

Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien ajatuksia Turusta ja Euroopan kulttuuripääkaupunkivuodesta 2011

Niina Järvinen



Koulutusohjelma

<p>Tekijät Niina Järvinen</p>	<p>Ryhmä X</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien ajatuksia Turusta ja Euroopan kulttuuripääkaupunkivuodesta 2011</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 65</p>
<p>Ohjaajat Annika Konttinen, Anu Seppänen</p>	
<p>Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Turku 2011 -säätöille, joka suunnittelee Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden 2011. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien ajatuksia ja suunnitelmia koskien Turku sen Euroopan kulttuuripääkaupunkivuotena 2011. Koska Tallinna on toinen vuoden 2011 kulttuuripääkaupungeista, selvitettiin matkanjärjestäjien mielteitä myös Tallinnasta. Heiltä kysyttiin mielipiteitä Turusta ja Tallinnasta matkailukaupunkeina ja odotuksia kulttuuripääkaupunkivuoden suhteen.</p> <p>Kontekstiosuudessa esitellään Turku matkailukaupunkina ja käsitellään kulttuuripääkaupunkikonseptia yleisesti. Siinä kerrotaan myös Turun ja Tallinnan yhteistyöstä Euroopan kulttuuripääkaupunkivuonna 2011 ja näiden kilpailusta matkailukaupunkeina. Opinnäytetyössä käsitellään kulttuurimatkailun ja matkailumarkkinoinnin teoriaa.</p> <p>Opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja. Haastattelut tehtiin Tukholmassa keväällä 2008. Haastateltuja matkanjärjestäjiä olivat Tallink Silja Line, Viking Line ja Favorit kultur och Temaresor AB. Haastatteluista kävi ilmi, että tukholmalaiset matkanjärjestäjät eivät ole vielä edes ajatelleet koko Turun kulttuuripääkaupunkivuotta tai he eivät tienneet siitä haastatteluhetkellä. Vaikka matkanjärjestäjät eivät vielä olleetkaan suunnitelleet tarjontaan sa Turkuun vuonna 2011, oli kuitenkin mielenkiintoista tutkia heidän mielipiteitään ja ajatuksiinsa Turusta ja kulttuuripääkaupunkikonseptista. Kontekstin, teorian ja haastatteluiden perusteella työssä annettiin Turku 2011 -säätöille kehitysehdotuksia vuoden 2011 suunnittelua varten.</p> <p>Tärkeimmäksi kehitysehdotukseksi tuli se, että Turku 2011 -säätöön tulisi tiedottaa kulttuuripääkaupunkivuoden 2011 ohjelmakalenterista matkailutoimijoita mahdollisimman pian, jotta tuotteet vuotta 2011 varten ehtivät mukaan matkanjärjestäjien markkinointiin ja myyntiin. Suurin osa haastatelluista matkanjärjestäjistä painottaa kulttuuripääkaupunkivuoden olevan tuottoisampi mitä enemmän Turku ja Tallinna tekevät vuotta ja tapahtumia yhdessä.</p>	
<p>Asiasanat Euroopan kulttuuripääkaupunki, Turku, Tallinna, yhteistyö, matkailumarkkinointi</p>	

