

# Matkailun kumppanuustutkimus 2024

14.5.2024

Etta Partanen  
Meiju Ahomäki  
Maria Levola



# Sisältö

01 Yleistä tutkimuksesta

---

02 Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

---

03 Vastaajien taustatiedot

---

04 Tutkimustulokset

---

05 Yhteenveto ja suositukset

---

## Yleistä tutkimuksesta

Tutkimuksen tavoitteena oli herätellä toimijoita pohtimaan omaa rooliaan nykyisessä julkisen rahoituksen tilanteessa. Kaupungin vastuiden lisäämisen sijasta on vahvistettava toimijoiden omaa näkemystä Porvoon matkailun kehittämisestä.

Tutkimus toteutettiin puhelinhaastatteluina huhtikuussa 2024.

Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat Porvoon kaupungin matkailualan yhteistyökumppanit.

Tutkimus perustuu 35 vastaukseen, vastausprosentiksi muodostui 65 %.

Tässä raportissa esitetään tutkimuksen päätulokset.

Kaikki tutkimuksen tulokset esitetään yksityiskohtaisesti Innolinkin tutkimusjärjestelmässä.

# Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

**54%**

Arvioi Porvooseen suuntautuvan matkailun kokonaisuutena parantuneen viime vuosien aikana

**63%**

Arvioi Porvoon erityispiirteiden tunnistamisen omassa toiminnassaan hyväksi

arviot 4-5, asteikolla 1-5

**60%**

Arvioi oman yhteistyönsä Visit Porvoon kanssa hyväksi

arviot 4-5, asteikolla 1-5

**66%**

Arvioi oman markkinointinsa toteuttamisen kansainvälisesti heikoksi

arviot 1-2, asteikolla 1-5

**53%**

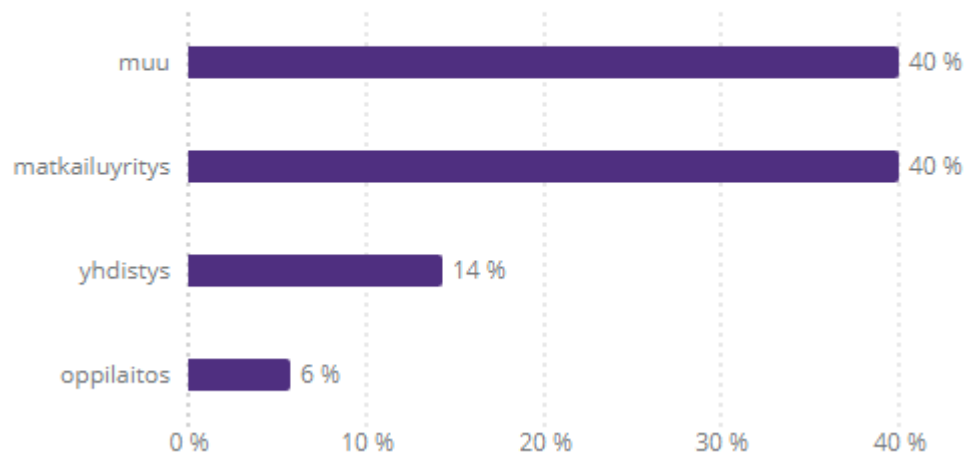
Arvioi tietonsa matkailun kehittämiseen suunnatuista rahoituskanavista heikoksi

