SUOMENLINNA
SVEABORG

Suomenlinnan kestävän matkailun strategia

SILTA PANDEMIAN JÄLKEISEEN MATKAILUUN MAAILMANPERINTÖKOHTEESSA 2021–2023

Sisällysluettelo

Esipuhe **3**

1. Kestävä matkailu maailmanperintökohteessa **4**

2. Suomenlinnan kumppaneiden kanssa yhdessä kohti kestävän matkailun kohdetta **7**

3. Hoitokunta mahdollistaa ja koordinoi **9**

4. Kestävän matkailun strategia 2015–2020 toteutettiin onnistuneesti **11**

5. Koronapandemia muutti toiminta-ympäristön kertaheitolla **13**

6. Kansallinen ja paikallinen viitekehys kestävälle matkailulle 2021–2023 ..... **17**

7. Suomenlinnan matkailun visio ja kehittämisen painopistealueet **19**

Matkailun vaikutusten hallinta ja hyötyjen kotiuttaminen 20

Laadukkaan kävijäkokemuksen ylläpitäminen 22

Kesäkohteesta ympärivuotiseksi kohteeksi 24

Verkostomaisen toiminnan kehittäminen 26

Maailmanperintöarvoista viestiminen 28

8. Suomenlinnan vetovoimaisuus vuosina 2021–2023 edellyttää yhteisiä ponnistuksia **30**

9. Strategian seuranta **33**

Linkkejä **34**

Liitteet **35**

Kuvat:

Kansi: Mikael Rantalainen

s. 2: Super Otus

s. 3: Timo Nurmi

s.8: Aino Heininen

s.10: Susanna Kekkonen

s. 12: Anssi Hypén

s. 14: Super Otus

s. 16: Super Otus

s. 18: Suomen Ilmakuva

s. 21: Super Otus

s. 23: Susanna Kekkonen

s. 25: Yiping Feng ja Ling Ouyang, Helsinki Marketing

s. 27: Susanna Kekkonen

s. 29: Aino Heininen

s. 31: Kari Ylitalo, Helsinki Marketing

s. 32: Veeti Otsamo

s. 33: Aino Heininen

Takakansi: Aino Heininen

Esipuhe

Suomenlinnan maailmanperintökohteen hoito- ja käyttösuunnitelmassa on linjattu, että matkailun kehittämisen tulee muiden kehittämistoimenpiteiden tavoin perustua kestävän kehityksen ja kohteen erityisen yleismaailmallisen arvon tukipilareille.

Kestävä matkailu ei ole pelkästään maailmanperintökohteiden asialistalla. Samalla linjalla ovat Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisema Suomen matkailustrategia ”Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun”, Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelma sekä Helsingin kaupungin matkailun tiekartta.

Näistä askelmerkeistä lähdimme päivittämään Suomenlinnan kestävän matkailun strategiaa. Työn alettua tapahtui kuitenkin odottamaton toimintaympäristön muutos ja työ jouduttiin sovittamaan tilanteeseen, jossa kansainvälinen matkailu on katkennut lähes kokonaan. Epävarmassa tilanteessa lyhensimme tarkastelujaksoa ja päätimme tarkentaa katseen siihen, kuinka rakentaa Suomenlinnan matkailulle silta koronapandemian jälkeisiin vuosiin.

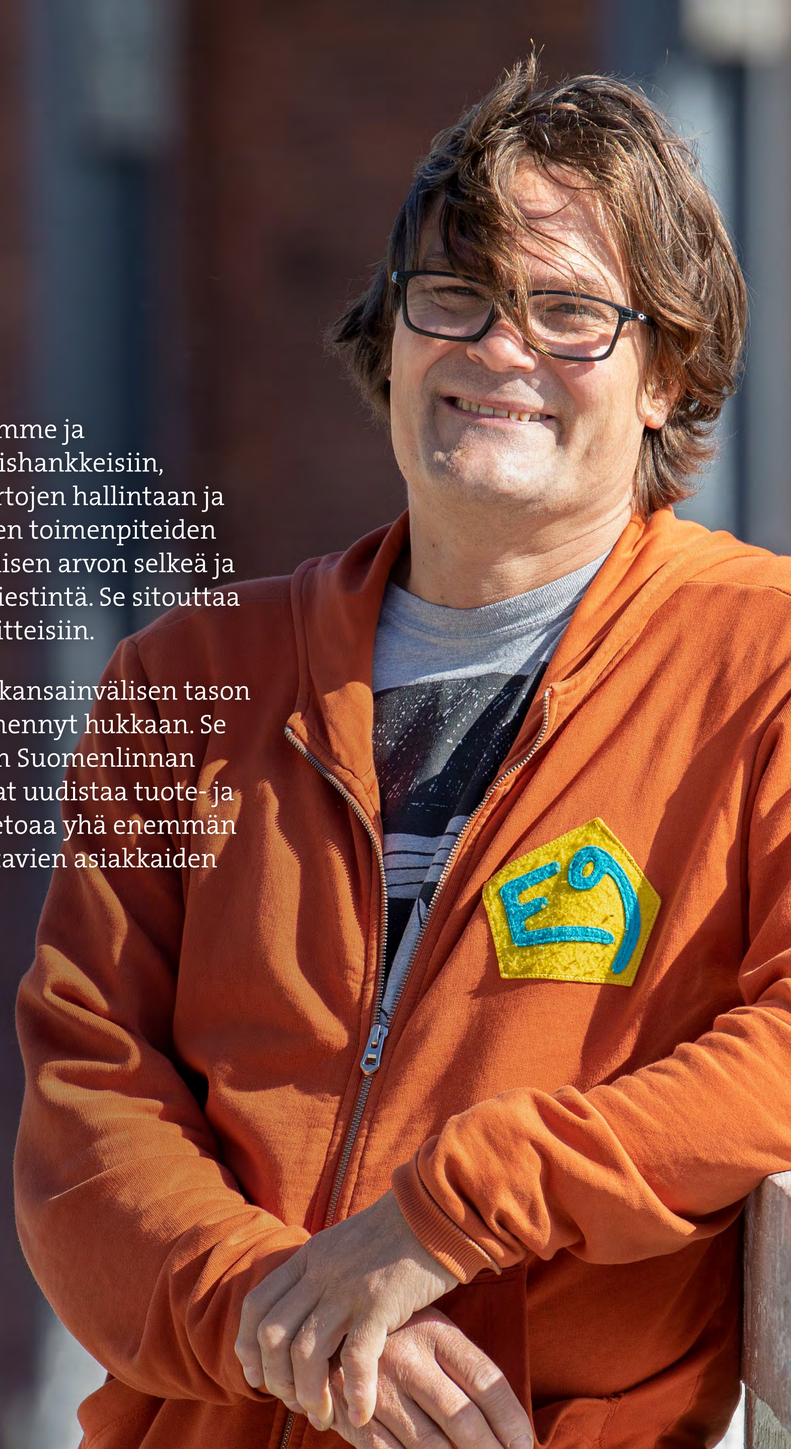
Suomenlinnan kestävän matkailun strategiassa matkailuverkostomme etsivät keinoja vastata vähäisempiin kävijämääriin ja aikaisempaa suomalaisemman asiakaskunnan tarpeisiin. Tukeudumme ja tuomme oman panoksemme kansallisiin ja paikallisiin hankkeisiin, joissa kehitetään matkailun kestäviä toimintatapoja. Toimijaverkosto on sitoutunut kehittämään kohteen vahvuuksia hyödyntäviä tapahtumia ja palvelukokonaisuuksia, jotka antavat Suomenlinnan kohtuu hyvin tunteville suomalaisille uusia syitä vierailla linnoituksessa.

Koronapandemian aikana käynnistimme ja osallistuimme useisiin digikehittämishankkeisiin, joista etsimme tehokkuutta kävijävirtojen hallintaan ja palveluiden löydettävyyteen. Kaikkien toimenpiteiden taustalla on erityisen yleismaailmallisen arvon selkeä ja eri kohderyhmät huomioon ottava viestintä. Se sitouttaa kävijät Suomenlinnan suojelun tavoitteisiin.

Parinkymmenen vuoden ajan tehty kansainvälisen tason kävijäpalveluiden kehitystyö ei ole mennyt hukkaan. Se on vahva osaamispohja, jonka varaan Suomenlinnan matkailupalveluiden tarjoajat osaavat uudistaa tuote- ja palveluvalikoimaansa niin, että se vetoaa yhä enemmän vastuullisuutta ja kestävyyttä arvostavien asiakkaiden mieliin.

Ilari Kurri

johtaja, Suomenlinnan hoitokunta



1. Kestävä matkailu maailmanperintökohteessa

Suomenlinna on historiallinen merilinnoitus ja Unescon maailmanperintökohde. Linnoitus on Suomen suosituimpia matkailukohteita. Suomenlinna on myös kaupunginosa, jossa asuu noin 800 helsinkiläistä. Linnoitusta restauroi, ylläpitää, esittelee ja hallinnoi Suomenlinnan hoitokunta, joka on opetus- ja kulttuuriministeriön alainen valtion virasto.

Maailmanperintökohteen strateginen kehittämissuunta ilmaistaan hoito- ja käyttösuunnitelmassa, joka tehtiin yhdessä Suomenlinnan sidosryhmien kanssa. Vuonna 2019 julkaistu suunnitelma perustuu kohteen arvoihin ja kestävän kehityksen tavoitteisiin. Kestävän matkailun kehittäminen nostettiin Suomenlinnan hoito- ja käyttösuunnitelmassa yhdeksi kestävän kehityksen tärkeimmistä tavoitteista. Jokaisen peruspilarin sisällä matkailupalveluiden merkitys on huomattavan suuri.

Kestävän matkailun strategia laadittiin Suomenlinnalle vuonna 2015. Sen päivittäminen vuonna 2020 siirtyi koronapandemian takia vuodella eteenpäin. Matkailutoimijoiden verkosto päätti vuoden 2021 alussa, että päivityksessä sitoudutaan edelleen vuonna 2015 sovittuihin kehittämisen painopistealueisiin.

Koronapandemian vaikutukset ulottuvat seuraavina vuosina Suomenlinnan matkailuun. Kävijämäärä jää aikaisempaa pienemmäksi, ja kävijäprofiili on kotimaispainotteinen. Terveysturvallisuus on ensisijaisen tärkeää huomioida muuttuneessa toimintaympäristössä. Kotimaiset ja erityisesti pääkaupunkiseudulta tulevat kävijät täytyy motivoida Suomenlinnan kanta-asiakkaiksi ja jakamaan käyntikertoja eri vuodenajoille.

Maailman matkailujärjestö UNWTO määrittelee kestävän matkailun matkailuksi, joka huomioi täysmittaisesti nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vaikutukset ja ottaa huomioon **kävijöiden, matkailuelinkeinon, ympäristön ja paikallisyhteisön tarpeet.**

Unescon määritelmässä kestävä matkailu on matkailua, joka kunnioittaa paikallisia yhteisöjä, matkailijoita, kulttuuriperintöä ja ympäristöä.

Suomenlinnassa kestävän matkailun kehittämisessä huomioidaan kaikki neljä kestävyyden ulottuvuutta: **taloudellinen, sosiaalinen, ekologinen ja kulttuurinen.**

Kestävää matkailua voidaan pitää **tavoitetilana, jota kohti pyritään ja se voi olla osin jopa saavuttamaton.** Tätä tavoitetilaa kohti pyritään vastuullisella matkailutoiminnalla. Näin vastuullinen matkailu on prosessi, jonka kautta kestävän matkailun tavoitteeseen voidaan päästä.

Lue lisää **Matkailututkimuksen avainkäsitteet -julkaisusta**

HYVINVOIVAN SUOMENLINNAN SÄILYTTÄMINEN JÄLKIPOLVILLE

VASTUIDEN JA RESURSSIEN JAKAMINEN HALLITUSTI

KAIKKIEN SUOMENLINNA

- Kehitämme Suomenlinnaa avoimena ja saavutettavana voimavarana.
- Säilytämme Suomenlinnan jälkipolvien koettavaksi, ja siksi sitoudumme kestävän matkailun keinoihin.
- Suomenlinnan päätöksenteko perustuu avoimeen vuorovaikutukseen. Valtio, kaupunki, yksityinen sektori ja kansalaisyhteiskunta osallistuvat kukin oman roolinsa puitteissa.