Degree programme

<p>Authors</p> <p>Niina Järvinen</p>	<p>Group</p>
<p>The title of thesis</p> <p>How is Turku and the European Capital of Culture in 2011 project perceived by tour operators based in Stockholm</p>	<p>Number of pages and appendices</p> <p>65</p>
<p>Supervisors</p> <p>Annika Konttinen, Anu Seppänen</p>	
<p>The thesis was made as a commission for Turku 2011 Foundation, which is in charge of the planning process of the project Turku European Capital of Culture in 2011. The objective of the thesis was to find out the thoughts and plans of tour operators, which operate in Stockholm, about Turku during its European Capital of Culture in 2011. Due to the fact that Tallinn is the other one of the two Capitals of Culture in 2011, the tour operators' thoughts about Tallinn were studied also. They were asked opinions about Turku and Tallinn as tourist cities and expectations in terms of the Capital of Culture year.</p> <p>In the context part Turku is introduced as a tourist city and the Capital of Culture concept is covered in general terms. The cooperation of Turku and Tallinn in the project European Capital of Culture in 2011 is also explained as well as the competition between them as tourist cities. In the thesis the theory of cultural tourism and tourism marketing are introduced.</p> <p>The research method used in the thesis was themed interviews which were done in Stockholm spring 2008. The interviewed tour operators were Tallink Silja Line, Viking Line and Favorit kultur och Temaresor AB. One of the results of the interviews was that the tour operators in Stockholm had not either thought about Turku's Capital of Culture year or did not even know about it when the interviews were made. Although the tour operators had not planned their supply to Turku in 2011 yet, it was interesting to find out their opinions and thoughts about Turku and the Capital of Culture concept. Turku 2011 Foundation was given development proposals for planning the year 2011 in the thesis based on the context, theory and interviews.</p> <p>The most important development proposal was that Turku 2011 Foundation should inform operators in tourism about the program calendar of the Capital of Culture in 2011 as soon as possible so that the products for the year 2011 will arrive in time for the tour operators to market and sell. Most of the tour operators interviewed stressed that the Capital of Culture year will be the more profitable the more Turku and Tallinn make the year and events together.</p>	
<p>Key words</p> <p>European Capital of Culture, Turku, Tallinn, cooperation, tourism marketing</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Turku matkailukaupunkina.....	2
2.1	Nähtävyydet.....	5
2.2	Saavutettavuus.....	7
2.3	Majoitus.....	8
2.4	Ruotsalaisten matkustus Turkuun.....	9
3	Kulttuuripääkaupunkihanke.....	11
3.1	Kulttuurimatkailu.....	13
3.2	Kulttuuripääkaupunkiohjelman vaikutukset kaupunkien matkailuun.....	14
3.3	Turku Euroopan kulttuuripääkaupunki 2011.....	17
3.3.1	Tavoitteet.....	19
3.3.2	Ohjelman rakentuminen.....	22
3.3.3	Yhteistyö.....	24
3.4	Tallinna matkailukaupunkina.....	27
3.5	Turku ja Tallinna - yhteistyötä ja kilpailua.....	29
4	Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien näkemykset.....	38
4.1	Tutkimusmenetelmä.....	38
4.2	Taustatietoa yrityksistä.....	40
4.3	Tutkimustulokset.....	41
4.3.1	Turku matkailukaupunkina.....	41
4.3.2	Mielenkiinto tarjota matkoja Turkuun vuonna 2011.....	43
4.3.3	Tallinna matkailukaupunkina.....	44
4.3.4	Turun ja Tallinnan yhteistyö.....	45
4.3.5	Kulttuuripääkaupunkivuoden vaikutukset.....	46
4.4	Yhteenveto.....	47
5	Kehitysehdotukset.....	50
	Lähteet.....	56

1 Johdanto

Turku on Euroopan kulttuuripääkaupunki vuonna 2011. Kulttuuripääkaupunkiohjelma vaatii paljon selvitystyötä ja suunnittelua. Opinnäytetyö on osa tätä Turku Euroopan kulttuuripääkaupunki 2011 -hankkeen selvitystyötä, jonka tekee pääosin Turku 2011 -säätiö.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien ajatuksia ja suunnitelmia Turkuun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuonna 2011. Viron pääkaupungin Tallinnan ollessa toinen vuoden 2011 Euroopan kulttuuripääkaupunki, opinnäytetyössä selvitetään matkanjärjestäjien ajatuksia myös Tallinnan Euroopan kulttuuripääkaupunkihankkeesta. Tulosten kautta selviää kuinka haastatellut ovat valmiita panostamaan Turkuun vuonna 2011 ja millainen mielipide heillä on ylipäänsä Turusta kulttuuri- ja matkailukaupunkina. Tutkimuksesta selviää muun muassa myös näkevätkö matkanjärjestäjät, että Turku ja Tallinna myisivät enemmän yksinään kuin yhdessä. Opinnäytetyön tuloksien pohjalta annetaan Turku 2011 -säätiölle kehitysehdotuksia kulttuuripääkaupunkivuoden suunnittelua varten.

Ruotsalaiset matkailijat ovat yksi suurimmista matkailijaryhmistä Turkuun suuntautuvien ulkomaalaisten matkailijoiden joukossa. Suurin osa Suomeen suuntautuvista ruotsalaisista matkailijoista tulee Tukholman läänistä. Tukholman läänistä löytyy hyvin vähän matkanjärjestäjiä, jotka tarjoavat valmismatkoja Suomeen ja varsinkin Turun seudulle. Ruotsista Suomeen matkustavat varaavat usein matkansa itse, majoituksen ja matkat erikseen.

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin teemahaastatteluja. Tutkimuksessa haastateltiin kolmea Tukholmassa toimivaa matkanjärjestäjää Tallink Silja Linea, Viking Linea ja Favorit kultur och Temaresor AB:ta. Matkanjärjestäjien lisäksi on haastateltu Turku 2011 -säätiön ja Turku Touringin edustajia.

Tässä työssä tutustutaan ensin Turkuun ja sen ympäristöön matkailukohteena. Kun Turun seudun matkailu on käsitelty, kerrotaan opinnäytetyössä kulttuuripääkaupunkihankkeesta ja sen vaikutuksista aikaisempien kulttuuripääkaupunkien matkailuun. Sitten käsitellään Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkiprojekti 2011 ja Tallinnaa lyhyesti. Vertailemalla Turkua ja Tallinnaa matkailukaupunkina saadaan käsitystä Turun vahvuuksista Tallinnaan verrattuna ja toisinpäin. Opinnäytetyössä on käsitelty muun muassa matkailumarkkinoinnin ja kulttuurimatkailun teoriaa. Tutkimustulosten jälkeen seuraa yhteenveto ja kehitysehdotukset.