arviot 1-2, asteikolla 1-5

Vastaajien taustatiedot

# Vastaajien taustatiedot

Päätoimiala: 35



# Tutkimustulokset

# Millainen mielikuva sinulla on Porvooseen suuntautuvan matkailun nykytilasta? (otteita)

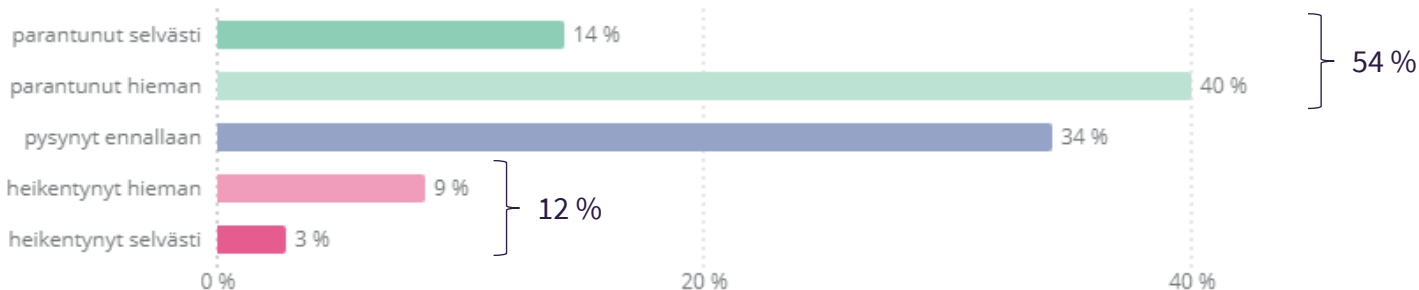
- *Porvoolla on hyvä brändi, hyvä mielikuva. Porvoossa kiinnostaa sekä historiansa takia että vuodenaikoihin liittyen, Porvoon kesä ja joulukuukaudet kiinnostavat ja tapahtumat.*
- *Porvoo on hyvin vetovoimainen. Siellä on tehty paljon uutta ja innovatiivista toimintaa. Porvoo tekee tähän päivään kuuluvaa matkailumarkkinointia hyvin.*
- *Nykytila on aika hyvä, hiukan ehkä jämähtänyt paikalleen ja vanha kaupunki -keskeinen, matkailijat liikkuvat siellä erittäin pienellä alueella.*
- *On ollut hiukan muutoksessa, kehittyvä. Päivämatkailua on suurin osa. Kehitystä tarvittaisiin pidempiaikaisessa yöpyvässä matkailussa.*
- *Porvoo on ollut tosi suosittu matkailukaupunki, ja aina tulee esille idyllisimmistä kohteista puhuttaessa. Tosi paljon nojaa vanhaan kaupunkiin ja muutamiiin yksittäisiin tapahtumiin. Positiivinen mielikuva on Porvoosta.*
- *Se on aika sellaista päivämatkaajaa lähestulkoon.*
- *Ei mitenkään huonossa kunnossa, pikkaisen seisoo paikallaan. Hirveästi uusia isoja tuotteita ei ole tullut vähään aikaan.*

**Porvoon matkailun koetaan olevan vetovoimaista ja monipuolista, mutta painottuvan pitkälti Vanhaan kaupunkiin ja päivämatkailuun.**



# Reilu puolet vastaajista arvioi Porvooseen suuntautuvan matkailun kokonaisuutena parantuneen

Miten arvioit Porvooseen suuntautuvan matkailun kokonaisuutena kehittyneen viime vuosien aikana? 35



Toimialan mukaan	Matkailuyritys (n=14)	Oppilaitos (n=2)	Yhdistys (n=5)	Muu (n=14)
parantunut selvästi	14 %	0 %	0 %	<b>21 %</b>
parantunut hieman	<b>50 %</b>	<b>100 %</b>	40 %	21 %
pysynyt ennallaan	29 %	0 %	40 %	43 %
heikentynyt hieman	7 %	0 %	0 %	14 %
heikentynyt selvästi	0 %	0 %	<b>20 %</b>	0 %

# Perustelut matkailun kehittymiselle (otteita)

## Parantunut selvästi tai hieman

- *Erittäin hieno hotelli on tuonut vanhaan Porvooseen elämää.*
- *Ainakin ruokamatkailu on vuositasolla vähemmän sesonkiin nojaavaa, laajentunut muihinkin kuin kesäsesonkiin.*
- *Pandemia aiheutti sen, että piti keksiä vähän uudenlaisia tapoja näkyä, se on jättänyt jälkensä. Porvoo ravintolakaupunkina on noussut.*
- *Olen vasta pari vuotta itse tehnyt tätä matkailupuolta. Mutta kyllähän Porvoo on näkynyt ja on ollut isoja tapahtumia. Ei se ainakaan heikentynyt ole.*
- *Paljon enemmän tapahtumia kuin aikaisemmin. Meillä on tiiviit yhteydet kaupungin matkailuvirkailijoihin.*

