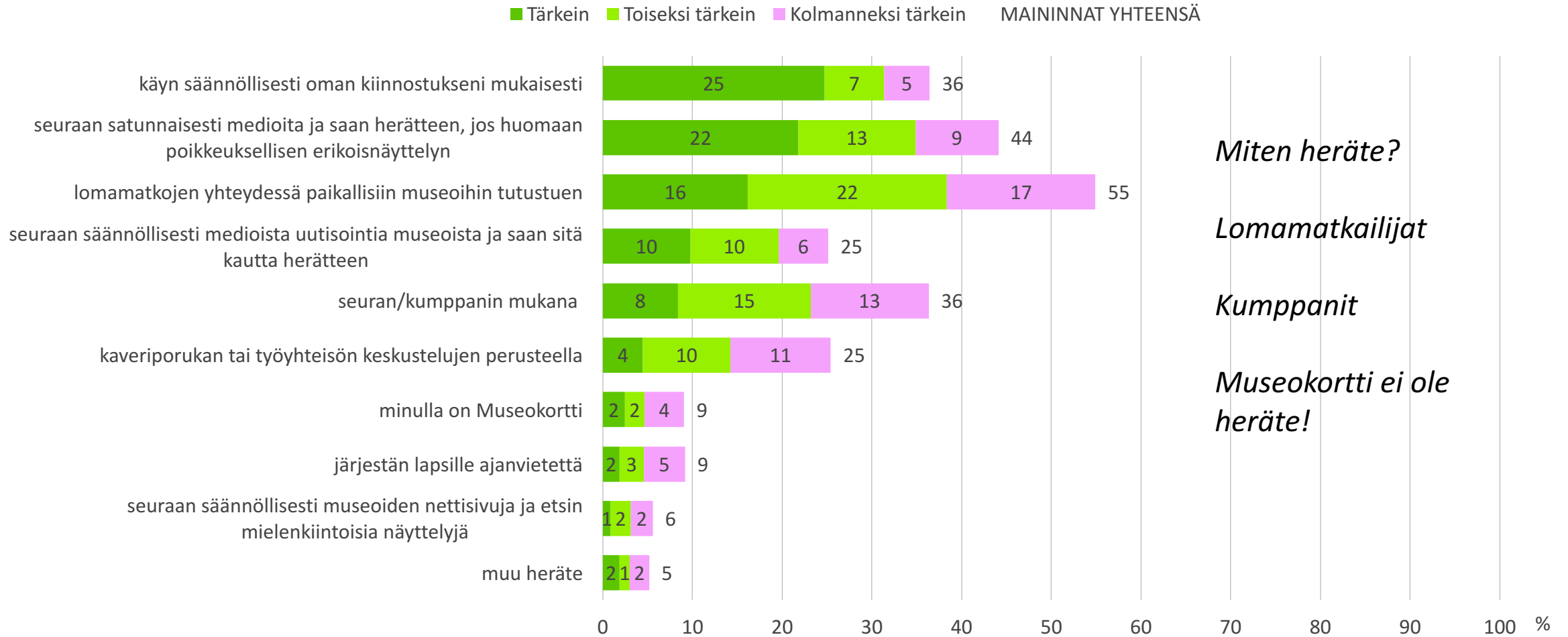
*Helsingin museot pärjäävät varsin hyvin Tukholman museoille*

*Voisiko Tukholman museoista ottaa oppia teemoituksessa?*

Käynyt ulkomaisessa museossa, n=723

Asteikolla -2...2, jossa -2=Ulkomainen museo oli selvästi parempi...0=Yhtä hyviä...2=Kotimainen museo oli selvästi parempi