HISTORIAN MERKITYS JA PAIKAN HENKI

- Erityisten yleismaailmallisten arvojen sekä paikkalähtöisten arvojen mukainen suojelu ja hoito ovat perustana kaikelle käytölle ja kehittämiselle.
- Mahdollistamme historian ja luonnon kokemisen.
- Suojelun ja käytön välinen tasapaino on lähtökohta Suomenlinnan kehittämiselle.

SUOMENLINNA HELSINGIN KAUPUNGINOSANA

- Maailmanperintökohde Suomenlinnassa asutaan, eletään, tehdään työtä ja vieraillaan.
- Suomenlinnaan saavutaan vesitse.
- Suomenlinnaan kohdennettavat taloudelliset ja henkilöresurssit sovitaan säännöllisesti kaupungin ja valtion kesken.

PALVELUT SUOMENLINNASSA

Suomenlinnan palvelut tukevat paikallisyhteisön elinvoimaa ja ovat kaikkia varten.

- Palvelut perustuvat maailmanperintökohteen ymmärtämiseen kokonaisuutena.
- Suomenlinnan palveluiden menestys perustuu niiden laatuun ja ympärivuotisuuteen.

KESTÄVÄ KEHITYS SUOMENLINNASSA *) Ilmastoteot • Yhteistyö ja kumppanuus • Kestävä matkailu

SUOMENLINNAN ARVOT Vahva paikan henki • Kerroksellisuus ja jatkuvuus • Elävä ja monipuolinen • Sopusointu ja erilaisuus

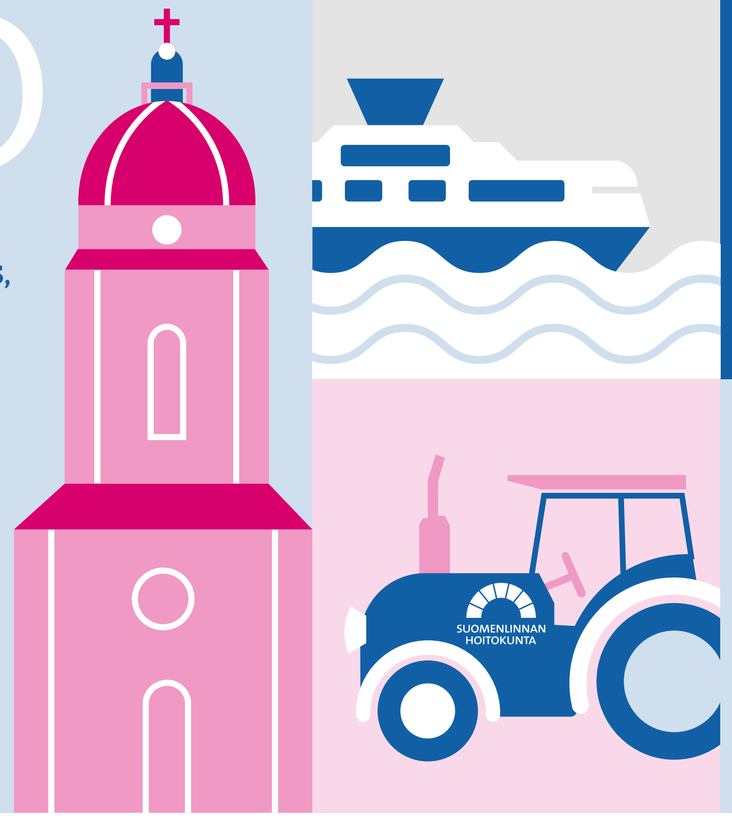
Suomenlinnan hoito- ja käyttösuunnitelman peruspilarit. Kestävä matkailu valittiin Suomenlinnassa yhdeksi Agenda 2030 -painopisteeksi.

*) YK:n kestävän kehityksen tavoitteita, joihin pohjautuvat tulevaisuuden suuntaviivojen pohjalta tehtävät toimenpiteet.

VISIO

SUOMENLINNA ON KANSAINVÄLISESTI ARVOSTETTU AUTENTTINEN MERILINNOITUS,

- jossa matkailun ja suojelun yhteisenä päämääränä on aito ja elinvoimainen maailmanperintökohde
- jossa yrittäjät menestyvät ympärivuotisesti tarjoamalla laadukkaita palveluita, asukkaat viihtyvät ja kävijät kokevat osallistuen elämyksiä ja käynti Suomenlinnassa lisää hyvinvointia
- joka on kestävän matkailun mallikohde.



STRATEGIAN PAINOPISTEALUEET

- Matkailun vaikutusten hallinta ja hyötyjen kotiuttaminen
- Laadukkaan kävijäkokemuksen ylläpitäminen
- Kesäkohteesta ympärivuotiseksi kohteeksi
- Verkostomaisen toiminnan lisääminen
- Maailmanperintöarvojen viestiminen

Suomenlinnan kestävän matkailun strategian visio ja painopistealueet.

2. Suomenlinnan kumppaneiden kanssa yhdessä kohti kestävän matkailun kohdetta

Suomenlinnan toimijaverkostoon kuuluu yli 30 matkailupalveluiden tuottajaa, joiden yhteistyöstä syntyy kävijän Suomenlinna-kokemus. Monet yritykset ovat pieniä mikroyrityksiä, ja joillekin matkailu on vain sivuelinkeino. Selkeitä palveluryhmittymiä muodostavat ravintola- ja kahvilapalvelut (12 toimijaa), museo- ja näyttelypalvelut (6 museota ja 2 galleriaa), vesiliikennepalveluita tuottavat toimijat sekä majoituspalvelut (2). Useilla taidetoimijoilla ja taidekäsityöläisillä on toimitilat linnoituksessa. Suomenlinnassa toimii yhteisöjä ja julkisia toimijoita, jotka vaikuttavat joko suoraan tai välillisesti kävijäkokemukseen tai kohteen hoitoon. Näihin kuuluvat Merisotakoulu, Suomenlinnan vankila, Viaporin Telakka ry, Suomenlinnaseura ja monet muut.

Jo ennen koronapandemiaa matkailuliiketoiminta oli sesonkiluontoista, vaikka talvikausien kävijämäärät ovat nousseet Helsinkiin saapuvien ulkomaisten matkailijoiden löydettyä talvisen Suomenlinnan. Kesä on matkailun vilkkainta aikaa. Keväällä ja syksyllä erityisesti yritysasiakkaat ovat työllistäneet kohteen yrittäjiä. Koronapandemian takia yritysryhmät ja ulkomaiset matkailijat jäivät lähes kokonaan pois, mikä toi suuren loven kävijämääriin ja yritysten liikevaihtoon.

Suomenlinnan hoitokunta kerää matkailutoimijoilta palautetta, jota hyödynnetään kohteen kehittämisessä. Hoitokunta järjestää matkailutoimijoille kaksi kertaa vuodessa verkostotilaisuuden, jossa käsitellään ajankohtaisia aiheita, arvioidaan mennyttä ja suunnitellaan tulevaa. Toimijoille ja heidän henkilöstölleen hoitokunta järjestää keväisin Suomenlinna-perehdytykset, joiden tavoitteena on antaa kaikille työntekijöille organisaatioon katsomatta perustiedot kohteesta ja vahvistaa yhteishenkeä.

Perehdytyksiin osallistuu vuosittain noin 60 henkilöä useista organisaatioista. Hoitokunta järjestää toimijoille yhteisiä koulutuksia, joilla lisätään osaamista kohteelle tärkeistä aihepiireistä.

Suomenlinnan toimijoille tehdyn kyselyn mukaan Suomenlinnaa pidettiin myös koronavuotena 2020 ainutlaatuisena ja arvokkaana toimintaympäristönä. Koronapandemian aiheuttamista haasteista selviäminen oli ymmärrettävästi päähuolena, mutta tilanteessa nähtiin myös mahdollisuus päästä vaikuttamaan tulevaan kävijäkuntaan ja tuotevalikoimaan. Suurta kokonaiskävijämäärän kasvattamista ei nähty tarpeellisena. Sen sijaan palveluiden käytön lisääminen ja lähiseudun asukkaiden houkutteleminen kanta-asiakkaiksi nähtiin erityisen tärkeänä. Kaikki kyselyyn vastanneet tekevät yhteistyötä toisten kohteen matkailupalveluiden tuottajien ja verkoston jäsenten kanssa. Toimijat kokivat hoitokunnan roolin verkostomaisen toiminnan mahdollistajana ja fasilitaattorina tukevan hyvin verkoston toimintaa.

Suomenlinnan asukkaat ovat tärkeä sidosryhmä kestävän matkailun kohteessa. Linnoituksessa on noin 800 ympärivuotista asukasta. Suomenlinnalaiset tuntevat ylpeyttä maailmanperintökohteessa asumisesta. He ovat mukana tuottamassa ja käyttämässä linnoituksen palveluita. Korona-aikana asukkaat ovat olleet monen matkailupalvelun pelastus.

Suomenlinnan hoitokunta hallinnoi lähes koko Suomenlinnan rakennuskantaa ja toimii vuokranantajana asukkaille. Asukkailla on oma edustajansa hoitokunnan johtokunnassa, ja linnoituksessa toimii asukasyhdistys Suomenlinnaseura. Asukasedustaja ja Suomenlinnaseuran edustajat tapaavat säännöllisesti hoitokunnan kanssa. Vuokralaisille järjestetään avoimia asukasiltoja, ja vuosittaisella kyselyllä kuullaan näkemyksiä asumisesta maailmanperintökohteessa. Kyselyn perusteella matkailijamäärien kasvu ei näytä suoraan korreloivan asukkaiden tyytymättömyyteen matkailua kohtaan, mutta avoimissa palautteissa matkailun aiheuttamat ruuhkat ja muut häiriöt nousevat esiin säännöllisesti.

Suomenlinnalaiset ovat mukana tuottamassa ja käyttämässä linnoituksen palveluita.

3. Hoitokunta mahdollistaa ja koordinoi

Kokonaisuuden merkitys korostuu matkailukohteessa, jossa on suuri joukko erilaisia toimijoita. Hoito- ja käyttösuunnitelman ohella kestävän matkailun strategia on keskeisin ohjenuora matkailun kehittämistyössä. Suomenlinnan hoitokunta luo ja vahvistaa rakenteita, joiden varaan matkailupalveluiden tuottajat voivat kehittää palveluitaan ja tuotteitaan. Virasto ei ole matkailuneuvontaa ja kokous- ja juhlatilojen vuokraustoimintaa lukuun ottamatta matkailupalveluiden tuottaja, vaan sen rooli on matkailun mahdollistajana, kehittäjänä, koordinoijana ja yhteiseen toimintaan innostajana.

Kiinteistönhaltijavirastona hoitokunta vaikuttaa matkailutoimintaan kunnostamalla ja vuokraamalla tiloja linnoituksen henkeen sopiville toiminnoille. Hoitokunta tukee maailmanperintöarvoihin sopivia tapahtumia. Matkailutoiminnan kehittämisessä, koordinoinnissa ja markkinointiviestinnässä hoitokunta huomioi maailmanperintökohteen kokonaisuutena.

Suomenlinnassa matkailupalveluiden tuottajat voivat hyödyntää maailmanperintöbrändin tuottamaa lisäarvoa ja arvostetun käyntikohteen brändiä. Hoitokunta järjestää matkailutoimijoille säännöllisiä tapaamisia, yhteismarkkinointi- ja koulutusmahdollisuuksia, tapahtumien koordinointia sekä matkailuneuvontapalveluita kävijöille. Digitaalisissa kanavissa markkinoidaan paikallisia palveluita, ja yhteinen Extranet-alusta mahdollistaa kootun viestinnän toimijoiden kesken. Hoitokunta tekee tunnetuksi paikallisia toimijoita sekä heidän työtään matkailukohteen kokonaisuuden eteen monipuolisten verkostojensa kautta.

Hoitokunta käy aktiivista vuoropuhelua Helsingin kaupungin matkailuyksikön, merellisen strategian kehittämisestä vastaavan elinkeino-osaston sekä kaupunkimarkkinoinnista vastaavan Helsinki Partnersin, Visit Finlandin ja muiden tärkeiden sidosryhmien kanssa.