## Pysynyt ennallaan

- *Pysynyt ehkä ennallaan sillä tasolla mitä oli ennen koronaa. Etsitään varmaan keinoja saada vauhtia hommiin taas uudestaan. Siihen on vaikea vaikuttaa, on enemmänkin kiinni kuluttajan näkökulmasta ja ostovoimasta, miten hän käyttäytyy.*
- *Riippuu siitä miten tässä yhteydessä matkailija määrittellään. Ulkomailta tulevat päivämatkailijat ovat varmasti vähentyneet. Mökkeilijöiden määrä on varmaan pysynyt samana.*
- *On pikkaisen vaikea sanoa, kun korona sotki kaiken, sitten on ollut taantumaa. Nyt tuntuu, että pikkaisen lähtee taas kasvamaan.*
- *Porvoo on lähellä Helsinkiä, se on hyvä päivämattakohde.*

## Heikentynyt selvästi tai hieman

- *Se on hyvin lyhytaikaista. Matkailijat piipahtajia, jotka ovat tulleet jonkun ravintolan tai ilmaistapahtuman perässä. Pidempiaikainen oleminen jää tosi vähäiseksi. Alue, jolla matkailijat liikkuvat on hyvin kapea.*
- *Matkailutarjonnan tuotepaletti on ollut ennen laajempi, se on kaventunut viimeisen viiden vuoden aikana. Päiväretkien, yhdistysten ja kouluryhmien määrä on hieman laskenut. Perusristeilijät, eivät ole riippuvaisia tästä, heitä tulee ihan hyvin. Ravintolatarjonta on ollut suhteellisen hyvä aina. Majoitus, kartanon tilanne on hiukan laskenut.*

# Missä Porvoon matkailuyritykset, yhdistykset ja muut toimijat ovat erityisesti onnistuneet?

Tutkimuksen avointen kysymysten vastaukset on tiivistetty ns. sanapilveksi. Sanapilvi on samaan aikaan sekä visuaalinen että kvantitatiivinen esitystapa, joka havainnollistaa avointen vastausten keskeisen sisällön.



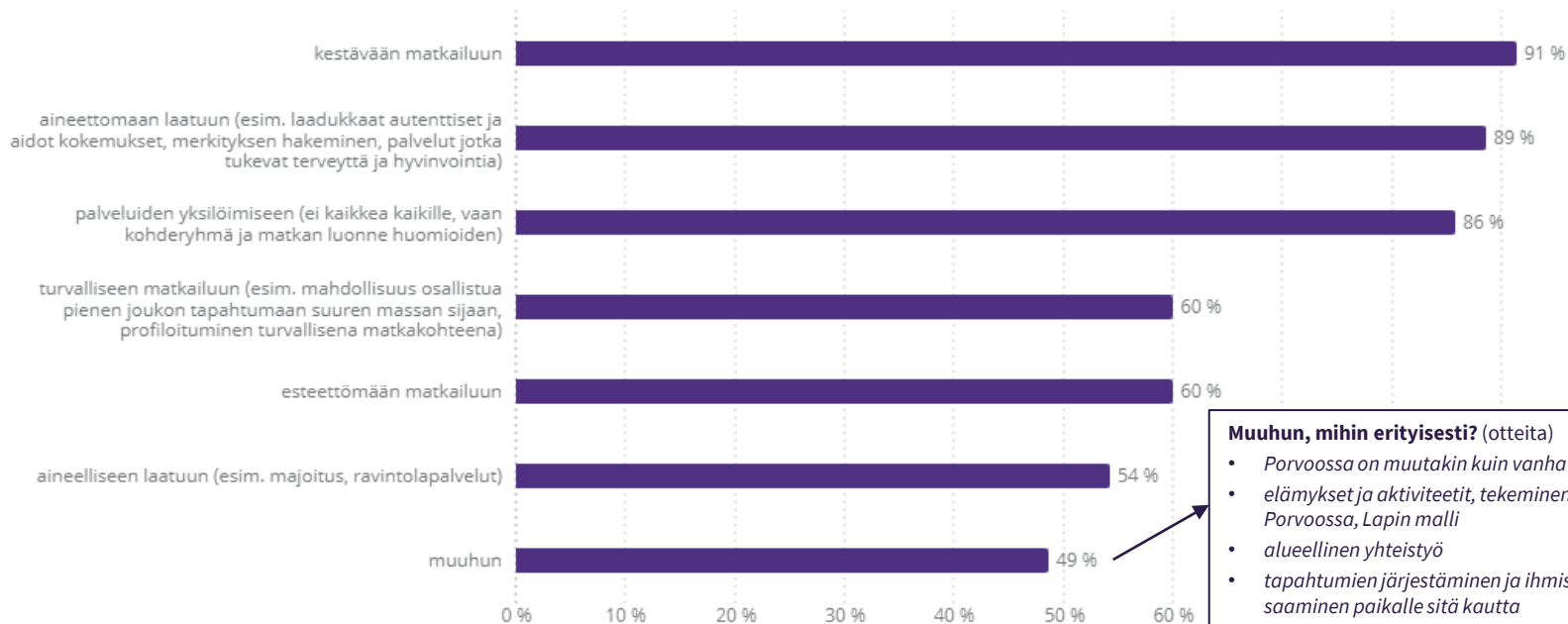
Onnistumisina esiin nousevat etenkin **Porvoon brändin ja imagon luominen ja vahvistaminen** sekä hyvä **markkinointi** ja **näkyvyyden lisääminen**.