# Mistä saa herätteen käydä museossa (3 tärkeintä)



*Miten heräte?*

*Lomamatkailijat*

*Kumppanit*

*Museokortti ei ole heräte!*

Kaikki vastaajat = 1027

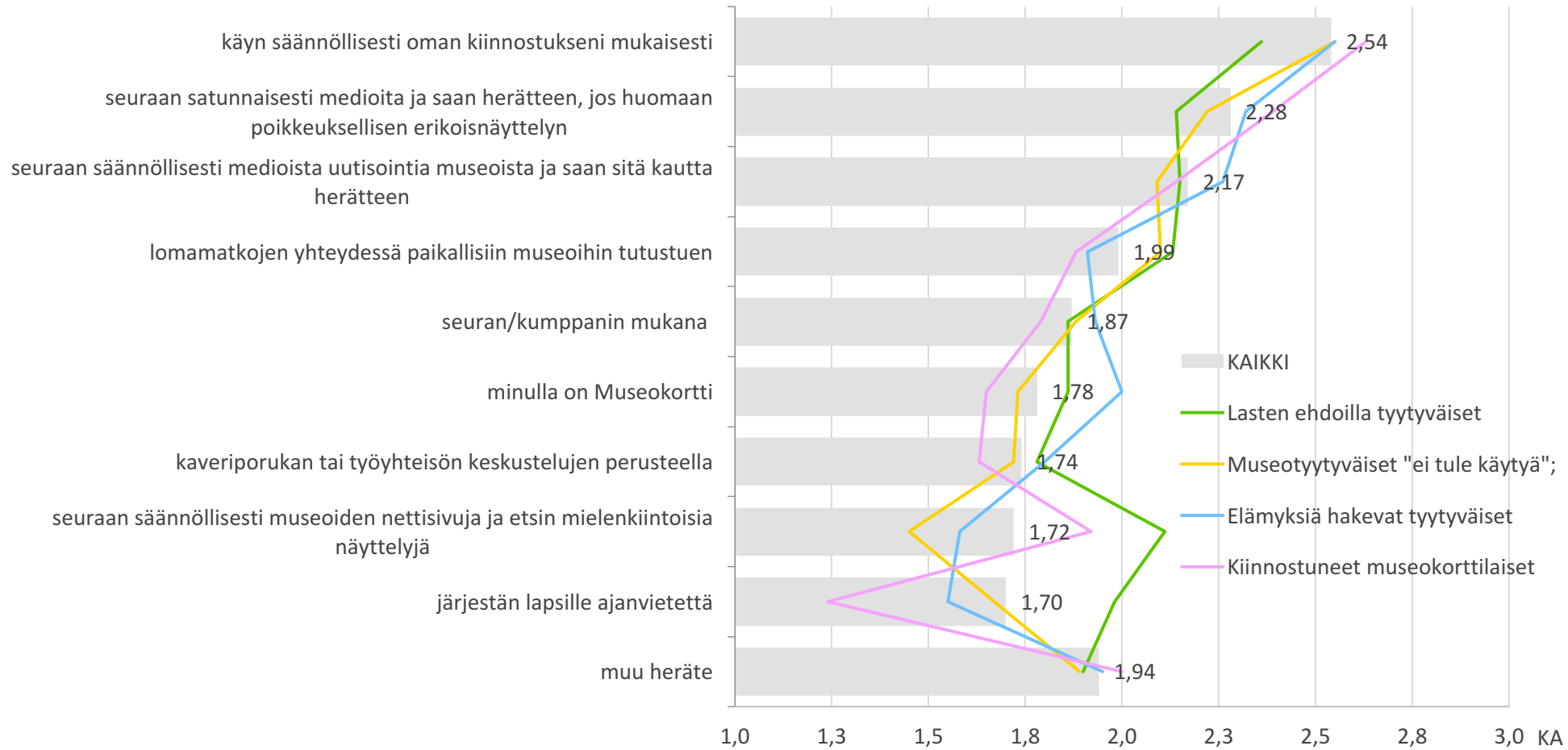