2 Turku matkailukaupunkina

Turku on Suomen vanhin kaupunki, joka syntyi 1200-luvulla, Aurajoen ja Itämeren, kielten ja kulttuurien kohtaamispaikaksi. Se sijaitsee Varsinais-Suomen maakunnassa, aivan lounaisimmassa Suomessa. Kuviossa 1 on esillä kartta, josta näkee Turun sijainnin Itämeren keskellä, suhteessa Tukholmaan, Tallinaan ja Suomen pääkaupunkiin Helsinkiin. Nykyään Turun seutu muodostaa Suomen kolmanneksi suurimman väestökeskittymän. Kaupungin halki virtaa Aurajoki Itämereen. Joenrannat kuuluvat Suomen vanhimpiin urbaaneihin miljöisiin ja ovat yksi Suomen kansallismaisemista. Joen lisäksi merkittäviä maamerkkejä Turussa ovat Turun linna, Tuomiokirkko sekä Vanha suurtori. Turun saaristo kymmenine tuhansine saarineen ovat yksi Suomen kansallismaisemaa. (Turku 2011 -säätö 2008a.)

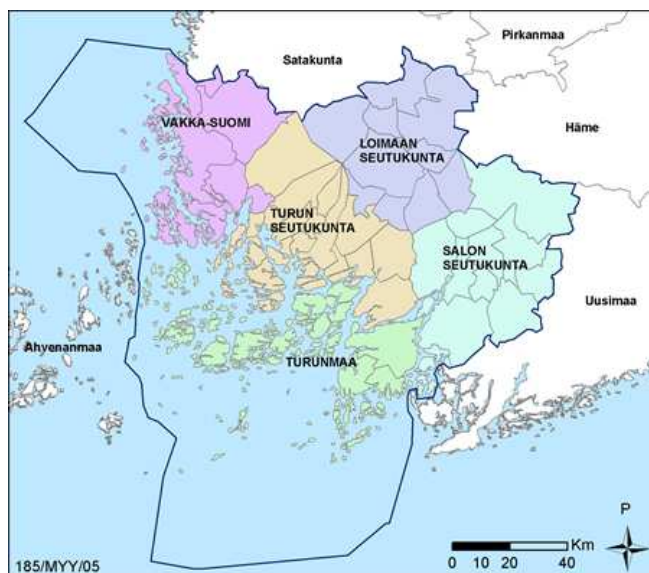


Kuvio 1. Turun sijainti Itämerellä, suhteessa muihin suuriin kaupunkeihin, kuten Tukholmaan ja Tallinaan (Viking Line 2008a.)

Matkailualue-käsitettä määriteltäessä on käytetty lukuisia indikaattoreita, jotka liittyvät alueiden vetovoimatekijöihin, oman väestöpohjan olemassaoloon tai puuttumiseen, liikenneyhteyksiin ja palveluihin. Matkailualueiden mittasuhteet vaihtelevat olosuhteiden mukaan suuresti. Joissakin attraktiokomplekseissa on vain yksi ydin, joka on alueen matkailukeskittymä. Joillakin matkailualueilla on useita ytimiä, jotka voivat kaikki olla alueelle yhtä tärkeitä, kuten Turun seudulla Turun kaupunki, Naantali ja Turun saaristo. Matkailualueiden muoto ja laajuus vaihtelevat paljon. Matkailualueen täsmällinen rajaaminen on vaikeaa sen vuoksi, että alue ei ole staattinen kokonaisuus vaan se elää omaa elämäänsä muuttaen muotoaan sitä mukaa kuin se kasvaa ja laajenee. Alue voi myös kutistua, jos attraktiot menettävät jostain syystä merkitystään. Matkailualueet muodostavat siten saarekkeita, joiden tiheys vaihtelee sen mukaan, miten matkailun yleiset edellytykset vaihtelevat. Vahvat, lähekkäin sijaitsevat attraktiokompleksit kasvavat aikaan yhteen. (Vuoristo 2003, 175 - 176.)