Lisäksi ruokamatkailun kehittäminen ja esille nostaminen, tapahtumien järjestäminen sekä yritysten välinen yhteistyö ja verkostoituminen nostetaan onnistuneiden tekijöiden joukkoon.



# Matkailutoimijoiden toivotaan keskittyvän kestävään matkailuun, aineettomaan laatuun sekä palveluiden yksilöimiseen

Mihin Porvoon matkailutoimijoiden pitäisi mielestäsi erityisesti keskittyä? Voit valita useita vaihtoehtoja. 35



## Muuhun, mihin erityisesti? (otteita)

- Porvoossa on muutakin kuin vanha kaupunki.
- elämykset ja aktiviteetit, tekeminen Porvoossa, Lapin malli
- alueellinen yhteistyö
- tapahtumien järjestäminen ja ihmisten saaminen paikalle sitä kautta
- merellinen ja saaristomatkailu
- yhteistyö, palveluiden yhteen nivominen

# Millä tavalla näet Porvooseen suuntautuvan matkailun kasvavan määrällisesti tai laadullisesti? Mistä kasvu tulee? (otteita)

- *Kasvu tulee ensisijaisesti kansainvälisestä matkailusta. Kotimaan matkailussa on Porvoossa onnistuttu, se on aika hyvällä tasolla ja sitä voi ylläpitää.*
- *Kasvua tapahtuu. Kohderyhmät ovat hyvin pitkälti samat kuin tällä hetkellä ulkomaisissa matkailijoissa. Kotimaan matkailu ehkä lisääntyy.*
- *Kansainvälinen yöpyvä vapaa-ajan matkailu.*
- *Porvoossa on nimenomaan tarjolla uniikimpia kokemuksia ja elämyksiä, ei esim. ketjuhotelleja, se on meidän valtti.*
- *Pikkuhiljaa, suunta on tasaisesti ylöspäin. Kasvu saadaan tietynlaisesta tason noususta kaikissa paikoissa. Yhtenäisesti tehdään kiinnostavampi kaupunki. Nousu tulee laadun mukana.*
- *Laadullinen kasvu tulee matkailijoista, jotka hakevat elämyksiä pienryhmissä.*
- *Turismin kohdalta, mutta se vaikuttaa paljon miten on markkinoitu. Porvoon vanhaa kaupunkia yritetään aina, mutta että saisi matkailun kohdistumaan muihinkin paikkoihin.*

## **Porvoon matkailun kasvun mahdollisuuksia nähdään sekä määrällisesti että laadullisesti.**

**Kansainväliset markkinat:** Monet vastaajat uskovat, että Porvoon matkailun kasvu tulee ensisijaisesti kansainvälisistä matkailijoista, jotka viipyvät pidempään kuin kotimaiset päiväkävijät.

**Kotimaan matkailu:** Kotimaanmatkailun nähdään olevan jo hyvällä tasolla, mutta tilaa ja odotuksia kasvullekin on.

**Saaristo- ja luontomatkailu:** Useat vastaajat korostavat Porvoon saariston ja luonnon vetovoimaa ja hyödyntämätöntä potentiaalia matkailun kasvun lähteenä.

**Tapahtumat ja kulttuuri:** Toiset vastaajat näkevät tapahtumien ja kulttuurin merkityksen Porvoon matkailun kasvattamisessa ja toivovat, että Porvoossa järjestettäisiin enemmän laadukkaita ja vetovoimaisia tapahtumia.