12.12.2017

Kulttuurirahasto ja Museoliitto / Museoasiakkaat

24



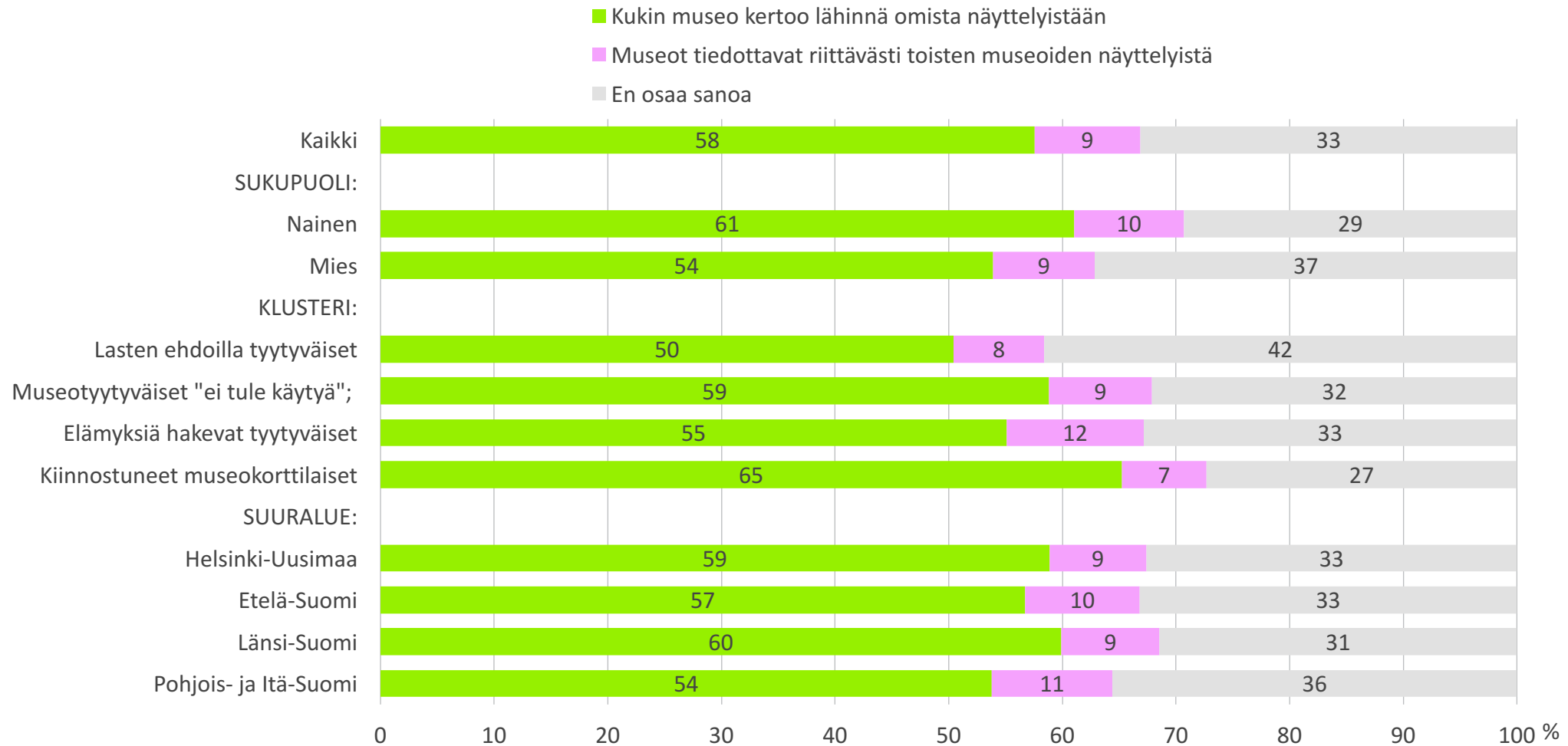
# Mistä saa herätteen käydä museossa (3 tärkeintä)