Turku kuuluu Suomen matkailualueista kulttuurialueeseen, johon kuuluu Etelä- ja Lounais-Suomi. Alueen nimi on kulttuurialue, koska alueella on eniten kulttuurivetovoimaa ja -tarjontaa muuhun Suomeen verrattuna. Kulttuurivetovoiman lisäksi alueelta löytyy myös paljon luonnonvetovoimaa. Saaristorannikko on kansainvälisesti hyvin ainutlaatuinen ja sisämaasta löytyy kauniita järvi-, metsä- ja harjualueita, jotka soveltuvat sekä kesä- että talvimatkailuun. Kulttuurialue on jo sijaintinsa puolesta ulkomailta suuntautuvan matkailun portti, koska sieltä monet matkailijat jatkavat matkaansa muualle Suomeen. Monelle ulkomaalaiselle Suomeen matkaajalle kulttuurialue on pääkohde. Kulttuurialueelta löytyy neljä Suomen kuudesta UNESCO:n maailman kulttuuriperintökohteesta. (Vuoristo & Vesterinen 2001, 125 - 126.)

Turku kuuluu Varsinais-Suomeen, joka koostuu seuraavista seutukunnista: Turun seutu, Loimaan seutu, Salon seutu, Turunmaa ja Vakka-Suomi. Kuviosta 2 voi nähdä Varsinais-Suomen seutukuntien sijainnit kartalla. Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon perusstrategia on kilpailijoista erilaistuminen. Turun seudun matkailun vetovoimatekijöitä ovat: Historiaan, merellisyyteen ja kulttuuriin liittyvät tapahtumat ja kohteet, vetovoimaisuus kokous- ja kongressikaupunkina ja ympärivuotisena kaupunkilomakohteena ja Naantalın matkailukeskittymä: Naantalın Kylpylä ja Muumimaailma. Maakuntaan suuntautuvan matkailun lisäämiseksi näitä vetovoimatekijöitä kehitetään jatkuvasti. (Turun matkailuakatemia 2008, 5 - 6.)



Kuvio 2. Varsinais-Suomen maakunta ja seutukunnat (Turun seutu 2008.)

Alueorganisaatioiden rooli kotimaan matkailumarkkinoinnissa ja tuotteistamisessa on olennainen. Maakunnallisia organisaatioita ovat kuntien ja yritysten yhteistyöorganisaatiot. Ne vastaavat oman alueensa matkailun markkinointi- ja tuotekehitystehtävistä, matkailupalvelujen välityksestä ja myynnistä sekä varaus- ja tietojärjestelmien kehittämistä ja ylläpidosta. Seutukun-

nalliset organisaatiot vastaavat kahden tai useamman paikkakunnan matkailun kehittämisestä. Paikkakuntatasolla matkailumarkkinoinnista vastaavat paikalliset matkailutoimistot, jotka ovat perinteisesti toimineet kunnan matkailu-, elinkeino-, tai kulttuurilautakunnan alaisuudessa. (Pesola, Mönkkönen, Honkanen 2002, 44 - 45.)

Maakunnallisella tasolla matkailuelinkeinoa koordinoi Turku Touring, joka on Turun kaupungin matkailutoimen ja koko Varsinais-Suomen kattava matkailun alueorganisaatio. Seutukuntien matkailusta vastaavien organisaatioiden ja Turku Touringin vuorovaikutus on jokapäiväistä. Turku Touring kerää, tuottaa ja toimittaa matkailun tieto- ja hallintopalveluita alueen matkailuyrityksille, julkishallinnolle ja päättäjille. Se myös ylläpitää ympärivuotista maakunnallista matkailuneuvontaa. Maakunnassa pyritään nostamaan alueella toimivien matkailuyritysten jake-lukanavaosaamista. (Turun matkailuakatemia 2008, 7 - 9.)

Tunnetuin matkailutuotteesta käytetty määritelmä esittää matkailutuotteen pakettina, joka koostuu viidestä komponentista: kohteen vetovoimatekijät, kohteen palvelut, saavutettavuus, mielikuvat kohteesta sekä hinta. Tämä komponenttimalli auttaa hahmottamaan matkailutuotteen liittyviä tekijöitä, mutta se ei anna riittävän yksityiskohtaista kuvaa niistä tekijöistä, joihin vaikuttamalla tuotteen laatua voitaisiin kehittää. (Boxberg & Kompula 2002, 11.) Kuviossa 3 on nähtävillä matkailutuotepaketin viisi komponenttia Turun matkailusta.



Kuvio 3. Matkailutuotepaketin viisi komponenttia: kohteen vetovoimatekijät, kohteen palvelut, saavutettavuus, mielikuvat kohteesta ja hinta (Muokattu: Boxberg & Kompula 2002, 11.)