# Millaisena matkailukaupunkina näet Porvoon kymmenen vuoden kuluttua? Millaisia toimenpiteitä olet valmis tekemään, jotta visio saavutetaan? (otteita)

- *Toivottavasti eläväisempänä. Näin juuri artikkelin, jossa kuvattiin Porvoota, että se on kaunis mutta uinuva, pitäisi siis herätä. Voin markkinoida Porvoota kaupunkina omissa kanavissani. Jos mahdollista, olemalla mukana esim. työryhmissä.*
- *Perinteitä kunnioittavana kaupunkina. Minulla on muutama idea kyllä, jotain tulee tehtyä, erilaisia tapahtumia ja uusia palveluita elämyspuolelle.*
- *Monipuolinen, houkutteleva, yritysten kautta vahva. Ei kaupunki yksin matkailua tee, vaan se lähtee myös yrityksistä. Olen omalta osaltani valmis osallistumaan tavoitteelliseen yhteistyöhön, voin hyvin olla mukana miettimässä mikä toimisi. Kehitän omaa aluetta ja yrittäjyyttä.*
- *Monipuolisena. Olen valmis tekemään kaiken tarvittavan.*
- *Laadukkaana ja vetovoimaisena, erityistapahtumiin keskittyneenä. Meillä on rakenteilla esteetön saunarakennus merenrantaan, siinä on yksi meidän tapa toimia erityisryhmiä ajatellen.*

**Porvoo kymmenen vuoden kuluttua nähdään eläväisenä, monipuolisena, kansainvälisestikin tunnettuna matkailukaupunkina, joka on säilyttänyt historiallisen ja viehättävän ilmeensä.**

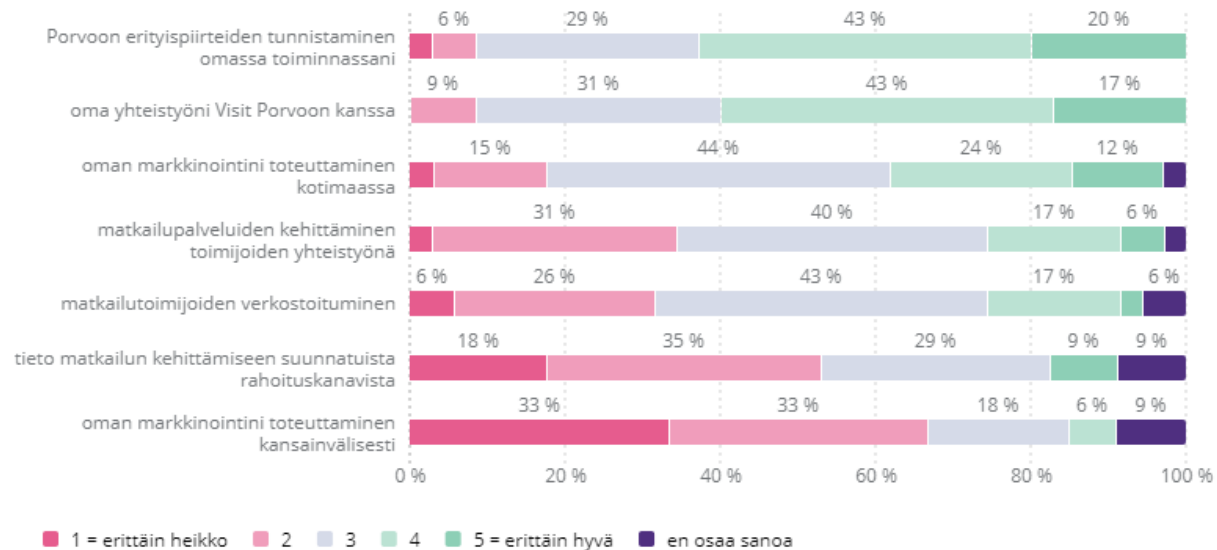
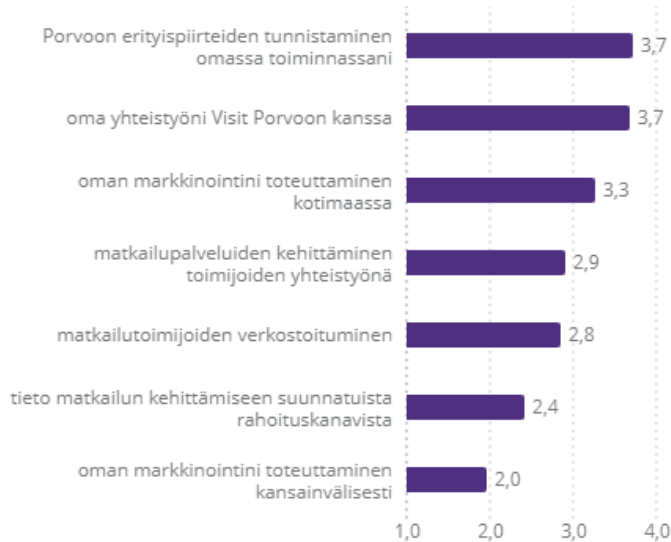
Porvoossa olisi tarjolla enemmän palveluita, tapahtumia, majoitusvaihtoehtoja, kulttuurikohteita ja esimerkiksi saaristoliikennettä, jotka houkuttelisivat erilaisia matkailijoita ympäri vuoden.