Kaikki vastaajat, n=1027

Asteikolla 3-1, jossa 3=Tärkein, 2=Toiseksi tärkein, 1=Kolmanneksi tärkein

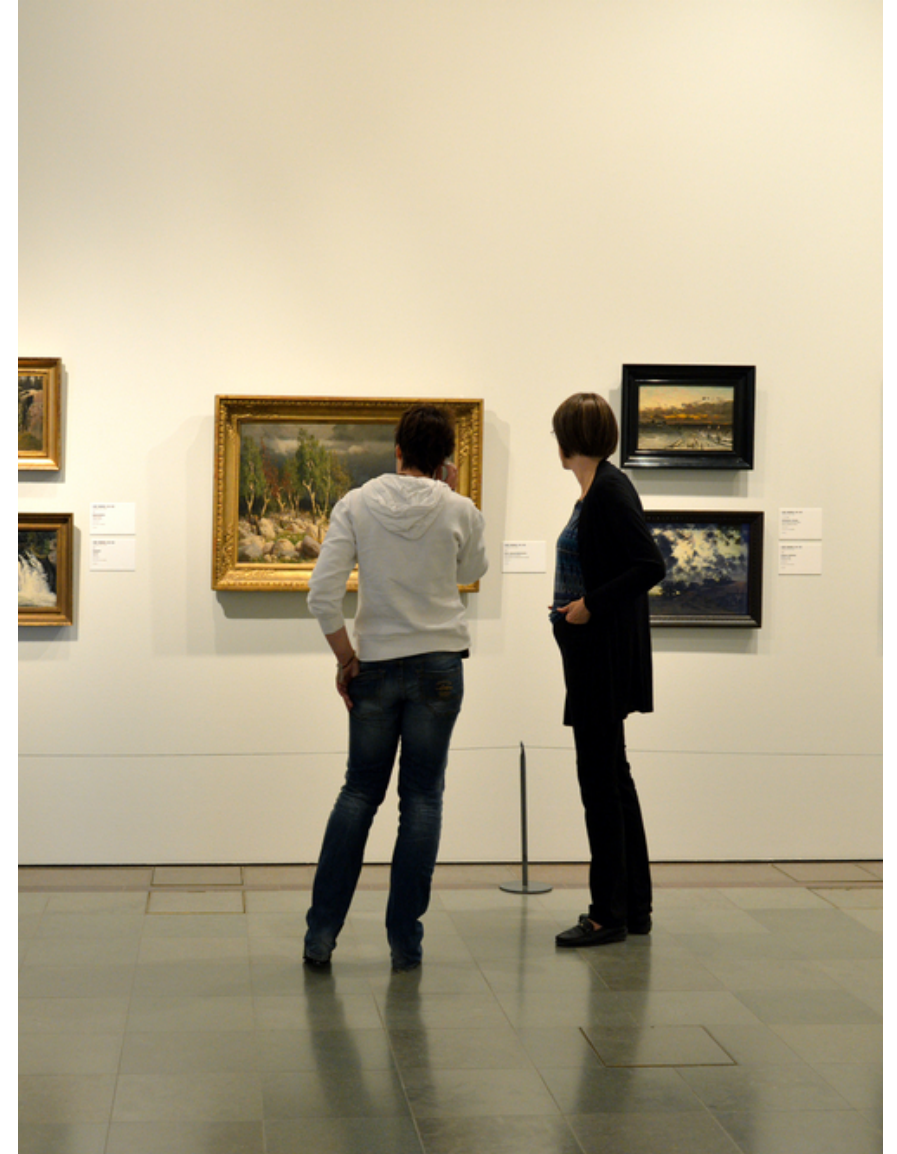
# Mikä toimintamalli kuvaa parhaiten kotipaikkakuntasi museoiden yhteistä tiedottamista?