Huolellisesti suojellussa Unescon maailmanperintökohteessa toimivat matkailupalveluiden tuottajat hyväksyvät toimintaansa tiettyjä rajoituksia. Esimerkkinä toimintojen rajoittamisesta suojelukohteessa ovat ulkomainonnan mahdollisuudet. Maailmanperintökohteen hoitajan koordinoima, kokonaisuutena kehitettävä ja maisemaan sopiva opastusjärjestelmä takaa kohteen säilymisen mahdollisimman autenttisena.

Suomenlinnassa matkailupalveluiden tuottajat voivat hyödyntää maailmanperintöbrändin tuottamaa lisäarvoa ja arvostetun käyntikohteen brändiä.

4. Kestävän matkailun strategia 2015–2020 toteutettiin onnistuneesti

Suomenlinnan ensimmäinen kestävän matkailun strategia valmistui vuonna 2015. Strategiaa tehtiin osana Unescon maailmanperintökeskuksen kestävän matkailun ohjelman kehitystyötä. Strategia ja sen toimenpideohjelma toteutettiin yhteistyössä kohteen verkoston kanssa. Strategiakauden aikana painopisteiden tavoitteet täsmentyivät toimijaverkoston yhteisissä työpajoissa. Unescon World Heritage Europe Today 2016 valitsi strategian esimerkiksi hyvistä käytännöistä päivittäisestä työstä maailmanperintökohteiden hallinnoijille. Euroopan neuvoston European Heritage Strategy for the 21st Century valitsi strategian esimerkiksi hyvistä käytännöistä vuonna 2017.

Isossa kuvassa ensimmäinen Suomenlinnan kestävän matkailun strategia toteutettiin onnistuneesti. Toki valittujen painopistealueiden alla on tavoitteita, joiden eteen tehdään edelleen yhdessä töitä, etenkin koronapandemian muuttamassa toimintaympäristössä.

Kestävyyden seurantaa on kehitetty kestävän matkailun strategian valmistumisen jälkeen. Vuonna 2019 laadittiin kestävän matkailun periaatteisiin perustuvat mittarit yhdessä Suomen maailmanperintökohteiden ja Metsähallituksen luontopalveluiden kanssa. Seurannan menetelmänä käytetään hyväksyttävän muutoksen rajoihin perustuvaa LAC-menetelmää (Limits of Acceptable Change). Raja-arvon tullessa vastaan otetaan käyttöön ennakkoon suunnitellut keinot tilanteen korjaamiseksi. Menetelmä on ollut käytössä kansallispuistoissa vuosia, ja se laajennettiin myös Suomen maailmanperintökohteisiin vuonna 2020.

Mittaustulosten perusteella matkailun kestävyys Suomenlinnassa on hyvällä tai tyydyttävällä tasolla. Seurannan mukaan kehittämistä on vastuullisuustoimien ja maailmanperinnön teemojen sisällyttämisessä osaksi kaikkien toimijoiden viestintää, kävijöiden aiheuttamassa Kustaanmiekan vallien kulumisessa sekä matkailuneuvonnan kävijämäärissä. Mittauksen tulokset on otettu huomioon vuoden 2021 strategiapäivityksessä. Suomenlinnan kestävän matkailun mittarit ja seuranta löytyvät strategian liitteestä.

Mittaustulosten lisäksi onnistumista arvioitiin Suomenlinnan toimijatapaamisissa. Yhteisten keskustelujen innoittamana löydettiin parannuksia yhteistyön kehittämisessä, ympärivuotisuuteen panostamisessa ja viestinnässä. Matkailun ennakoivaan suunnitteluun ja kehittämiseen liittyvistä teemoista tärkeinä kehittämiskohteina nähtiin muun muassa paikallisyhteisön huomioiminen, ruuhkapiikit, kävijähallinta ja infrastruktuurin kestävyys. Paikallisuuteen ja vastuullisuuteen palvelu- ja tuotevalikoimassa haluttiin panostaa.

Edellisen strategiakauden aikana käynnistyi Visit Finlandin kansallinen Sustainable Travel Finland -ohjelma (STF). Ohjelma kannustaa matkailutoimijoita kokonaisvaltaiseen kestävän matkailun huomioimiseen kohde- ja yritystasolla. Suomenlinnan hoitokunta sai kohteen koordinoijana SFT-merkin vuonna 2019. Suomenlinnan toimijaverkostosta JT-Line Oy on saanut STF-merkin vuonna 2020, ja muutama toimija suorittaa parhaillaan STF-ohjelmaa.

Paikallisuuteen ja vastuullisuuteen palvelu- ja tuotevalikoimassa halutaan jatkossakin panostaa.

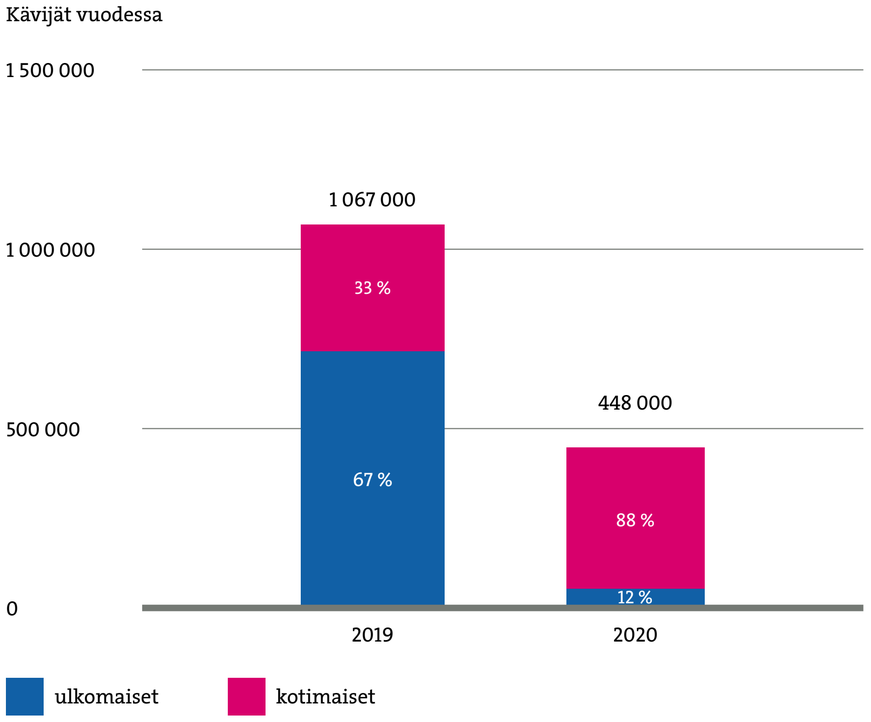
5. Koronapandemia muutti toiminta-ympäristön kertaheitolla

Kansainvälinen matkailu ajautui koronapandemian takia nopeasti täydelliseen pysähdystilaan. Matkailua tukevat ja Suomenlinnan kannalta tärkeät palvelut, kuten museot, opastukset, ravintolat, tapahtumat, majoitus sekä kokoukset ja juhlat, olivat pitkään rajoitustoimenpiteiden kohteena. Kulttuuri- ja matkailupalveluiden kriisinsietokykyä on koeteltu enemmän kuin minkään muun toimialan, ja näille toimialoille kohdistettuja avustustoimenpiteitä on arvosteltu riittämättömiksi. Palveluntarjoajien paluu pandemiaa edeltävälle kannattavuustasolle edellyttää sopeutumista matkailun muuttuneeseen maailmaan.

Kansainvälisen matkailun tulevaisuus on epävarma. On vaikea ennustaa, kuinka nopeasti ja miten rajat ylittävä matkailu löytää uuden suuntansa. Muutokset voivat vaikuttaa suuresti Suomenlinnaan, jonka kävijöistä yli 65 prosenttia on ollut ulkomaisia Helsinkiin saapuvia matkailijoita. Talvikauden tiettyinä kuukausina ulkomaalaisten matkailijoiden osuus on ollut jopa 80 prosenttia kuukauden kävijämäärästä. Linnoituksessa on aiemmin vieraillut paljon työmatkallaan Helsingissä yöpyviä ulkomaalaisia, mutta etätapaamisten yleistyminen todennäköisesti vähentää työmatkailua.

Merkittävin koronapandemian aiheuttama muutos Suomenlinnassa oli kohteen vuosittaisen kokonaiskävijämäärän supistuminen miljoonasta kävijästä 1990-luvun alun lukemiin, lähelle 450 000 kävijää. Ulkomaisten matkailijoiden puuttuessa kävijäprofiili painottui lähiseudun asukkaisiin ja loma-aikoina kotimaanmatkailijoihin. Vaikka kävijämäärissä ja -profiilissa palattiin 1990-luvulle, palvelutarjontaa on tänä päivänä selvästi enemmän ja se on monipuolisempaa. Asiakasmäärän romahdettua palveluntarjoajilla oli vaikeuksia ylläpitää kannattavaa toimintaa. Kokoontumis- ja liikkumisrajoitukset pakottivat sulkemaan palveluita ja lomauttamaan henkilökuntaa.

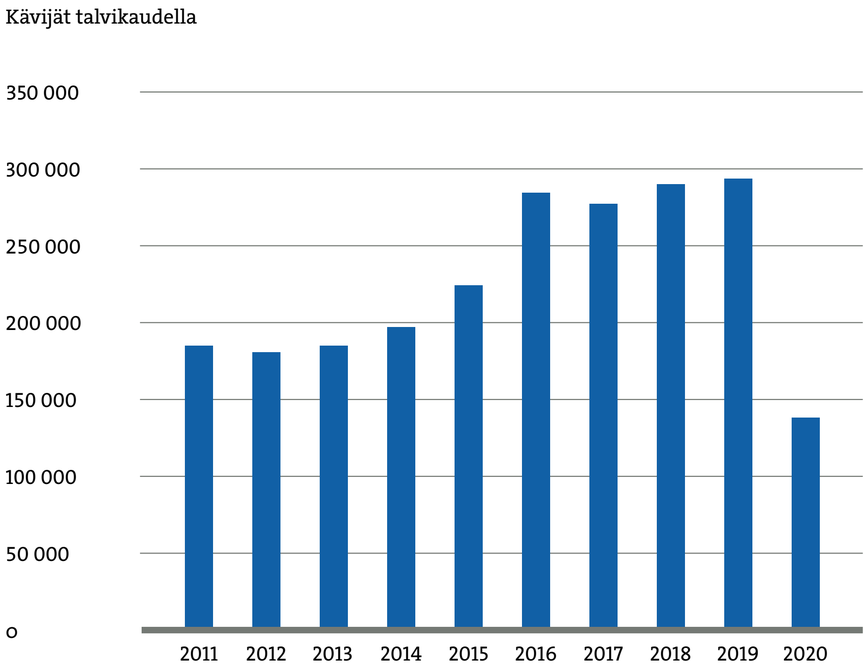
KÄVIJÄMÄÄRÄT VUOSINA 2019 JA 2020



Koronapandemian aiheuttamat suurimmat muutokset Suomenlinnan matkailussa olivat kokonaiskävijämäärän puolittuminen ja ulkomaisten matkailijoiden puuttumisen myötä kohderyhmän muuttuminen.

Palveluntarjoajien paluu pandemiaa edeltävälle kannattavuustasolle edellyttää sopeutumista matkailun muuttuneeseen maailmaan.

TALVIKAUDEN KÄVIJÄMÄÄRÄT 2011–2020



Kävijäprofiililtaan Suomenlinnasta tuli 2000- ja 2010-luvuilla entistä enemmän ulkomaalaisten matkailijoiden käyntikohde. Helsingin kasvu kansainväliseksi matkailukohteeksi näkyi linnoituksen kävijöissä, ja ulkomaisia kävijöitä vieraili aiempaa enemmän ympäri vuoden. Ennen pandemiaa linnoituksessa vieraili loka–huhtikuussa talvikaudella noin 300 000 kävijää. Globaali matkailun kasvu, Helsingin kiinnostavuus matkakohteena ja Suomenlinna sen keskeisenä osana tarkoittivat potentiaalisen kävijäkunnan jatkuvaa orgaanista kasvua.