Vastaajat ilmaisevat olevansa valmiita tekemään kattavasti yhteistyötä muiden matkailutoimijoiden, kaupungin ja alueen kanssa Porvoon matkailun kehittämiseksi. Halukkuutta osallistua esimerkiksi markkinointiin, tuotekehitykseen, tapahtumajärjestämiseen ja verkostoitumiseen löytyy runsaasti. Vastaajat toivovat myös, että heitä kuultaisiin ja osallistettaisiin enemmän matkailun suunnittelu- ja kehitystyössä.

# Porvoon matkailun toimijoiden arviointi

Miten arvioit Porvoon matkailun toimijoita (ei siis kaupunkia) seuraavissa asioissa?

Asteikko: 1 = erittäin heikko ... 5 = erittäin hyvä



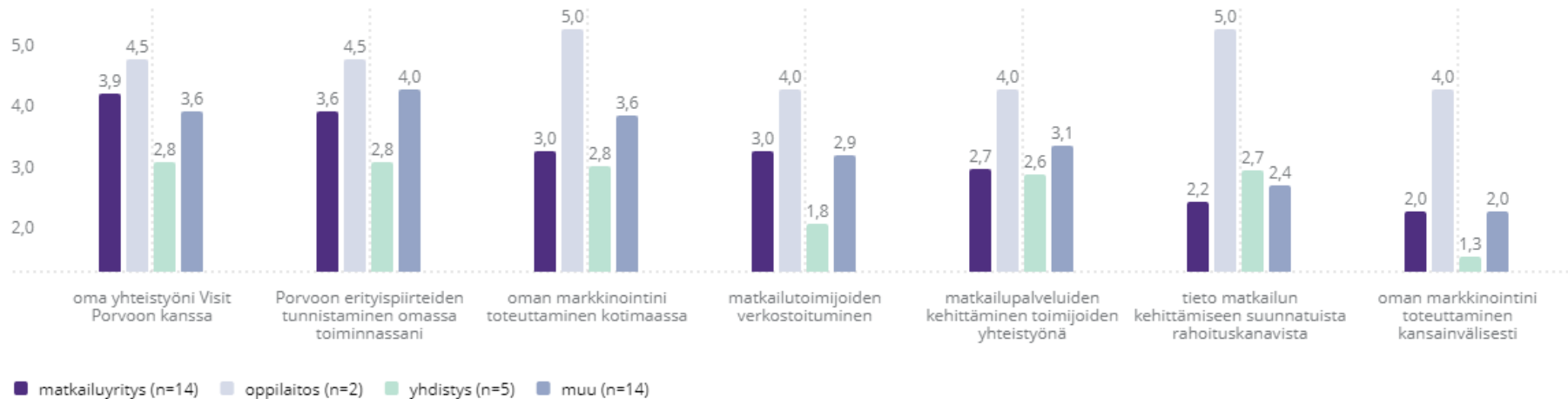


# Porvoon matkailun toimijoiden arviointi – toimialan mukaan

Miten arvioit Porvoon matkailun toimijoita (ei siis kaupunkia) seuraavissa asioissa?