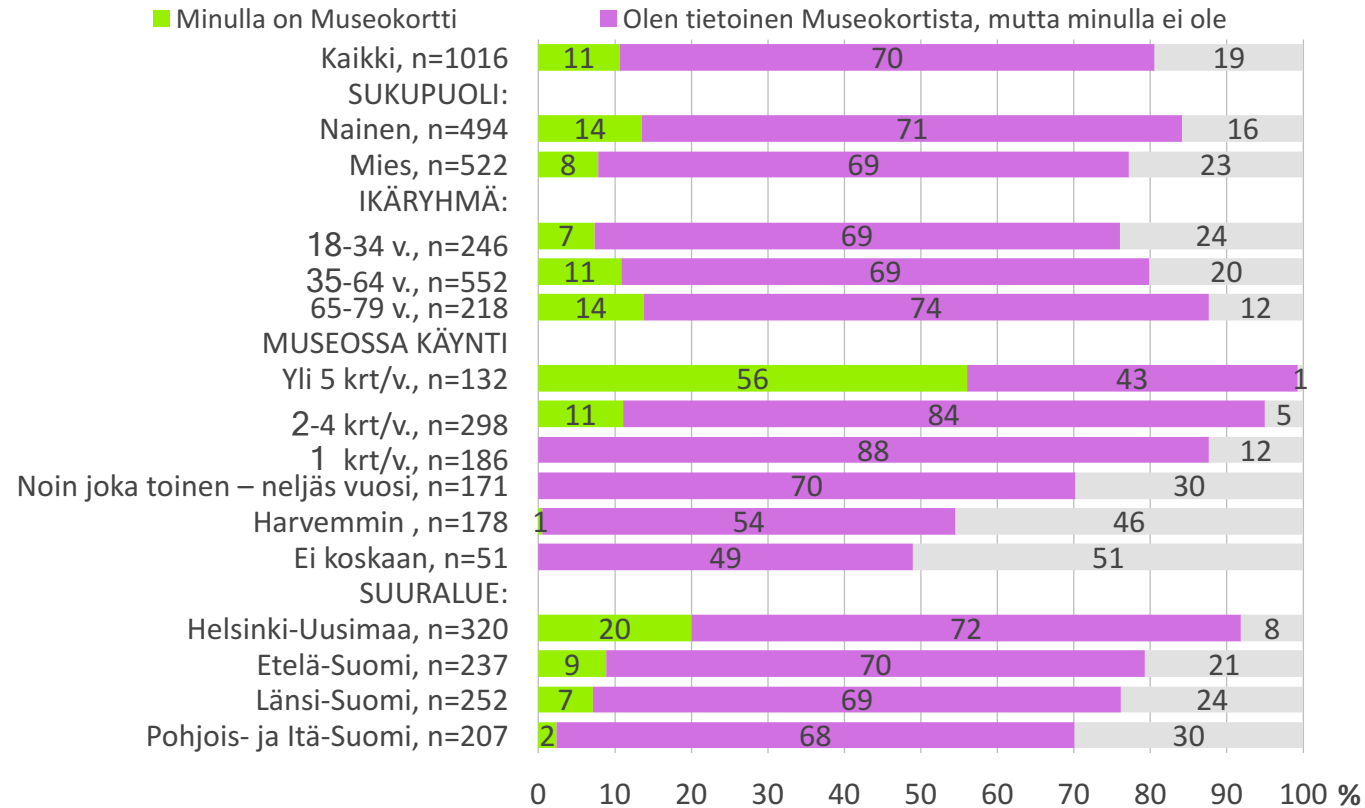
Kaikki vastaajat = 1027

# Museokortti on hyvä tuote

- Ihmiset tuntevat kortin
- Museokortti on lisännyt museokäyntejä
- 83 prosenttia museokorttilaisista uusi kortin todennäköisesti
- Museokortilla on vielä asiakaspotentiaalia. Markkinointiviestintä asiakastyypeittäin?
- Onko mahdollista tuotteistaa erihintaisia Museokortteja eri kohderyhmille?