Suomenlinnan toimijoiden osaaminen kehittyi kävijäkunnan kansainvälistyessä. Palveluita tuotteistettiin niin kansainväliselle asiakaskunnalle kuin keväisin ja syksyisin linnoitukseen saapuville yritysryhmille. Korkealla tasolla pysynyt kävijätyytyväisyys oli todiste hyvästä kehityksestä. Koronan myötä kävijäprofiilin kehitys kääntyi odottamatta täysin toiseen suuntaan, ja Suomenlinnan toimijat ryhtyivät tuotteistamaan palveluita ensisijaisesti lähiseudun asukkaille ja kotimaisille matkailijoille.

Pandemian aikana Suomenlinnan palveluiden asiakkaat ovat olleet työntekijöitä, etätyötä tekeviä asukkaita sekä kävijöitä erityisesti lähialueilta. Varsinkin arkisin kävijöitä on ollut hyvin vähän. Hiljentynyt talvikausi ja koronan aikaiset rajoitukset aiheuttivat Suomenlinnan toimijoille erittäin vaikean kannattavuusongelman. Ympärivuotisuuteen ja talvimatkailuun täytyy löytää uudenlaisia vetovoimatekijöitä.

VASEMMALLA: Suomenlinnan kävijämäärät talvikaudella (loka–huhtikuu) ovat kasvaneet tavoitteellisen kohdetasolla tehdyn työn ja Helsingin matkailun kehittymisen myötä.

Parhaimmillaan matkailu on aktiivinen kulttuuriperinnön säilyttäjä, ja vastuullisesti tuotetut matkailupalvelut ovat positiivisia toimenpiteitä kohti kestävää kehitystä.

6. Kansallinen ja paikallinen viitekehys kestävälle matkailulle 2021–2023

Matkailun toipuminen pandemiasta tulee olemaan vaiheittainen. Tämä strategiapäivitys keskittyy ensimmäiseen, noin kahden vuoden pituiseen vaiheeseen.

Matkailun nousu alkaa kotimaisesta matkailukysynnästä. Kesäkausina 2020 ja 2021 kotimaanmatkailu sai ulkomaanmatkailun katkeamisesta voimakasta nostetta. Kiinnostus kotimaisia luontokohteita kohtaan kasvoi, ja etenkin isojen kaupunkien läheisyydessä luontokohteet ovat houkutelleet kävijöitä ruuhkiksi asti. Kulttuuriperinnön saralla museoiden tarjonta on herättänyt suurta kiinnostusta ja jopa patoutunutta kysyntää sisätilojen pitkän sulun jälkeen. Monenlaiset ulkona järjestetyt teemaopastukset ovat olleet lomailijoiden suosiossa. Tautitilanne Helsingissä ja muun Suomen matkailukohteiden vetovoimaisuus jättivät Helsingin kotimaanmatkailun innostuksen ulkopuolelle kesällä 2020. Kesä 2021 toi tilanteeseen kuitenkin parannusta. Rokotusten eteneminen luo kuitenkin uskoa tulevien kuukausien ja vuosien menestykseen. Yllä mainituista kotimaan matkailun trendeistä löytyy varmasti yhdistelmiä, joissa Suomenlinnan historiallisen kulttuuriympäristön ja merellisen luonnon vetovoimatekijät voidaan yhdistää houkuttelevalla tavalla.

Matkailun kehittämisessä kestävyys on pysynyt keskeisenä tavoitteena. Työ- ja elinkeinoministeriön Suomen matkailustrategia vuosille 2018–2025 ”Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” julkaistiin hetki ennen koronaepidemian laajentumista pandemiaksi. Strategian tavoitteita ja toimenpiteitä sopeutettiin, mutta painopisteet säilytettiin.

Strategiassa on tunnistettu neljä painopistettä, jotka mahdollistavat matkailun kestävän kasvun ja uudistumisen:

- kestävän kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen
- digitaaliseen muutokseen vastaaminen
- saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden
- kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen.

Näiden painopisteiden lisäksi kansallisen matkailustrategian läpileikkaavana teemana on yhteistyö, joka on välttämätöntä matkailun kestävän kasvun ja uudistumisen saavuttamisessa.

Helsingin kaupunki on nostanut kestävyyden matkailun kehittämisen kärjeksi. Kaupungin strategian valmistuttua vuonna 2021 päivitetään Helsingin matkailun tiekartta, jossa kestävyys on keskeisessä roolissa. Helsingin matkailussa koronapandemiasta palautumisen teemoiksi on tunnistettu kestävän matkailun lisäksi digitalisaatio, terveysturvallisuus, tiedolla johtaminen, markkinointi ja tapahtumat.

Suomenlinnan historiallisen kulttuuriympäristön ja merellisen luonnon vetovoimatekijät voidaan yhdistää houkuttelevalla tavalla.

7. Suomenlinnan matkailun visio ja kehittämisen painopistealueet

Suomenlinnan matkailutoimijoiden etätyöpajassa maaliskuussa 2021 työstettiin lyhyen aikavälin kestävän matkailun strategian päivitystä. Työpajassa päätettiin jatkaa samalla visiolla, joka muotoiltiin yhdessä edelliseen strategiaan. Suomenlinnan matkailun visio vuoteen 2023 on:

Suomenlinna on kansainvälisesti arvostettu autenttinen merilinnoitus,

- jossa matkailun ja suojelun yhteisenä päämääränä on aito ja elinvoimainen maailmanperintökohde
- jossa yrittäjät menestyvät ympärivuotisesti tarjoamalla laadukkaita palveluita, asukkaat viihtyvät ja kävijät kokevat osallistuen elämyksiä, jotka lisäävät heidän hyvinvointiaan
- joka on kestävän matkailun mallikohde.

Työpajassa todettiin, että edelliseen strategiaan valitut painopistealueet ovat kestäneet hyvin aikaa, ja ne puhuttelevat myös koronan muuttamassa toimintaympäristössä. Yhteinen näkemys oli, että jatketaan seuraavat vuodet johtotähtenä samat viisi painopistealuetta kuin edellisessä strategiassa. Valittujen painopisteiden katsottiin olevan perustavanlaatuisia asioita, joiden työstäminen innostaa edelleen. Painopisteiden alta löytyvää sisältöä viilataan kuitenkin toimintaympäristön muutoksen vuoksi.

Kestävän matkailun strategian painopistealueet:

- Matkailun vaikutusten hallinta ja hyötyjen kotiuttaminen
- Laadukkaan kävijäkokemuksen ylläpitäminen
- Kesäkohteesta ympärivuotiseksi kohteeksi
- Verkostomaisen toiminnan kehittäminen
- Maailmanperintöarvoista viestiminen

Matkailun vaikutusten hallinta ja hyötyjen kotiuttaminen

YK:n kestävän kehityksen Agenda 2030 on keskeisessä roolissa Suomenlinnan hoito- ja käyttösuunnitelmassa. Kestävä matkailu valittiin Agenda 2030 -sisällöistä Suomenlinnaan vaikuttavaksi painopisteeksi ilmastotekojen sekä yhteistyön ja kumppanuuksien ohella.

Suomenlinnan kestävän matkailun strategialla tähdätään matkailun positiivisten vaikutusten esiin tuontiin ja myös negatiivisten vaikutusten minimointiin. Matkailu ja sen tuottamat rahavirrat edistävät Suomenlinnan suojelua, ja kävijöiden kohteessa käyttämät eurot ohjautuvat jatkossa nykyistä paremmin paikallisten toimijoiden ja Suomenlinnan hyväksi. Parhaimmillaan matkailu on aktiivinen kulttuuriperinnön säilyttäjä, ja vastuullisesti tuotetut matkailupalvelut ovat positiivisia toimenpiteitä kohti kestävää kehitystä.

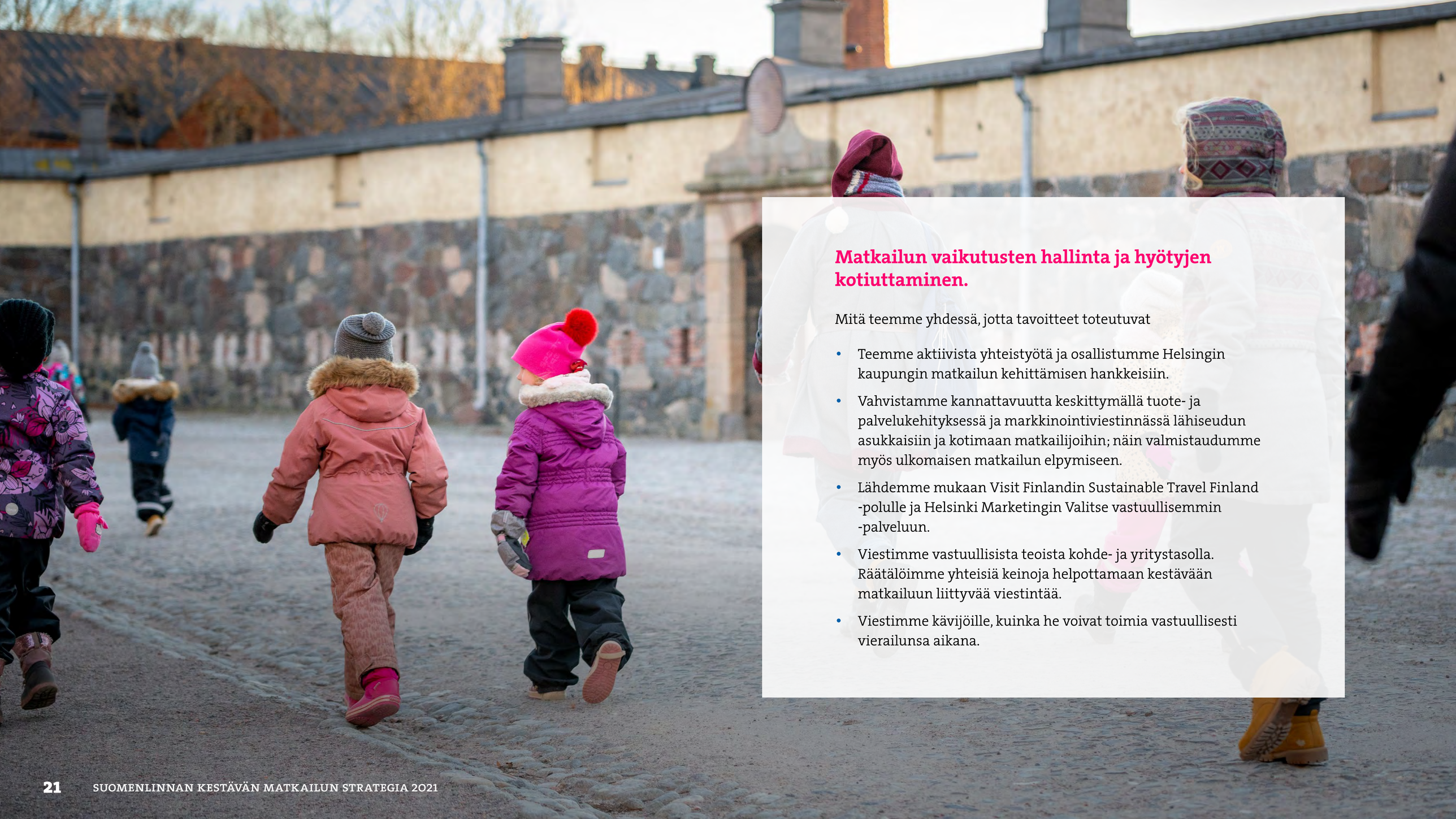
Matkailun sosiaalisen kestävyyden parantaminen vaatii edelleen työtä. Suomenlinna on yksi Helsingin kaupunginosista, jossa tasapaino käyntikohteen sekä asuin- ja työympäristön välillä vaatii kävijävirtojen parempaa ohjausta ja kävijöille suunnattua viestintää asuinalueiden merkityksestä koko kohteen arvojen säilyttämiseksi.

Matkailudestinaation kehittämisessä on järkevää yhdistää resursseja. Suomenlinna haluaa osallistua aktiivisesti Helsingin kaupungin koordinoimiin laajempiin kestävän matkailun toimenpiteisiin. Lähivuosina tällaisia ovat yleinen matkailun ja merellisyyden kestävä kehittäminen, hiilijalanjäljen pienentäminen sekä matkailun turvallisuus ja digitaalinen kehitys.