Asteikko: 1 = erittäin heikko ... 5 = erittäin hyvä

Toimialan mukaan: 35





# Onko sinulla muuta avointa palautetta Porvoon matkailuun liittyen? (otteita)

- Voisi järjestää enemmän säännöllisiä, matkailun yhteisiä matkailun tapaamisia ja kehitystä, ei niin projektiluontoisia, vaan yleisiä. Että fasilitoisi vielä vähän enemmän.*
- Vuorovaikutus ihan ruohonjuuritason toimijoiden ja Visit Porvoon välillä, jos sitä saisi paremmaksi, niin kaupunki voisi kehittyä keski-eurooppalaisempaan suuntaa. Että porvoolaiset haluaisivat itsekkin tuottaa sisältöä matkailijoille. Sen ei tarvitse olla vain Visit tuottamaa. Koen, että siinä on iso kuilu tällä hetkellä. Porvoossa asuu todella paljon taiteilijoita ja luovan alan ihmisiä, mutta he eivät ole niin aktiivisia kuin voisivat olla, jos kommunikaatio ja arvostuskin olisi näkyvämpää molempiin suuntiin..*
- Aineellisen laadun palvelut ovat jo laadukkaita. Porvoo on ajan tasalla siitä mitä pitää tehdä. En tiedä mitä he voisivat tehdä paremmin, että saisivat yrittäjät yhteen. Ehdotan, että Porvoon matkailu voisi järjestää enemmän tapaamisia, työpajoja, että he koordinoisivat työpajoja ja koulutuksia ajankohtaisista aiheista.*
- Voisi markkinoida myös tapahtumia ja tekemistä muualla kuin keskustan ravintoloissa.*
- Olen ollut tyytyväinen yhteistyöhön matkailutoimiston kanssa, mutta edelleen yhteistyötä tarvitaan enemmän. Esteetön matkailu on marginaaliasia, joten siihen ei tarvitse niin paljon keskittyä. Monesti esteettömyys on jo olemassa.*
- Osassa keskittymiskysymyksen alueista tehdään jo tosi hyvää työtä. Porvoon matkailussa koko porukka tekee ihan mahtavaa työtä resursseihin nähden. Heillä on ihan hirveästi tehtäviä. Jos kohdistaa käytetyt varat saavutettuihin juttuihin, niin tosi hyvin kyllä pärjäävät ja hoitavat hommansa ja tonttinsa.*
- Majoitus ja ravintolapalvelut ovat jo hyvällä tasolla, joten niihin ei tarvitse erityisesti keskittyä. Suomi on turvallinen kohde, niin turvallisuuteen keskittymiseen ei kannata Porvoon käyttää niukkoja resurssejaan.*
- Ravintola- ja majoituspalvelut ovat hyvällä tolalla. Hyvin kaikki toimii, on ihmisiä ja tiedotusta ja hyvä yhteistyökuvio.*
- Toivottavasti että jatkuu joulutorit ja kaikki muut. On tehty paljon työtä jo sen eteen. Vaikka viime vuonna oli vähän ongelmia, katsottaisiin avoimelle mielellä eteenpäin, että miten sitä voisi kehittää. Ettei heti lannistuta vaikka joku tapahtuma ei menisi niin hyvin, annetaan mahdollisuus jatkossakin.*
- Varmaan ovat tehneet hyvää työtä kuten ennenkin. Meillä ei ole kapasiteetti tai aika riittänyt olla yhteydessä tarpeeksi. Jos olemme heihin yhteydessä, niin he varmasti tekevät kaikkensa auttaakseen meitä. Uusia tapahtumia on tullut, se on todella hyvä, esim. viinijuhla. Tekevät hyvää työtä. Pitäisi luoda Porvoon näköisiä matkailutuotteita, jotka sopivat historiaan ja Porvooseen. Porvoo-kuvan kehittämistä. Aina kun matkailutuotteita kehitetään, pitäisi ottaa Porvoota huomioon.*