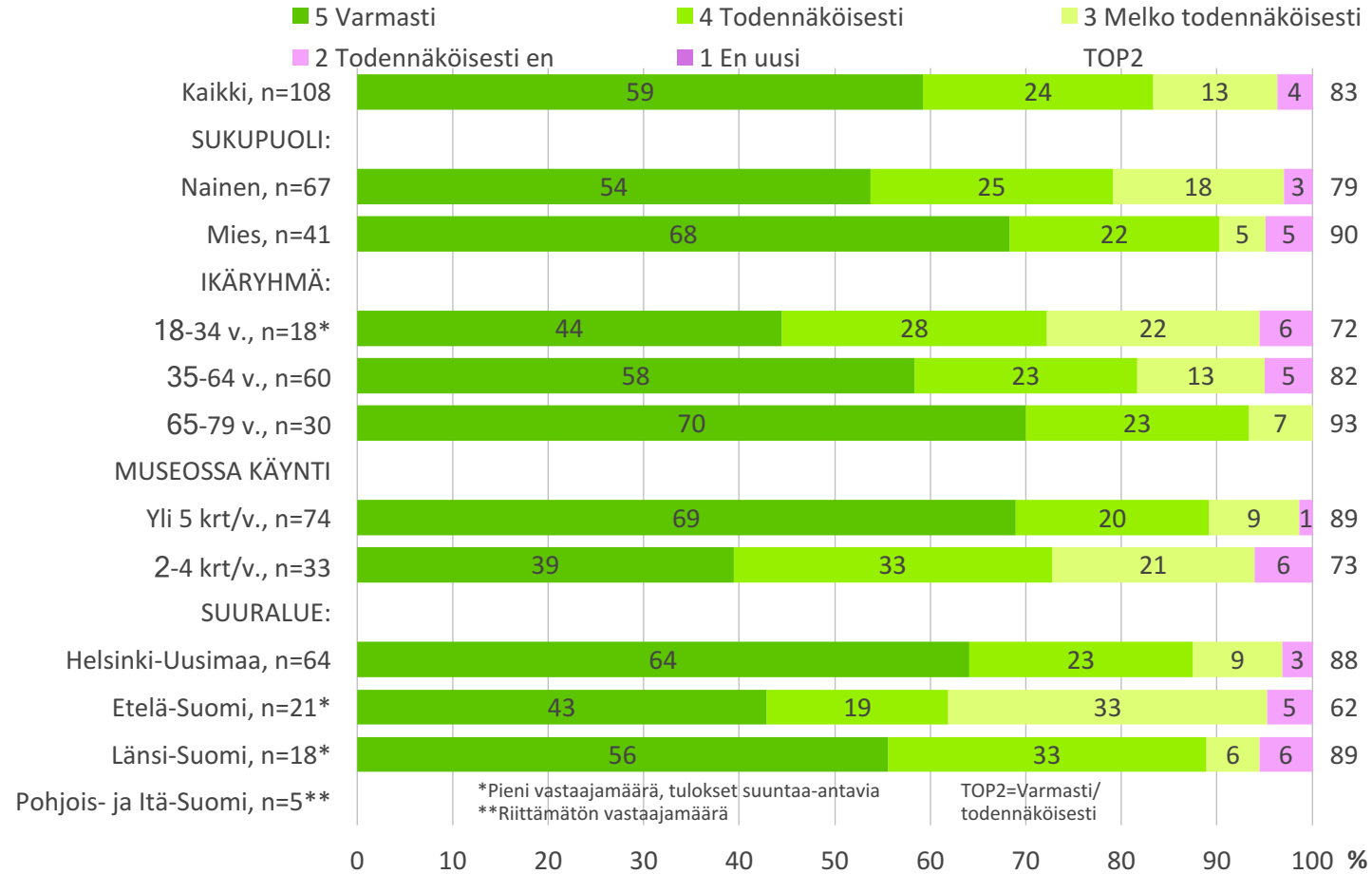


## Ihmisten tietoisuus Museokortista on erinomaista



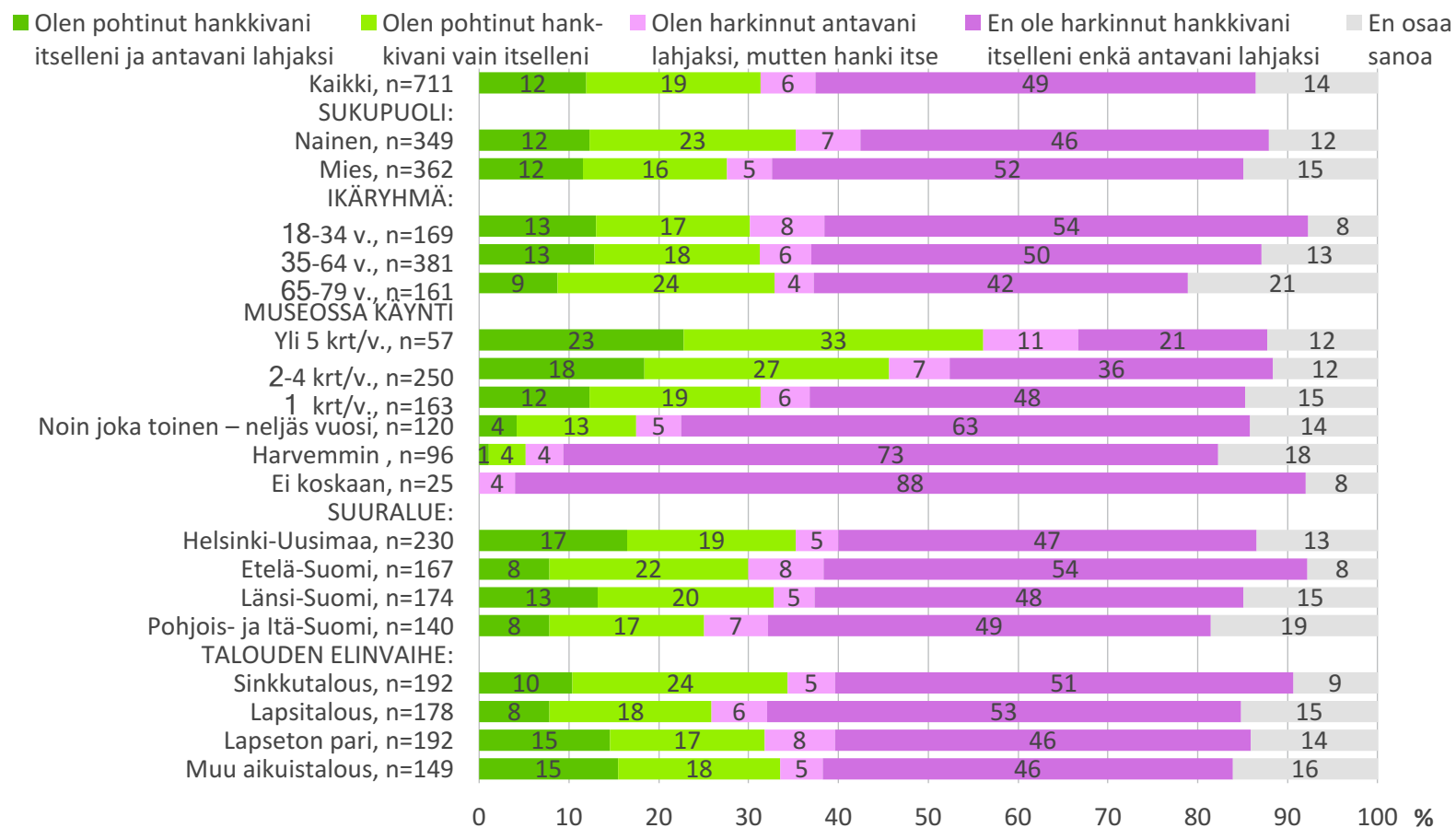
Kaikki vastaajat, n=1016

## 83 prosenttia museokorttilaisista uusii todennäköisesti Museokortin



n=on Museokortti

# Museokortilla on vielä asiakaspotentiaalia. Markkinointiviestintä asiakastyypeittäin?

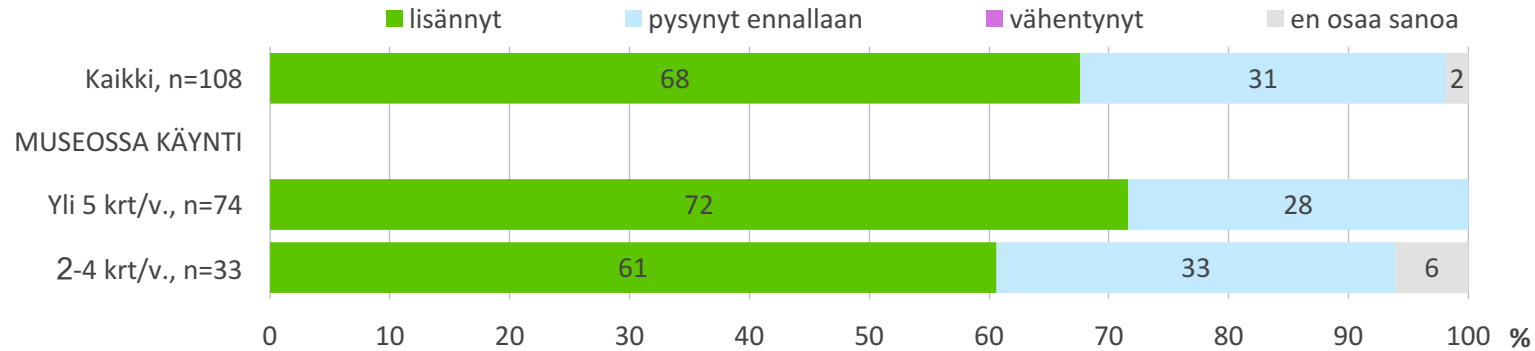


n = tietää Museokortin olemassaolosta, mutta ei omista sitä

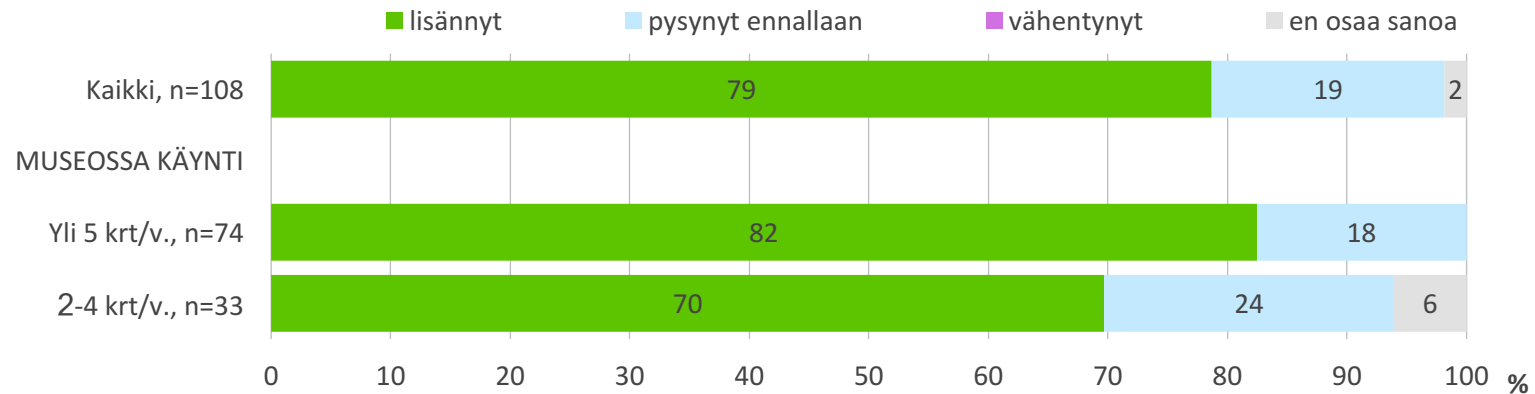
## *Museokortilla noin 300.000 asiakkaan potentiaali*

<b>Haastattelututkimus</b>			
	On museokortti, %	Ei ole, mutta tuntee kortin, %	Ei ole & tuntee; harkitsee hankkimista, %
	10,6	70,0	26,3
<b>Haastattelututkimuksen yleistys</b>			