Markkinointiviestinnässä sekä tuote- ja palvelukehityksessä keskitytään lähiseudun asukkaisiin ja kotimaan matkailijoihin. Kotimaisen kohderyhmän mielenkiinnon saavuttaminen valmistaa Suomenlinnaa myös ulkomaisten matkailijoiden paluuseen. Kestävän matkailun perusajatuksiin kuuluu keskeisesti, että paikallisten arvostamat kohteet kiinnostavat myös ulkomaisia matkailijoita. Nyt lähiseudun asukkaat voivat löytää Suomenlinnan uudelleen tai uudenlaisena ja huomata helposti saavutettavan kohteen ansaitsevan useita käyntejä vuodessa.

Vastuullisuus on yhä useammalle kävijälle ratkaisevaa ostopäätöksiä tehtäessä. Kestävyyden eteen tehdystä työstä viestitään kävijöille ja sidosryhmille sekä kohdetasolla että yrittäjien toimesta. Sitoutuminen kestävän matkailun mukaiseen toimintaan ja siitä viestimiseen voidaan toteuttaa tunnettujen, kansallisten ja alueellisten kestävän matkailun ohjelmien kautta. Esimerkiksi Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -merkki ja Helsinki Marketingin Valitse vastuullisemmin -palvelu ovat erinomaisia työkaluja vastuullisuustyöhön, tehdyn työn todentamiseen sekä viestintään.

Kaikilla toimenpiteillä pyritään luomaan synergioita, jotka tukevat Suomenlinnan matkailutoimijoiden kannattavuutta muuttuneessa tilanteessa. Kestävän matkailun periaatteisiin sitoutuminen tukee sitä, että matkailu vaikuttaa pitkällä tähtäimellä kohteen säilymiseen – myös siinä vaiheessa, kun kansainvälinen matkailu jälleen kasvattaa osuuttaan.



Matkailun vaikutusten hallinta ja hyötyjen kotiuttaminen.

Mitä teemme yhdessä, jotta tavoitteet toteutuvat

- Teemme aktiivista yhteistyötä ja osallistumme Helsingin kaupungin matkailun kehittämisen hankkeisiin.
- Vahvistamme kannattavuutta keskittymällä tuote- ja palvelukehityksessä ja markkinointiviestinnässä lähiseudun asukkaisiin ja kotimaan matkailijoihin; näin valmistaudumme myös ulkomaisen matkailun elpymiseen.
- Lähdemme mukaan Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -polulle ja Helsinki Marketingin Valitse vastuullisemmin -palveluun.
- Viestimme vastuullisista teoista kohde- ja yritystasolla. Räätälöimme yhteisiä keinoja helpottamaan kestävään matkailuun liittyvää viestintää.
- Viestimme kävijöille, kuinka he voivat toimia vastuullisesti vierailunsa aikana.

Laadukkaan kävijäkokemuksen ylläpitäminen

Vierailu Suomenlinnassa on yhtenäinen laadukas palvelukokemus, jonka toteuttamisesta kaikki toimijat tuntevat vastuunsa. Laadun jatkuva kehittäminen on kannattavan liiketoiminnan perusedellytys. Tuote- ja palvelukehityksessä nojataan asiakaspalautteisiin ja tutkimuksiin. Laadukkaan kävijäkokemuksen siivittämänä kävijä on valmis suosittelemaan Suomenlinnaa ja sen palveluita ystävilleen. Yhden kävijän suosittelu on toisen kävijän Suomenlinna-vierailun haaveilun alku.

Kerran elämässään Suomenlinnassa vierailevien ulkomaisten walk-in-matkailijoiden virta kasvoi 2010-luvulla tasaisesti ja nopeasti. Tämä korreloi Helsingin suosioon ulkomaalaisten matkailijoiden vierailukohteena. Tämän kehityksen katkettua asiakaspotentiaali on pienempi, joten paikallisten ja kotimaisten kävijöiden sitouttaminen Suomenlinnan kanta-asiakkaiksi on tärkeää.

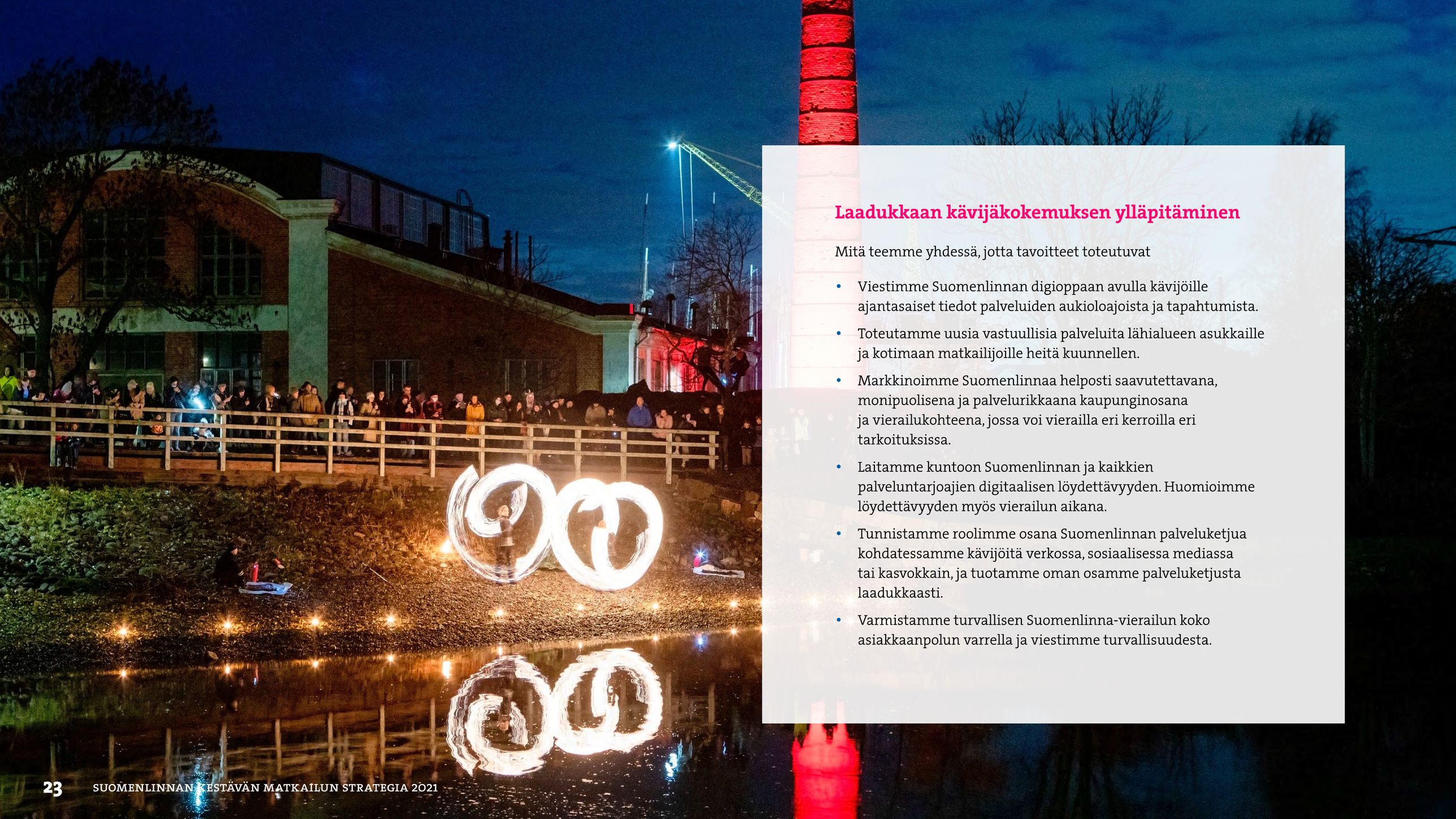
Kanta-asiakkuus Suomenlinnaan voi syntyä kohteen monipuolisuutta korostamalla ja tarjoamalla uusia syitä vierailuun: tapahtumia, tarjouksia, uusia oivalluksia tai urbaania retkeilyä. Jo olemassa olevaa tarjontaa voidaan paketoida tehokkaammin vastaamaan muuttuneita kävijöiden odotuksia ja tarpeita. Palaava kävijä voi tulla Suomenlinnaan eri rooleissa eri käyntikerroilla. Teatterikävijänä, juhlavieraana, museovieraana, talkoisiin osallistuen, lasten kanssa, herkutellen, kaveriporukalla opastukselle, veneillen, lasinpuhalluskurssille tai yöpyen – vaihtoehtoja löytyy, ja koko verkoston täytyy aktiivisesti viestiä niistä.

Hoitokunta kehittää edelleen tapoja, joiden avulla Suomenlinnan kulttuuriperintöarvot ja maailmanperintöstatus tarjoavat kestävän matkailun tavoitteisiin sitoutuneille toimijoille lisäarvoa. Palvelutarjonnan oivaltavan yhdistelyn lisäksi lähiseudun asukkaiden houkutteluun tarvitaan valikoima yhteisesti toteutettuja ja Suomenlinnan vahvuuksiin nojaavia tapahtumia. Tyytyväinen tapahtumakävijä viestii kokemuksesta lähipiirissään ja sosiaalisessa mediassa ja haluaa käyttää kiinnostaviksi kokemiaan palveluita uudelleen. Kun kaupunkilaiset tulevat tapahtumaan, myös matkailijat tulevat perässä.

Suomenlinnan ja sen jokaisen palvelun digitaalista löydettävyyttä on parannettava asiakaspolun kaikissa vaiheissa: ennen vierailua, sen aikana ja sen jälkeen. Lisäksi Suomenlinnan verkkokaupan valikoimaa ja verkkomyynnin osaamista on kehitettävä, jotta varmistetaan Suomenlinnan palveluiden ostettavuus eri alustoilla. Digitaalisen löydettävyyden lisäksi palveluiden fyysistä löydettävyyttä vierailun aikana on parannettava.

Etenkin strategiakauden alussa on tärkeä huomioida terveysturvallinen linnoitusvierailu. Vierailun empimisen katkaisemiseksi tarvitaan koko asiakaspalvelupolun huomioivia toimenpiteitä. Jokaisella toimijalla on tärkeä rooli näyttää esimerkkiä toimipisteissään ja omassa viestinnässään terveysturvallisuudesta.

Seuraavat vuodet ovat rahoituksen kannalta haastavia. Suomenlinnan hoitokunta pyrkii varmistamaan riittävät määrärahat siihen, että matkailupalveluiden liiketilat saadaan pidettyä restaurointiperiaatteiden mukaisessa laadukkaassa kunnossa.



Laadukkaan kävijäkokemuksen ylläpitäminen

Mitä teemme yhdessä, jotta tavoitteet toteutuvat

- Viestimme Suomenlinnan digioppaan avulla kävijöille ajantasaiset tiedot palveluiden aukioloajoista ja tapahtumista.
- Toteutamme uusia vastuullisia palveluita lähialueen asukkaille ja kotimaan matkailijoille heitä kuunnellen.
- Markkinoimme Suomenlinnaa helposti saavutettavana, monipuolisena ja palvelurikkaana kaupunginosana ja vierailukohteena, jossa voi vierailla eri kerroilla eri tarkoituksissa.
- Laitamme kuntoon Suomenlinnan ja kaikkien palveluntarjoajien digitaalisen löydettävyyden. Huomioimme löydettävyyden myös vierailun aikana.
- Tunnistamme roolimme osana Suomenlinnan palveluketjua kohdatessamme kävijöitä verkossa, sosiaalisessa mediassa tai kasvokkain, ja tuotamme oman osamme palveluketjusta laadukkaasti.
- Varmistamme turvallisen Suomenlinna-vierailun koko asiakkaanpolun varrella ja viestimme turvallisuudesta.

Kesäkohteesta ympärivuotiseksi kohteeksi

Suomenlinna on auki vuoden jokaisena päivänä. Sesongin pidentyminen parantaa paikallisten toimijoiden liiketoiminnan kannattavuutta ja mahdollistaa kävijöille ja asukkaille monipuolisemmat palvelut kesäkauden ulkopuolella. Yritystoiminnan ympärivuotinen kannattavuus tuo jatkuvuutta ja sitouttaa palveluntarjoajia pitkäjänteiseen toimintaan maailmanperintökohteessa.