## Yhteenveto ja suositukset

# Yhteenveto

## **PORVOOSEEN SUUNTAUTUVAN MATKAILUN KEHITYSSUUNTA JA MIELIKUVAT POSITIIVISIA**

- Reilu puolet (54 %) vastaajista arvioi Porvooseen suuntautuvan matkailun kokonaisuutena parantuneen viime vuosien aikana. Vain noin joka kymmenes (12 %) arvioi sen heikentyneen.
- Porvoon matkailun koetaan nykyisellään olevan vetovoimaista ja monipuolista, mutta painottuvan pitkälti Vanhaan kaupunkiin ja päivämatkailuun.
- Porvoon matkailuyritysten, yhdistysten ja muiden toimijoiden onnistumisina useimmiten esiin nousevat etenkin Porvoon brändin ja imagon vahvistaminen sekä hyvä markkinointi ja näkyvyyden lisääminen.
- Porvoon matkailun kasvun mahdollisuuksia nähdään sekä määrällisesti että laadullisesti ja kasvupotentiaalia nähdään sekä kansainvälisen matkailun että kotimaan matkailun osalta.

## **KANSAINVÄLISTYMISEN, MARKKINOINNIN JA RAHOITUKSEN SUHTEEN KAIPAILLAAN TUKEA**

- 66 % arvioi oman markkinointinsa toteuttamisen kansainvälisesti heikoksi.
- 53 % arvioi tietonsa matkailun kehittämiseen suunnatuista rahoituskanavista heikoksi.
- Porvoon matkailuyritysten, yhdistysten ja muiden toimijoiden kehityskohteiksi useimmiten nostetaan yhteistyön lisääminen eri toimijoiden kesken, markkinointi ja tuotekehitys sekä palveluiden saatavuus ja aukioloajat.
- Oman toiminnan kehittämiseen kaivataan tukea erityisesti markkinoinnin osalta ja taloudellisen tuen muodossa sekä yhteistyön ja verkostoitumisen tiimoilta. Vastaajat toivovat, että heitä kuultaisiin ja osallistettaisiin enemmän matkailun suunnitteluun ja kehittämiseen.

# Suosituksset

- **Yhteistyön lisääminen.** Vastaajat ymmärtävät selkeästi sen, että matkailun kehittäminen on yhteistyötä ja vaatii leveämpiä hartioita. Yhteistä tekemistä Porvoon matkailun hyväksi halutaan lisätä. Ilahduttavaa on, että moni ilmoittaa kiinnostuksensa osallistua kehittämistyöhön. Osa toivoo kokonaan uutta yhteistyön organisaatiota tai toimijaa koordinoimaan yhteistä tekemistä.
- **Tuki selkeimmissä haasteissa.** Etenkin kansainvälinen markkinointi koetaan haastavana, vaikka siellä nähdäänkin kasvun mahdollisuudet. Vain joka toinen tuntee matkailun kehittämiseen suunnatut rahoituskanavat. Huomioitavaa on myös se, että vain runsas kolmannes (36 %) vastaajista pitää omia kotimaan markkinoinnin taitojaan hyvinä.
- **Vahvuuksien säilyttäminen jäämättä kiinni nostalgiaan.** Kaupungin erityispiirteet tunnistetaan vastaajien mielestä varsin hyvin, samoin matkailun jo olemassa olevat vahvuudet. Vastaajat painottavat niiden säilyttämistä edelleen, mutta muistuttavat samalla, että paikalleen ei pidä jäädä. Viipymien lyhytaikaisuus mietityttää useita vastaajia, samoin palveluiden kehittäminen pidemmän aikaa viipyville matkailijoille. Usea vastaaja toivoo, että merta ja saaristoa pystyttäisiin hyödyntämään nykyistä paremmin. Keskittyminen liaksi vain vanhaan kaupunkiin saa toistuvaa kritiikkiä.
- **Kärkitrendit tunnistetaan.** Tärkeinä nähdään etenkin matkailun kestävyys sekä aineettomat arvot, kuten aidot kokemukset, merkityksellisyys sekä terveyttä ja hyvinvointia tukevat palvelut. Tärkeää on myös palveluiden yksilöllisyys eli räätälöiminen asiakkaan mukaan. Moni toteaa, että aineellinen puoli on jo kunnossa ja etenkin Porvoon ravintolakaupungin maineen arvioidaan parantuneen viime vuosina.

# Kiitos!

Sähköpostimme ovat etunimi.sukunimi@innolink.fi  
Seuraa meitä verkossa [www.innolink.fi](http://www.innolink.fi) ja sosiaalisessa mediassa  
#innolink



**INNOLINK**