

Suomen maailmanperintökohteet

Sidosryhmätutkimuksen tulokset 2021,
Taloustutkimus

Tiekartta 2030 -hanke



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys

Sidosryhmätutkimus 2021

- ❖ Suomen maailmanperintökohteiden yhdistyksen sidosryhmätutkimuksen toteutti Taloustutkimus (11-12/2021)
- ❖ Tutkimus oli osa yhdistyksen *Tiekartta Suomen maailmanperintökohteiden yhdistyksen tulevalle toiminnalle* -hanketta
- ❖ Tutkimus koostui kahdesta osasta:
 - ❖ Verkkokyselystä: 121 vastaajaa, 33 % vastausprosentti, 2 viikon vastausaika. Verkkokyselylinkki lähetettiin valituille paikallisen, alueellisen ja valtakunnallisen tason toimijoille, vaikuttajille ja päättäjille.
 - ❖ Teemahaastatteluista: 10 haastateltavaa, joiksi valittiin kohteiden hoitokuntien edustajat sekä valtakunnallisen tason päättäjiä.
- ❖ Verkkokyselyyn osallistuneista 45 % työskenteli maailmanperintökohteissa tai niiden kanssa yhteistyössä paikallisesti, 26 % toimi alueellisesti ja 15 % työskenteli valtakunnallisella tasolla kohteiden kanssa yhteistyössä, 14 % vastanneista ei työskennellyt kohteiden kanssa yhteistyössä





Verkkokyselyn tulokset





Suomenlinna, kuva Suomenlinnan hoitokunta

Vetovoima

- ❖ Vastaajat pitivät lähintä maailmanperintökohdettaan erittäin merkittävänä (79 %) vetovoimatekijänä matkailun kannalta kuntatasolla (Suomenlinna 90 %, Vanha Rauma 91 %)
- ❖ Noin puolet näkivät vetovoiman olevan merkittävä (55 %) myös muun elinkeinon kannalta
- ❖ Vetovoima on vastanneiden mukaan kasvanut matkailun kannalta viimeisten viiden vuoden aikana paljon (35 %) tai jonkin verran (50 %)
- ❖ Etenkin luontokohteissa vetovoima on kasvanut matkailun kannalta (Merenkurkun saaristo, Struven ketju)
- ❖ Kohteet ovat erittäin merkittäviä (71 %) paikallisille



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys



Struven ketju, kuva Jukka Paakkinen, Visit Jyväskylä Region

Tunnettuus

- ❖ Suuren yleisön keskuudessa Unesco ja Suomen maailmanperintökohteet eivät ole vielä kovin tunnettuja (3 % hyvin tunnettuja, 42 % melko tunnettuja)
- ❖ Kohteiden tunnettuus on kuitenkin kasvanut vastanneiden näkemyksestä viimeisten viiden vuoden aikana jonkin verran (60 %), etenkin valtakunnallisella tasolla toimivien näkemyksestä ja kohteista Petäjäveden vanha kirkko, Struven ketju, Merenkurkun saaristo
- ❖ Tunnettuuden ja näkyvyyden parantamiseen vaaditaan tutkimuksen mukaan yhteisviestinnän vahvistamista sekä laajempaa yhteistyötä kohteiden ja paikallisten toimijoiden kanssa



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys



Vanha Rauma, kuva Rauman kaupunki

Kehitystyö

- ❖ Vastaajista lähes kaikki näkivät oman lähikohteensa kehittämiseen liittyvän paljon (44 %) tai jonkin verran odotuksia (50 %), etenkin Petäjaveden vanha kirkko, Struven ketju
- ❖ Vastaajat kohdistivat lähikohteeseensa odotuksia matkailun ja vapaa-ajan kehittämiseen, yhteistyön kehittämiseen paikallisen matkailuelinkeinon kanssa ja viestinnän tehostamiseen
- ❖ Myös kohteiden suojelu ja kunnostaminen nähtiin tärkeänä kehityskohtana yleisesti
- ❖ Yhteistyö kohteiden kanssa tukee vastaajien omaa toimintaa etenkin paikallisella ja alueellisella tasolla