Turku Touringin mukaan Turku on matkailukaupunki, jossa on paljon hyviä sisältöjä. Turussa on sellaista uutta tekemistä joka kiinnostaa ihmisiä. Turussa ja Suomen muissa kaupungeissa on ongelmana, että kokonaisvaltaisia tuotteita ja palveluketjuja on erittäin vähän. Tuotteet ovat kovin yksittäisiä ja vaikka niissä on hyviä kulttuurisisältöjä, niiden saavutettavuus ja tunnettuus on erittäin huono. Miten niistä saadaan suurempia ketjuja jotka ovat myös riittävän kiinnostavia herättääkseen kansainvälistä kiinnostusta. Kyseessä on laajempi kulttuurimatkailun kehittäminen ja miten ylipäänsä saadaan huippujen verkosto Suomeen, jotka ovat niin merkittäviä, että ne pystyisivät profiloimaan koko Suomea merkittävänä kulttuurimatkailukohteena. Pelkkä Turku siihen ei riitä, mutta siinä Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuosi 2011 on erittäin tärkeässä asemassa. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Matkailuvetovoima on käsitteenä melko epämääräinen ja sisällöltään laaja-alainen. Yleisesti sillä tarkoitetaan voimaa, jolla alue, kohde, nähtävyys tai matkailutuote vetää matkailijoita puoleensa. Se perustuu joko konkreettiseen tai abstraktiseen vetovoimatekijään, ja nämä voivat esiintyä myös yhtä aikaa. Esimerkiksi maisema tai näköala on suhteellisen abstraktinen, matkailijasta ja olosuhteista riippuvainen vetovoimatekijä, jolla on kuitenkin konkreettinen ilmenemismuotonsa, kuten Turun saaristo. Vetovoimatekijöitä voivat olla maisemat, aktiviteetit tai kokemukset ja elämykset. Vetovoimatekijät jaetaan usein kulttuurivetovoimaan ja luonnonvetovoimaan. (Hemmi & Vuoristo 1993, 82.) Kohdealueen vetovoima koostuu sekä fyysiseen ympäristöön että väestöön ja yhteiskuntaan liittyvistä tekijöistä. Ne määräävät alueen vetovoimaisuuden, matkailutarjonnan muodot ja vastaanottovalmiuden eli alueen kyvyn vastaanottaa matkailijoita ja huolehtia heidän tarpeistaan. (Vuoristo 2003, 54.) Seuraavissa alaluvuissa käsitellään Turun seudun vetovoimatekijöitä nähtävyydet, saavutettavuus ja majoitus.

2.1 Nähtävyydet

Turun kulttuurielämä on monipuolista. Kaupungissa on muun muassa useita festivaaleja, tapahtumia, teattereita, filharmoninen orkesteri, kolme taidemuseota sekä useita kulttuurihistoriallisia museoita. Turku on Suomen merkittävin laivanrakennuskaupunki ja yksi tärkeimmistä satamakaupungeista. Turussa vieraillee Helsingin jälkeen eniten ulkomaalaisia matkailijoita vuodessa. Turussa on paljon tapahtumia ympäri vuoden ja museoita joka lähtöön. Se tunnetaan myös Suomen virallisena Joulukaupunkina, josta Suomen tasavallan presidentti julistaa joka vuosi joulurauhanjulistuksen. (Turku Touring 2008a.) Kongressimatkailu on kehittynyt voimakkaasti viime vuosina Turussa vuonna 2002 perustetun Convention Bureau -kongressimarkkinointiyksikön tukemana (Helander ym. 2006, 100.).

Turku lähialueineen tarjoaa matkailijalle monipuolisen läpileikkauksen suomalaisesta kulttuurista. Turun alueen vetovoimaisimpia kohteita ovat saaristo, Naantalın Muumimaailma ja Turun kaupunki. Kaupungin nähtävyyksissä käy vuosittain paljon kävijöitä, jotka ovat kiinnostuneita historiallisista kohteista, luonnosta, merenkulusta, lasten- ja nuortenkulttuurista sekä kaupunki- ja kulttuurielämästä. Turun alueen matkailun tärkeistä kohteista Muumimaailmassa, käy joka kesä noin 220 000 kävijää, joista ulkomaalaisten osuus on yli 30 prosenttia. (Helander, Innilä, Jokinen & Talve. 2006, 99.) Paimion, Piikkiön ja Kaarinan kautta Turkuun johtavan Kuninkaantien varrella on osa alueen historiallisista kohteista, kuten Kuusiston piispanlinnan rauniot. Kuninkaantie on Pohjoismaiden vanhin virallinen matkailutie, joka kulkee Bergenistä Pietariin. (Vuoristo & Vesterinen 2001, 151 - 152.)

Turun saaristorannikolla tarkoitetaan sitä aluetta, joka käsittää Turun ja Naantalın ympäristöineen sekä Saaristomeren. Turun saaristorannikolla on matkailuvetovoimatekijöinä luonnonympäristönsä lisäksi ikivanhoja kulttuurinähtävyyksiä ja perinteitä. Kulttuuritarjonnan painopiste on alueella kesäkaudella, jolloin alueella on paljon erilaisia tapahtumia. Alueen matkakohteiden kaikista kävijöistä kaksi kolmasosaa vieraillee niissä kesäkauden neljänä kuukautena. Aurajokilaakso ja Saaristomeri on nimetty kansallismaisemiksi. Saaristomerestä osa on erotettu Saaristomeren kansallispuistoksi. Turun saaristorannikon matkailun keskuspaikka on ehdottomasti Turku. Toinen tärkeä kohde on Naantali ja selvää matkailukehitystä on tapahtunut Saaristomeren läntisillä saarilla kuten Nauvolla. Saariston vetovoima koostuu loma-asutuksesta, veneilymahdollisuuksista ja hyvistä auto- sekä pyöräilymahdollisuuksista. (Vuoristo & Vesterinen 2001, 150 - 155.) Taulukosta 1 näkee Turun vetovoimatekijöihin kuuluvat nähtävyydet.