Edellisen strategiakauden aikana toimijatilaisuuksissa todettiin, että ympärivuotisuuden eteen on tehty pitkäjänteisesti töitä yhdessä. Tulokset ovat olleet näkyviä ja mitattavia. Tätä työtä halutaan jatkaa edelleen. Tavoite on nyt haastavampi, kun ulkomaiset matkailijat, jotka ovat muodostaneet monina talvikuukausina jopa 80 prosenttia kuukauden kävijöistä, ovat lähes kokonaan poissa. Pandemian aikaisina talvina 2020 ja 2021 Suomenlinnan palveluiden perusasiakasvirran muodostivat asukkaat ja kohteessa työskentelevät.

Suomalaiset kävijät, pääkaupunkiseudun asukkaat mukaan lukien, mieltävät ulkomaalaisia enemmän Suomenlinnan kesäkohteeksi. Mielikuva vaikeasta saavutettavuudesta elää vahvana, vaikka saavutettavuus on muihin Helsingin saarikohteisiin verrattuna Suomenlinnalle huomattava vahvuus. Helsingin seudun joukkoliikenteeseen kuuluva lautta kulkee läpi vuoden varhaisesta aamusta yön pikkutunneille, ja matka kestää vain vartin.

Kohteen markkinointiviestintää kohdennetaan jatkossa enemmän pääkaupunkiseudulle, jolla asuu lähes 1,5 miljoonaa potentiaalista Suomenlinnan kävijää. Heitä tavoitellaan Suomenlinnan yhteisellä markkinointiviestinnällä toistamalla ilmaisuja ja kuvia, jotka kertovat ympärivuotisesta saavutettavuudesta ja kiinnostavuudesta.

Lähivuosina ulkomaisen matkailun vasta palautuessa on keskityttävä kauden pidentämiseen kesän molemmin puolin. Talvikautta on elävöitettävä panostamalla yhdessä toteutettuun tapahtuma- ja palvelutarjontaan. Koronapandemian aikana toimijat tekivät nopeaa tuotekehitystä, joka osoittautui uudelle kohderyhmälle kiinnostavaksi. Syyskaudelle paketoitiin esimerkiksi ravintolaillallinen, jonne saavuttiin puisella perinnealuksella.

Majoituspalveluiden laajentumisen myötä Suomenlinna sai nostetta lähilomakohteena, jossa voi yöpyä, ruokailla ja ulkoilla pimeällä katsellen kaupunginvaloista vapaata tähtitaivasta. Tähtien bongauksen ympärille tuotteistettiin yhteistyössä uudenlaista ulkoilua linnoituksessa. Testauksen ja tuotekehityksen kautta löytyy varmasti uusia pitkäikäisiä tuotteita ja palveluita.

Kesäkohteesta ympärivuotiseksi kohteeksi

Mitä teemme yhdessä, jotta tavoitteet toteutuvat

- Teemme tuote- ja palvelukehitystä sekä paketointia huomioiden erityisesti kesäkauden ulkopuolisen ajan kohderyhmänämme lähialueen asukkaat ja kotimaan matkailijat.
- Kehitämme ja toteutamme Suomenlinnan näköisiä ja kokoisia tapahtumia yhdessä. Yhdistämme paikalliset palvelut paremmin osaksi tapahtumatarjontaa.
- Osallistumme aktiiviseen markkinointiviestintään ympärivuotisesta kohteesta ja sen tarjonnasta. Räätälöimme verkostossa yhteisiä keinoja viestiä ympärivuotisuudesta eri kanavissa.
- Tuotteistamme ja paketoimme monipuolisesti omatoimista ulkoilua osaksi muuta kohteen palvelutarjontaa.

Verkostomaisen toiminnan kehittäminen

Suomenlinnan kehittäminen maailmanperintökohteena nojaa useisiin verkostoihin paikallisesti, alueellisesti ja kansainvälisesti. Matkailutoimijat pitävät verkostoyhteistyötä matkailukohteen kehittämisen perustana. Verkostoyhteistyötä on entisestään kasvatettava lisäämällä kohteen osallisten määrää ja heidän aktiivisuuttaan osana verkostoa.

Käytännön esimerkkejä voimien yhdistämisestä ovat onnistuneet tapahtumat, kuten Viaporin Kekri ja Suomenlinnan Suupalat. Tapahtumia toteutetaan yhdessä uusien kumppaneiden kanssa. Tapahtumista viestitään aktiivisesti, ja ne saavat usein varsin hyvää medianäkyvyyttä. Kokoontumisrajoitusten poistuessa yhteistyössä toteutetut tapahtumat antavat lähiseudun asukkaille hyviä syitä käydä Suomenlinnassa useita kertoja. Suomenlinnan toimijat ovat lisänneet yhteistyötä palvelutarjonnan ja tapahtumien yhdistämisessä.

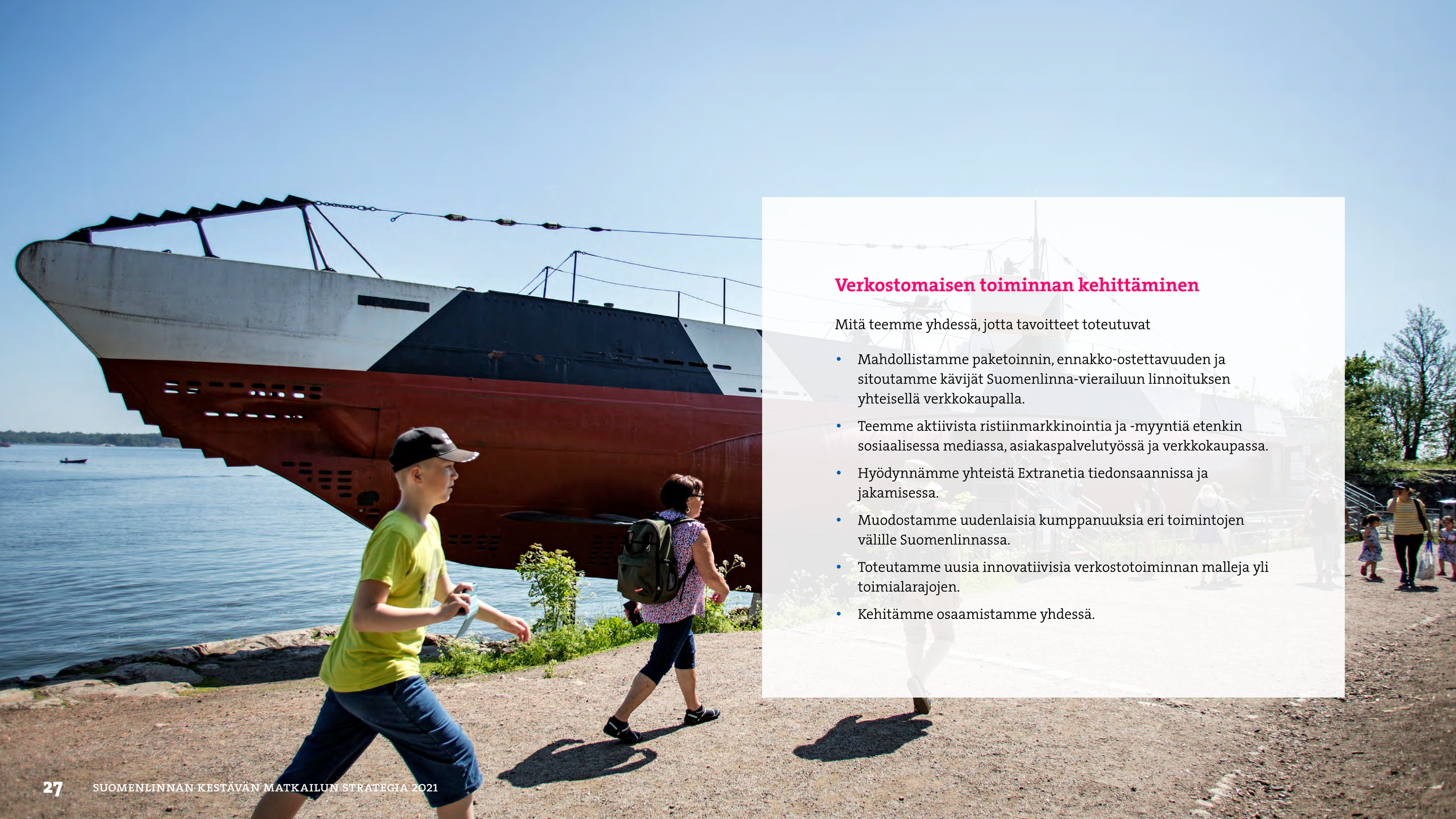
Kävijätutkimusten mukaan ulkoilu, nähtävyydet, historia ja merellisyys ovat Suomenlinnan vetovoimatekijöitä. Näiden yhdistäminen tarjolla oleviin palveluihin tuottaa jatkossakin Suomenlinnalle tyypillisiä palvelukokonaisuuksia. Vetovoimatekijät voivat myös kannustaa yhteistyöhön koko kohdetta hyödyttävässä ristiinmarkkinoinnissa ja -myynnissä. Vastavuoroisuus asiakaspalvelutyössä ja sosiaalisessa mediassa auttavat naapuriyritystä menestymään.

Ristiinmarkkinoinnin ja -myynnin tueksi on kehitetty Suomenlinnan tapahtuma- ja aukiolokalenteri, verkkokauppa ja digiopas. Ajantasaisten tietojen saatavilla olo näissä kanavissa auttaa kävijää löytämään enemmän palveluita kuin hän alun perin ajatteli tarvitsevansa. Yhteisten kanavien kautta Suomenlinnan yrittäjät voivat suositella kumppaniyritystä. Syvempää kumppanien liiketoiminnan tuntemusta varten on kehitetty toimijoiden Extranet, joka toimii viestintäkanavana ja tietopankkina.

Puolivuosittaiset matkailuaamut konkretisoivat yhdessä tekemistä. Korona-aikana tapaamiset vaihtuivat etätapaamisiksi. Näin tavoitettiin tavallista laajempi joukko toimijoita, mutta yhdessä tekemisen laatu ei aina ollut niin tasokasta kuin lähitilaisuuksissa. Paluu yhteisiin lähitapaamisiin tiivistää verkostomaista toimintaa, jolle toimijakeskustelujen perusteella on suurta kysyntää. Nyt on myös hyvä hetki miettiä, millaisia uusia kumppaneita haluamme osaksi verkostoamme.

Hyvää yhteistyötä Helsingin kaupungin elinkeino-osaston matkailuyksikön, Helsinki Partnersin, Visit Finlandin, Metsähallituksen Luontopalveluiden, Suomen maailmanperintökohteiden yhdistyksen sekä alan oppilaitosten kanssa jatketaan ja syvennetään. Suomenlinna on jatkossa aktiivisesti mukana etenkin koronapandemiasta palautumiseksi käynnistetyissä matkailualan kehittämishankkeissa, jotka keskittyvät kestävän matkailun teemoihin. Muuttuneessa tilanteessa kartoitetaan sellaisia osa-alueita, joissa toimijaverkosto tarvitsee lisää osaamista.

Suomenlinna on ollut pitkään aktiivinen toimija kestävän matkailun kehittämisessä alueellisesti ja kansallisesti. Kestävän matkailun työtä on ehdottomasti jatkettava, jotta Suomenlinna voi jakaa hyviä käytäntöjä muille ja soveltaa itse muilta opittuja parhaita käytäntöjä maailmanperintökohteen hyväksi.



Verkostomaisen toiminnan kehittäminen

Mitä teemme yhdessä, jotta tavoitteet toteutuvat

- Mahdollistamme paketoinnin, ennakko-ostettavuuden ja sitoutamme kävijät Suomenlinna-vierailuun linnoituksen yhteisellä verkkokaupalla.
- Teemme aktiivista ristiinmarkkinointia ja -myyntiä etenkin sosiaalisessa mediassa, asiakaspalvelutyössä ja verkkokaupassa.
- Hyödynnämme yhteistä Extranetia tiedonsaannissa ja jakamisessa.
- Muodostamme uudenlaisia kumppanuuksia eri toimintojen välille Suomenlinnassa.
- Toteutamme uusia innovatiivisia verkostotoiminnan malleja yli toimialarajojen.
- Kehitämme osaamistamme yhdessä.