<b>Museokortteja, 2017</b>	On museokortti, kpl	Ei ole, mutta tuntee kortin, kpl	Ei ole & tuntee; harkitsee hankkimista
<b>120 852</b>	120 852	796 728	298 773
	<b>Haastattelututkimus, %</b>	<b>Yleistys, kpl</b>	<b>Uusmaalaisia, kpl</b>
Käy yli 5 kertaa tai enemmän museoissa	13,0	147 708	72 735
- On museokortti	56,1	82 806	
Käy 2- 4 kertaa museoissa	29,3	333 462	121 971
- On museokortti	11,1	36 927	
Käy enemmän kuin kerran vuodessa			
- On museokortti		<b>119 733</b>	
- Ei ole korttia		361 437	

# Onko Museokortti on muuttanut museokäyntejäsi... ...niissä museoissa, joissa kävit aikaisemmin yksittäisillä lipuilla



# ...niissä museoissa, joissa et aikaisemmin ollut vierailut



n=on Museokortti



# Tutkimuksen tekijän havaintoja

- Lähtökohta on hyvä: museoiden tuote on kunnossa.
- Voisiko asiakkaiden arvioita kotimaisista/ulkomaisista museoista analysoida syvällisemmin? Voisiko kilpailevista museoista ottaa oppia?
- Asiakkaiden ”lepokitka” on merkittävää: ei tule lähdettyä. Tarvitaan ”heräte”.
- Miten saadaan aikaan asiakkaille ”heräte”?
  - *Erikoisnäyttelyt toimivat herätteinä taidemuseoissa*
  - *Kotimaiset (ja ulkomaiset) matkailijat otollisia museokävijöitä*
  - *Eri viesti/heräte eri asiakasryhmille -> tunnistetaanko eri asiakasryhmät?*
  - *Voisiko museoiden yhteisellä viestinnällä/markkinoinnilla aikaansaada ”museopöhinää”?*

Pasi Holm  
050 374 7462  
pasi.holm@taloustutkimus.fi