Taulukko 1. Turun matkailuvetovoimatekijät, nähtävyydet (Finlandfestivals 2008; Turku Touring 2008a; Louhenjoki-Shulman & Hedenström 2003.)

Nähtävyydet		
Luontokohteet	Kulttuurikohteet	Tapahtumat
Ruissalo	Turun linna	DBTL (Down By The Laituri)
saaristo	Turun tuomiokirkko	Keskiaikaiset markkinat
Saaristomeren kansallispuisto	Vanha Suuritori	Naisten kuntovitonon
Rengastie	Forum Marinum	Paavo Nurmi Marathon
	Muumimaailma	Ruisrock
	Kuninkaantie	Turun musiikkijuhlat
	Hämeen Härkätie	Turku Jazz
	<u>Museot:</u>	Naantalın Musiikkijuhlat
	Wäinö Aaltosen museo	Saaristolaismarkkinat
	Sibelius-museo	Saaristomerifestivaali
	Turun taidemuseo	
	Turun Biologinen museo	
	Kuralan Kylämäki	
	Apteekkimuseo ja Qwenselin talo	
	Kuusiston piispanlinnan rauniot	
	Luostarinmäen käsityöläismuseo	
	Aboa Vetus & Ars Nova -museot	

2.2 Saavutettavuus

Varsinais-Suomen helppoon saatavuuteen liittyvät maa-, meri ja lentoliikenteen lisäksi matkailutuotteiden jakelukanavat. Kansainvälisesti suosittuun kytkeytyvät myynti ja markkinointi ulkomaille, yhteistyössä eri toimijoiden kesken. Siihen liittyvät myös tuotekehitys, infrastruktuuri, kumppanit koti- ja lähimaissa sekä yhteiskuntavastuu. Historiaan ja kulttuuriin puolestaan kytkeytyviä tekijöitä ovat kuten luontaisten vahvuuksien hyödyntäminen, turkulaisuus voimavarana, yhteistyö kulttuurialan kanssa sekä Itämeren ja Pohjoismaiden historian hyödyntäminen. Merellisyyteen liittyvät saavutettavuus, merelliset käyntikohteet ja -tapahtumat. Tapahtumiin itsessään liittyvät suunnitelmallisuus, yhteistyö, ympärivuotisuus ja pitkäaikaisuus. (Turun matkailuakatemia 2008, 3-4.)

Turku on Suomen tärkeimpiä kansainvälisen matkailun portteja (Vuoristo & Vesterinen 2001, 153, 155.). Turkuun on hyvät liikenneyhteydet eri puolilta Suomea ja myös ulkomailta. Esimerkiksi Helsingistä tulee päivittäin jopa 17 junavuoroa ja lähes 50 linja-autovuoroa. Turun kansainväliselle lentokentälle on suorat yhteydet Tukholmasta ja Kööpenhaminasta. (Helander ym. 2006, 99 - 100.) Turun lentokentältä pääsee lentäen myös suoraan Puolan Gdanskiin kaksi kertaa viikossa (FINAVIA 2008a.). Tukholman ja Turun välillä liikennöi useita autolauttoja päivittäin. Turun kautta kulkee noin 3,5 miljoonaa risteilymatkustajaa vuosittain. (Helander ym. 2006, 99 - 100.) Taulukosta 2 näkee liikenneyhteyksiä Turusta niin maitse, lentäen ja meritse.

Taulukko 2. Turun matkailuvetovoimatekijät, liikenneyhteydet (Autoliitto 2007; Blue 1 2008; FINAVIA 2008b, Turku Touring 2008b; Viking Line 2008b; Finnlines 2007; VR 2008.)