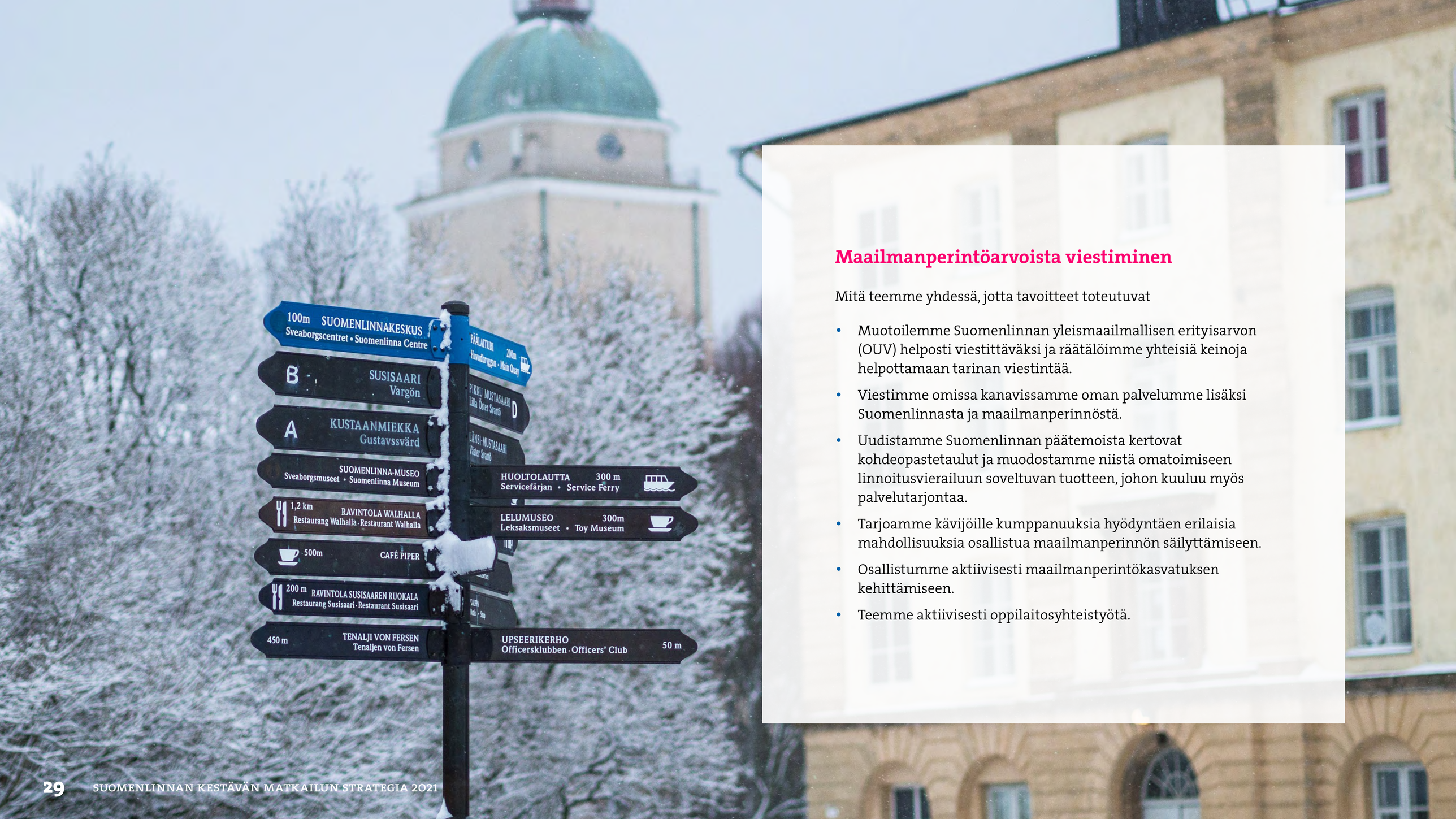
Maailmanperintöarvoista viestiminen

Suomenlinnan historiasta, tarinoista ja maailmanperintöarvoista viestimistä lisätään ja monipuolistetaan. Suomenlinnan erityisen yleismaailmallisen arvon (Outstanding Universal Value, OUV) viestintää kehitetään helposti ymmärrettävään ja eri kohderyhmät huomioivaan suuntaan. Maailmanperintöarvoista viestimisen onnistumisessa on tärkeää, että kaikki kohteen sidosryhmät haluavat johdonmukaisesti käyttää niitä osana asiakas- ja sidosryhmäviestintäänsä. Erityisen tärkeässä roolissa arvojen välittämisessä kävijöille ovat auktorisoidut oppaat.

Kun perusteet Suomenlinnan säilyttämiseen ovat helposti ja yleistajuisesti saatavilla, kävijät ymmärtävät Suomenlinnassa säilytettävän kulttuuriperinnön olevan elämää rikastuttava voimavara. Tämä motivoi heitä sitoutumaan kohteen suojelemiseen ja toimimaan kohteessa arvostavasti, huomaavaisesti ja paikallisia palveluita tukien. Suomenlinna ymmärretään koko maailman mittaluokassa arvokkaaksi kohteeksi, ja helsinkiläiset voivat kokea ylpeyttä kotikunnassa sijaitsevasta maailmanperintökohteesta. Tavoite on, että Suomenlinnasta poistuva kävijä osaa kiteyttää yhteen lauseeseen vastauksen kysymykseen: ”Mikä on Suomenlinna?”

Maailmanperintöarvot eivät ole vain passiivisesti omaksuttavaa tietoa, vaan yleisölle pitää tarjota mahdollisuuksia osallistua maailmanperinnön hoitamiseen. Palautteen perusteella monet haluavat aktiivisesti työskennellä Suomenlinnan hyväksi. Kiinnostuneille tarjotaan konkreettisia mahdollisuuksia osallistua maailmanperinnön säilyttämiseen. Näin tunne omistajuudesta ja suojelun tärkeydestä tulee omakohtaisesti tärkeäksi. Tällaiset sitoutuneet kävijät muodostavat tärkeän Suomenlinnan puolesta puhuvien kanta-asiakkaiden joukon.

Koulujen maailmanperintökasvatuksen tueksi tuotetaan opettajille kohdennettua materiaalia yhdessä Suomen maailmanperintökohteiden yhdistyksen, Suomen kulttuuriperintökasvatuksen seuran ja Helsingin kaupungin kanssa. Helsingin kaupungin kasvatuksen ja koulutuksen toimialan strategiassa koko kaupunki nähdään oppimisympäristönä. Maailmanperintökohteena Suomenlinna tarjoaa monipuolisen oppimisympäristön, jota voi hyödyntää useissa oppiaineissa ja monilla luokka- ja koulutusasteilla. Suomenlinna tekee oppilaitosyhteistyötä, joka tuo maailmanperintökohdetta tutuksi useiden alojen opiskelijoille ja antaa erilaisia mahdollisuuksia Suomenlinnan ja kestävyyden teemojen hyödyntämiseen opetuksessa.



Maailmanperintöarvoista viestiminen

Mitä teemme yhdessä, jotta tavoitteet toteutuvat

- Muotoilemme Suomenlinnan yleismaailmallisen erityisarvon (OUV) helposti viestittäväksi ja räätälöimme yhteisiä keinoja helpottamaan tarinan viestintää.
- Viestimme omissa kanavissamme oman palvelumme lisäksi Suomenlinnasta ja maailmanperinnöstä.
- Uudistamme Suomenlinnan päätemoista kertovat kohdeopastetaulut ja muodostamme niistä omatoimiseen linnoitusvierailuun soveltuvan tuotteen, johon kuuluu myös palvelutarjontaa.
- Tarjoamme kävijöille kumppanuuksia hyödyntäen erilaisia mahdollisuuksia osallistua maailmanperinnön säilyttämiseen.
- Osallistumme aktiivisesti maailmanperintökasvatuksen kehittämiseen.
- Teemme aktiivisesti oppilaitosyhteistyötä.

8. Suomenlinnan vetovoimaisuus vuosina 2021–2023 edellyttää yhteisiä ponnistuksia

Suomenlinnan kestävän matkailun strategian tavoitteena on jatkaa pitkäjänteistä kohteen kehittämistä kestävän matkailun mallikohteeksi. Mallikohteessa yrittäjät menestyvät ympärivuotisesti tarjoamalla laadukkaita palveluita, asukkaat viihtyvät ja kävijät kokevat osallistuen elämyksiä, jotka lisäävät heidän hyvinvointiaan. Lyhyen tähtäimen strategiapäivityksessä on keskitytty sillan rakentamiseen koronapandemian jälkeiseen matkailuun maailmanperintökohteessa.

Kun Suomenlinnan matkailun kehittämisessä käytetään ohjenuorana kestävän matkailun strategiaa, varmistetaan yhteinen suunta ja alla lueteltujen tavoitetilojen toteutuminen vuoteen 2024 mennessä.

Matkailu nähdään entistä selvemmin Suomenlinnassa kulttuuriperinnön säilymiseen positiivisesti vaikuttavana tekijänä. Sosiaalinen kestävyys ja yhteistyö paikallisyhteisön kanssa ovat keskeisessä roolissa matkailun negatiivisia vaikutuksia minimoitaessa. Tunnustetut kestävän matkailun merkit kirittävät toimijoita vastuulliseen matkailutoimintaan ja mahdollistavat tehdyn työn todentamisen näkyvästi. Matkailutoimijoiden kannattavuus palaa kestävälle tasolle lähialueen kävijöiden ja kotimaisten matkailijoiden tavoittamisen ja asteittain tapahtuvan ulkomaisen kävijäkunnan paluun kautta. Suomenlinna on aktiivinen toimija Helsingin matkailudestinaatiossa ja osallistuu Helsingin kaupungin ja muiden kumppaneiden laajempiin kestävää matkailua tukeviin hankkeisiin.

Monipuolinen yhdessä tuotettu tapahtumatarjonta ja palveluiden luova yhdistely tarjoavat lähiseudun asukkaille ja kotimaisille matkailijoille uusia näkökulmia Suomenlinnaan. Laadukas ja kiinnostava palvelu- ja tapahtumatarjonta tuovat kanta-asiakkuuksia ja syitä lähteä yhä uudelleen Suomenlinnaan. Koska terveysturvallinen linnoitusvierailu on huomioitu läpi asiakaspolun, kävijän ei tarvitse empiä Suomenlinnaan lähtöä. Kohteen ja palveluiden digitaalinen löydettävyys ja ostettavuus ovat parantuneet ja tuovat esille linnoituksen laajan tarjonnan potentiaalisille kävijöille.

Toimijaverkoston viestinnän voimalla on pystytty muuttamaan kotimaisten kävijöiden mielikuvaa Suomenlinnasta kohti ympärivuotista käyntikohdetta. Yhtenäinen ja kertautuva viestintä huomioi myös vastuullisen matkailun teot ja kohteen maailmanperintöarvot sekä auttaa potentiaalisia kävijöitä ja uusia kanta-asiakkaita löytämään Suomenlinnan monipuolisen tarjonnan.

Kohteessa tehdään töitä entistä enemmän yhdessä ja luotetaan Suomenlinnan verkoston voimaan. Ristiinmarkkinoinnin ja -myynnin kehittäminen parantaa Suomenlinnan ja sen yksittäisten toimijoiden näkyvyyttä. Yhteinen verkkokauppa ja tapahtumat kehittyvät edelleen ja tuovat uusia toimijoita yhteen.

Silta pandemian jälkeiseen aikaan muodostuu yhdessä toteutetuista toimenpiteistä, jotka vetoavat kotimaiseen asiakaskuntaan. Niissä yhdistyvät yksittäisen palvelun kehittäminen, palveluntarjoajien tuotteiden luova yhdistely sekä uusien kumppanuuksien ja ideoiden synty. Onnistuneesti toteutettuna painopisteen siirtäminen kotimaisiin asiakasryhmiin toimii myös toimenpiteenä kohti kansainvälisen matkailun elpymistä. Kun Suomenlinna vetää uudistuneella tavalla puoleensa lähiseudun asukkaita, suosio tekee linnoituksesta kiinnostavan käyntikohteen myös ulkomaisille matkailijoille. Kun kehittämistyössä huomioidaan paikallisyhteisö, uskotaan kohteen vahvuuksiin ja kumppaniverkoston voimaan, Suomenlinna on hyvä paikka asua, tehdä töitä ja vierailla.