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys

Suomen maailmanperintökohteiden yhdistys

- ❖ 32 % vastanneista tunsi yhdistyksen toimintaa entuudestaan jonkin verran, 11 % tunsi toimintaa erittäin hyvin ja 21 % vain vähän
- ❖ Tunnetuin yhdistys oli valtakunnallisella tasolla työskenteleville vastaajille
- ❖ Yhdistyksen toiminnan nähtiin kuitenkin olevan merkittävää etenkin maailmanperintökohteiden kehittämisessä (20 % erittäin merkittävä, 40 % merkittävä), tunnetuksi tekemisessä (35 % erittäin merkittävä, 31 % merkittävä), yhteistyöelimenä eri toimijoiden välillä (35 % erittäin merkittävä, 40 % merkittävä)



Teemahaastatteluiden tulokset





Petäjäveden vanha kirkko, kuva Tero Takalo-Eskola

Merkitys, tunnettuus

- ❖ Haastateltavat pitivät kohteita paikallisesti merkittävinä, niitä kohtaan tunnetaan ylpeyttä ja ne muodostavat osan paikallisidentiteettiä
- ❖ Kohteiden tunnettuus on kuitenkin suuren yleisön joukossa melko heikko
- ❖ Maailmanperintöajatusta ei tunneta hyvin vastaajien mielestä



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys



Verla, kuva Krista Keltanen

Vetovoima

- ❖ Kohteiden vetovoima on merkittävä ja maailmanperintöstatus on osa tätä vetovoimaa
- ❖ Haastateltavien mielestä tärkeitä maailmanperintökohteen vetovoimatekijöitä ovat hyvä hoito, esteettömyys ja saavutettavuus sekä palvelut
- ❖ Lisäksi vastaajat nostivat luonnon, kattavat kohdekokonaisuudet, verrattaen hyvät yhteydet ja kansallisen matkailun kiinnostuksen kohteita kohtaan suomalaisten kohteiden vahvuuksiksi
- ❖ Vetovoimaa kasvattavat yhteistyö paikallisen elinkeinon kanssa ja yhteinen viestintä



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys



Suomenlinna, kuva Suomenlinnan hoitokunta

Odotukset, uhat

- ❖ Vastaajat asettivat kohteille odotuksia kestävän kehityksen, saavutettavuuden, suojelun, hoidon ja esittelyn suhteen
- ❖ Myös yhteistyön, näkyvyyden ja yhteisen viestinnän kasvattaminen, ympärivuotisuuden vahvistaminen ja kohteiden kunnostus nousivat esille odotuksina
- ❖ Haasteina vastaajat mainitsivat ilmastonmuutoksen, suojeluun liittyvät lainsäädäntö- ja maankäyttöasiat, kohteiden rajalliset työntekijäresurssit, rahoituksen haasteet ja aineettoman arvon jäämisen matkailun ja muun elinkeinotoiminnan varjoon



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys



Merengkurun saaristo, kuva Malin Henriksson

Yhteistyö

- ❖ Vastaajien mielestä maailmanperintökohteet, niiden hoitokunnat ja Suomen maailmanperintökohteiden yhdistys ovat tärkeitä yhteistyökumppaneita
- ❖ Lisäksi ELY-keskus, Visit Finland, Suomen Kulttuuriperintökasvatuksen seura, Museovirasto, Metsähallitus, maanomistajat ja paikalliset toimijat, museot ja koulut toimivat maailmanperintökentällä tärkeinä kumppaneina keskenään
- ❖ Halu yhä tiiviimpään yhteistyöhön on korkealla (mm. viestintä, rahoitus/hakemukset)



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys

Suomen maailmanperintökohteiden yhdistys

- ❖ Yhdistyksen olemassa olo nähtiin tärkeänä, sen toiminnalla on paljon potentiaalia
- ❖ Yhdistyksen toiminnan myötä vastaajat näkivät kohteiden välisen yhteistyön vahvistuvan ja tiivistyvän sekä kohteiden resurssien epätasapainon tasoittuvan, lisäksi yhdistys tuottaa tärkeää tietoa sidosryhmilleen
- ❖ Tulevaisuudessa vastaajat näkisivät toiminnan ja yhteistyön laajentuvan, viestinnän kohdistuvan myös asiantuntijaorganisaatioiden ulkopuolelle, kohteiden välisen vuoropuhelun vahvistuvan ja yhdistykselle mahdollisuuden palkata vakituinen työntekijä



www.maailmanperinto.fi



Suomen
maailmanperintökohteiden
yhdistys