Liikenneyhteydet Turusta		
Maalla	Ilmassa	Merellä
Valtatie 1: Helsinkiin	SAS / Blue 1: Kööpenhamina	Viking Line: Tukholma
Valtatie 8: Liminkaan	Tukholma	Långnäs
Valtatie 9: Kuopioon	Finnair Oyj: Helsinki	Maarianhamina
Valtatie 10: Hämeenlinnaan	Oy Wingo xprs Ab: Tampere	Kapellskär
Rautateitse: Tampere	Oulu	Tallink Silja: Tukholma
Helsinki	Wizz Air: Gdansk	Maarianhamina
	Turku Air: Maarianhamina	Kapellskär
		Finnlines: Kapellskär
		(Naantalista)

Turku Touringin mukaan Turun kannalta äärettömän tärkeitä ovat yhteydet Kööpenhaminaan ja Tukholmaan. Niiden mahdollisimman tiivis käyttäminen takaa Turun saavutettavuutta. Nykyään matkustajat eivät enää vaadi suoraa lentoyhteyttä vaan ovat tottuneita vaihtamaan konetta. Tärkeitä ovat lentojen sujuvuus. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Varsinais-Suomen matkailullista saavutettavuutta parannetaan. Sillä tarkoitetaan, että kehitetään maakunnan ulkoista saavutettavuutta eli vesi-, raide-, lento- ja maantieliikennettä, parannetaan kulkemismahdollisuuksia maakunnan sisällä ja lisätään matkailun jakelukanavia eli alueen matkailutuotteiden ostettavuutta. Matkailuelinkeinon näkökulmasta maakunnan saavutettavuuden ja imagon solmukohtia ovat: Turun ja Naantalın satamat, Turun kansainvälinen lentokenttä, Eurooppa-tie E18, valtatie 1, 8, 9 ja 10, raideliikenne ja vierasvenesatamaverkosto. (Turun matkailuakatemia 2008, 8.)

2.3 Majoitus

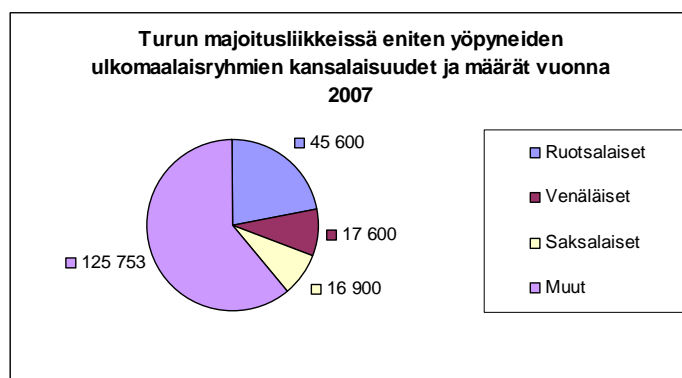
Turun majoitusliikkeiden (majoitusliikkeet, joissa vähintään 10 huonetta tai mökkiä) rekisteröidyt yöpymiset lisääntyivät vuodesta 2006 vuoteen 2007. Taulukosta 3 näkee Turku Touringin hieman korostetummin nettisivuillaan mainitsemia majoitusliikkeitä Turussa ja lähiseudulla. Vuonna 2007 ulkomaalaisten yöpyjien määrä Turussa oli 205 853, joka oli lisääntynyt 7,4 prosenttia edellisvuodesta. (Tilastokeskus 2008; Merenkululaitos 2008.)

Taulukko 3. Turun majoitusliikkeet (Turku Touring 2007.)

Majoitus		
Artukaisten Paviljonki (59)	Hotelli Helmi (34)	Holiday Club Caribia (175)
Best Western Hotel Seaport (77)	Park Hotel (21)	Naantalın kylpylä (360)
Centro Hotel (62)	Bed & Breakfast Tuure (15)	Ruissalon Kylpylä (171)
Cumulus Turku (108)	Hostel Turku (23)	Linnasmäki Kongressikeskus-hotelli (90)
Holiday Inn Turku (199)	Ruissalo Camping Turku	Radisson SAS Marina Palace Hotel (184)
Scandic Julia Turku (118)	Scandic Plaza Turku (117)	Sokos Hotel Seurahuone (131)
Sokos Hotel City Börs (60)	Sokos Hotel Hamburger Börs (286)	

Jokaisen majoitusliikkeen nimen perästä löytyy huonelukumäärä

Eniten ulkomaisia yöpyjiä Turussa oli Ruotsista, Venäjältä ja Saksasta vuonna 2007. Kuviosta 4 voi nähdä ruotsalaisten, venäläisten ja saksalaisten yöpyjien määrät vuonna 2007 Turun majoitusliikkeissä. (Tilastokeskus 2008; Merenkululaitos 2008.)



Kuvio 4. Turun majoitusliikkeissä eniten yöpyneiden ulkomaalaisryhmien kansalaisuudet ja määrät vuonna 2007 (Tilastokeskus 2008; Merenkululaitos 2008.)

Verrattuna muihin Suomen kaupunkeihin oli Turku yöpymistilastoissa kolmannella sijalla heti Helsingin ja Tampereen jälkeen vuonna 2007. Ulkomaalaisten yöpyjien tilastoissa Turku oli myös kolmanneksi suosituin Suomen kaupunki, mutta edelle tulivat Helsingin lisäksi Rovaniemi. Turussa majoitusliikkeiden huonekäyttöaste oli 59,7 prosenttia vuonna 2007 ja yöpymisen keskihinta oli 44,95 euroa. (Tilastokeskus 2008; Merenkululaitos 2008.)