Silta pandemian jälkeiseen aikaan muodostuu yhdessä toteutetuista toimenpiteistä.

Kun kehittämistyössä huomioidaan paikallisyhteisö, uskotaan kohteen vahvuuksiin ja kumppaniverkoston voimaan, Suomenlinna on hyvä paikka asua, tehdä töitä ja vierailla.

9. Strategian seuranta

Suomenlinnan kestävän matkailun strategia päivitetään seuraavan kerran perusteellisemmin ja sidosryhmiä laajemmin osallistaen. Päivitys toteutetaan vuoden 2023 lopussa, kun on nähty, miten koronan jälkeinen aika jättää jälkensä Suomenlinnan matkailuun.

Strategian laajempaa päivitystä odotellessa kääritään jo hihat. Seuraavan parin vuoden aikana tavoitellaan edistysaskelia valituilla viidellä painopistealueella. Yhteisissä tilaisuuksissa otetaan aktiivisesti esille toimenpiteitä, joita kukin toimija voi edistää itse tai yhdessä verkoston kanssa. Vuosittain tarkastellaan, missä toimenpiteissä on onnistuttu ja mikä vaatii edelleen työtä. Seurannalla ja yhteistyöllä varmistetaan, että kaikki kohteen toimijat kulkevat samaan suuntaan.

Linkkejä

Business Finlandin verkkosivu, josta löytyy lisätietoa Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelmasta. **www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland**

Helsingin kaupungin elinkeino-osaston matkailuyksikön kestävää matkailua käsittelevä verkkosivu. **www.hel.fi/yritystenhelsinki/fi/matkailuelinkeino/matkailun-kehittaminen/kestava-matkailu**

Helsinki Marketingin verkkosivu, josta löytyy lisätietoa Valitse vastuullisemmin -palvelusta. **www.myhelsinki.fi/fi/valitse-vastuullisemmin**

Hyvinvoivan Suomenlinnan säilyttäminen jälkipolville. Suomenlinnan hoito- ja käyttösuunnitelma 2020–2024. **https://frantic.s3.eu-west-1.amazonaws.com/suomenlinna/sites/2/2020/04/30080636/Suomenlinnan-hoito-ja-k%C3%A4ytt%C3%B6suunnitelma.pdf**

Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Edelheim & Ilola 2017. **https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen_avaink%C3%A4sitteet_pdfA.pdf**

Suomenlinnan kestävän matkailun strategia 2015. **https://frantic.s3.eu-west-1.amazonaws.com/suomenlinna/2019/02/Kestavan-matkailun-strategia.pdf**

Suomenlinnan kävijätutkimus 2018. **https://frantic.s3.eu-west-1.amazonaws.com/suomenlinna/2019/07/09140234/Suomenlinnan-kavijatutkimus-tiivistelma-2018.pdf**

UNESCO World Heritage and Sustainable Toursim Programme. **https://whc.unesco.org/en/tourism/**

Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023. **https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161906**

Yhteinen perintömme - Värt gemensamma arv. Kansallinen maailmanperintöstrategia - Nationell världsarvsstrategi 2015–2025. **https://minedu.fi/documents/1410845/4072878/**

Liitteet

Suomenlinnan kestävän matkailun mittarit ja seuranta

Suomenlinnan kestävän matkailun mittarit ja seuranta

1. Tuemme kohteiden arvojen säilymistä ja edistämme niiden suojelua

Mittari	Mittaustapa	Nykytila 2019	Nykytila 2020	Tavoitetila	Hyväksyttävän muutoksen minimiraja	Hyväksyttävän muutoksen maksimiraja	Kestävyys 2019	Kestävyys 2020
Kerromme kävijöille kohteen arvoista ja niiden suojelusta ja kannustamme heitä toimimaan vastuullisesti Matkailu ei vaaranna kohteen luonto- ja kulttuuriarvoja, ja haitallisia vaikutuksia ehkäisemme ennakoivasti								
Matkailuneuvonnan käyntimäärät	Kävijälaskuri matkailuneuvonnassa	128 500	35 000	150 000	132 000	275 000	3	Tulos ei vertailukelpoinen koronapandemian vaikutuksen takia.
Kävijöiden tieto siitä, miksi Suomenlinna on nimetty maailmanperintö-kohteeksi (kyllä vastausten %-osuus)	Kävijätutkimus	44% (2018)	44% (2018)	55%	42%	100%	2	2
Kävijöiden aiheuttama, maailmanperintöarvoa uhkaava linnoitus-laitteiden (vallit) kuluminen mittaus-pisteessä	Seurataan Kustaanmiekan vallien kulkureitin eroosiota mittausaloilla vuosittain loka-marraskuussa paikan päällä tehtävällä mittauksella	Kunnostettu ja kulunohjausaidattu vallipolku leveyden osalta parhaassa kuntoluokassa, syvyys muutos -4cm. 2019 uusittu polku, jota ei aidattu levennyt korjauksen jälkeen +150 cm	Kunnostettu ja kulunohjausaidattu vallipolku leveyden osalta parhaassa kuntoluokassa, syvyysmuutos -5cm. 2019 uusittu polku, jota ei aidattu levennyt korjauksen jälkeen +190 cm	Kävijät pysyvät kulunohjatulla kulkureitillä, vallipolku ei levene sivuttaissuunnassa eikä syvene vuoden mittaustilanteesta	leveys 0 cm syvyys 0 cm	leveys 10 cm syvyys 3 cm	3	Tulos ei vertailukelpoinen koronapandemian vaikutuksen takia.

2. Minimoimme ympäristön kuormitusta

Mittari	Mittaustapa	Nykytila 2019	Nykytila 2020	Tavoitetila	Hyväksyttävän muutoksen minimiraja	Hyväksyttävän muutoksen maksimiraja	Kestävyys 2019	Kestävyys 2020
Toimimme hyvänä esimerkkinä ympäristöasioissa								
Hoitokunnalla on käytössään ympäristö-järjestelmä	Käytössä ulkopuolisen sertifioima ja auditoima ympäristö-järjestelmä	WWF Green Office	WWF Green Office	Ympäristöjärjestelmä käytössä	Ympäristöjärjestelmä käytössä	Ympäristöjärjestelmä käytössä	1	1
Matkailupalvelu-toiminnasta syntyvien jätteiden ohjautuminen hyöty-käyttöön (kyselyyn vastanneet toimijat)	Vuosittainen kysely jätelajittelusta Suomenlinnan matkailutoimijoille	94% toimijoista lajittelee toiminnastaan syntyvät jätteet	91% toimijoista lajittelee toiminnastaan syntyvät jätteet	Jokainen toimija lajittelee kaikki toiminnastaan syntyvät jätteet	70 % toimijoista lajittelee kaikki toiminnastaan syntyvät jätteet	Jokainen toimija lajittelee kaikki toiminnastaan syntyvät jätteet	1	1

3. Vahvistamme paikallisuutta

Mittari	Mittaustapa	Nykytila 2019	Nykytila 2020	Tavoitetila	Hyväksyttävän muutoksen minimiraja	Hyväksyttävän muutoksen maksimiraja	Kestävyys 2019	Kestävyys 2020
Toimimme yhteistyössä ja tarjoamme paikallisille asukkaille sekä kävijöille mahdollisuuksia osallistua kohteen hoitoon ja kehittämiseen								
Matkailijat ja matkailu tukevat asumista Suomenlinnassa	SLHK:n Vuokralaistutkimus	2,7	3,25	3,4	2,4	3,8	2	Tulos ei vertailukelpoinen koronapandemian vaikutuksen takia.
Vapaaehtoistyön määrä (htp)	SLHK:n Vapaaehtoistyön tilastointi	309	13	275	250	300	1	Tulos ei vertailukelpoinen koronapandemian vaikutuksen takia.

4. Edistämme kohteiden tuottamaa hyvinvointia ja terveyttä

Mittari	Mittaustapa	Nykytila 2019	Nykytila 2020	Tavoitetila	Hyväksyttävän muutoksen minimiraja	Hyväksyttävän muutoksen maksimiraja	Kestävyys 2019	Kestävyys 2020
Varmistamme kohteiden ja palveluiden kävijäturvallisuuden Kannustamme kävijöitä monipuolisiin, omatoimisiin ja ohjattuihin luonto- ja kulttuurielämyksiin								
Liiallisen kävijämäärän häiriö käyntikokemukselle	Kävijätutkimus	4,1 (2018)	4,1 (2018)	4,3	3,9	5	1	1
Kävijäturvallisuuden huomioiminen kohteen hoidossa	Kävijäturvallisuus-auditoinnit	Auditoinnit 2 krt/v	Auditoinnit 2 krt/v	Auditoinnit 2 krt/v	Auditoinnit 1 krt/v	Auditoinnit 2 krt/v	2	2

5. Edistämme paikallistaloudellista kasvua ja työpaikkojen luomista

Mittari	Mittaustapa	Nykytila 2019	Nykytila 2020	Tavoitetila	Hyväksyttävän muutoksen minimiraja	Hyväksyttävän muutoksen maksimiraja	Kestävyys 2019	Kestävyys 2020
Tarjoamme tietoa kohteista ja palveluista ennakkoon, helposti ja kiinnostavassa muodossa eri viestintäkanavissa Innostamme matkailijoita viipymään pidempään matkailualueella								
Kävijöiden paikallistaloudelliset minimivaikutukset	Kävijätutkimus	23m €	10m €	25m €	22m €		2	Tulos ei vertailukelpoinen koronapandemian vaikutuksen takia.
Talvikauden kävijämäärät (talvikausi: tammi-huhtikuu ja loka-joulukuu)	Kävijätilastot	293 000	138000	300 000	270 000	350 000	2	Tulos ei vertailukelpoinen koronapandemian vaikutuksen takia.

6. Viestimme yhdessä kohteen arvoista ja palveluista

Mittari	Mittaustapa	Nykytila 2019	Nykytila 2020	Tavoitetila	Hyväksyttävän muutoksen minimiraja	Hyväksyttävän muutoksen maksimiraja	Kestävyys 2019	Kestävyys 2020
Sitoudumme kohteen arvoihin ja perusviesteihin. Viestimme yhdenmukaisesti ja vastuullisesti eri kohderyhmille sekä kotimaassa että kansainvälisesti. Kannustamme toimijoita sitoutumaan näihin kestävän matkailun periaatteisiin. Keräämme palautetta sidosryhmiltä asiakastyytyväisyyden sekä toiminnan kehittämiseksi. Järjestämme koulutus- ja yhteistyötilaisuuksia alueen toimijoiden kanssa.								
Sisällytämme viestintäämme kestävyyden/ vastuullisuuden ja maailmanperinnön teemat	Toimijoiden verkkosivutarkastelu (tarkastelussa mukana 31 toimijaa, välilehdellä listattu toimijat)	Maailmanperinnön teemat: 8 toimijaa - 23% ja kestävyys/ vastuulisuus: 7 toimijaa - 25%	Maailmanperinnön teemat:11 toimijaa - 34% ja kestävyys/ vastuulisuus: 13 toimijaa - 41%	Kaikki kohteessa vakituisesti toimivat viestivät nämä asiat verkkosivuillaan	75% toimijoista viestii nämä asiat verkkosivuillaan	Kohteessa vakituisesti toimivat viestivät nämä verkko-sivuillaan	4	3
Matkailutoimijoiden tietoisuus kohteen arvoista ja palveluista	Säännölliset foorumit ja Extranet tms. verkoston yhteinen alusta	4 tilaisuutta (matkailu-aamu ja Suomenlinna-perehdytykset) ja Extranet	3 Etätilaisuutta, HKS-tilaisuus, perehdystykset tietopakettina, Extranet	4 tilaisuutta ja extranet tms	3 tilaisuutta ja extranet tms	6 tilaisuutta ja extranet tms.	1	1

Kestävyyden luokitus:

1 = Toteutuu kokonaan
2 = Toteutuu pääpiirteittäin
3 = Toteutuu osittain
4 = Toteutuu pieneltä osin
5 = Ei toteudu ollenkaan

WWW.SUOMENLINNA.FI

WWW.MAAILMANPERINTO.FI