2.4 Ruotsalaisten matkustus Turkuun

Vuonna 2007 Ruotsista matkusti Turkuun yhteensä 45 600 matkustajaa, joka oli 2,9 prosenttia enemmän kuin vuonna 2006. Ruotsalaisten matkustajien määrä oli Turussa ulkomaalaisten matkustajien joukossa ylivoimaisesti suurin. (Tilastokeskus 2008; Merenkululaitos 2008.) Ruotsalaiset tekivät vuonna 2007 yhteensä 12 700 000 yliyön kestävä matkaa ulkomaille. Suosituimmat ulkomaan kohteet ruotsalaisille vuonna 2007 olivat Suomi ja Tanska. (NUTEK 2008, 34 - 35.) Yleensä suurin osa Suomeen matkustavista ruotsalaisista on lähtöisin Tukholman läänistä (Voltaire, K. 5.5.2008.).

Vain pieni osa ruotsalaisten Suomeen kohdistuneista matkoista varataan matkatoimistojen kautta. Eniten käytetty varaustapa on varata matkat Suomeen suoraan kuljetusliikkeen kautta, yleisimmin laivayhtiöiden kautta. Tärkeimmät matkanjärjestäjät ovat Viking Line ja Tallink Silja Line. Ruotsissa on trendi varata matkat suoraan toimittajalta. Matkatoimistoista varatut matkat ovat vähentymässä, paitsi ryhmämatkojen varaaminen. Ruotsalaisten keskuudessa on hyvin voimakkaasti kasvava trendi varata matkoja myös internetistä. Suosituin vapaa-ajanmatkustusaika ruotsalaisille on keskikesäkuusta keskielokuuhun. Keväisin ja syksyisin ruotsalaiset matkustavat paljon ulkomaille viikonloppulomille kulttuurin, rentoutumisen ja ostosten takia. Keskimäärin ruotsalaisilla on lomaa kuusi viikkoa. (MEK 2008b.) Turku Touringin yksi haaste on että Tallink Silja Line ja Viking Line vievät melkein kaikki tukholmalaisien matkanjärjestäjien asiakkaat. Pieniltä matkanjärjestäjiltä onnistuisivat hyvin räätälöidyt matkat. (Suominen, L. 15.10.2008.) Ruotsalaisten päätökseen matkustaa Suomeen vaikuttavat omat kokemukset, ystävien ja sukulaisten suositukset sekä mainonta ja media (MEK 2008a, 21 – 22.).

Tuotepaketteja voidaan rakentaa yhdessä muiden yrittäjien kanssa, näin saadaan tarjolle paremmin asiakkaiden tarpeita täyttäviä kokonaisuuksia. Asiakkaan on myös helppo ostaa valmis tuotepaketti. Matkailutuotteet yleensä vaativatkin eri tahojen välistä yhteistyötä. (Pesola, Mönkkönen, Honkanen 2002, 41 - 42.) Turussa esimerkki valmiista tuotepaketista ovat Turku Touringin pyörämatkapaketit Saariston Rengastielle. Matkaan sisältyy 4 yöpymistä aamiaisi-

neen, 3 maksullista merimatkaa, kartta ja reittiselostus. (Turku Touring 2008d.) Matkailutuotteen on oltava saatavilla oikeaan aikaan, oikeassa paikassa ja oikeaan hintaan. Saatavuus käsittää edellä mainittujen lisäksi myös sen, missä paikassa, millaisissa myyntipaikoissa ja mihin aikoihin tuotetta on saatavilla. Saatavuuteen vaikuttavat monet henkilöt ja organisaatiot, kuten yrityksen henkilökunta, sen käyttämät markkinointiorganisaatiot ja tavarantoimittajat. Saatavuudella tarkoitetaan samalla yrityksen tuotteiden jakeluteitä. Jakeluteiden kautta tuote saadaan asiakkaan ulottuville. (Pesola, Mönkkönen, Honkanen 2002, 42.) Turku Touringin myymät pyöräilymatkapaketit Saariston Rengastielle on varattavissa ja tiedusteltavissa Turku Touringin matkailuneuvonnasta, käymällä paikan päällä, soittamalla tai lähettämällä sähköpostia. Pyöräretkelle voi lähteä kesäaikana. (Turku Touring 2008d.)

Turku Touringin mukaan Ruotsin markkinoille Turusta löytyy esimerkiksi kulttuurimatkalaisille monia erilaisia museoita ja tapahtumia eri teemoin. Yli 50 -vuotiaita ruotsalaisia kiinnostaa Turussa Suomen ja Ruotsin yhteinen historia ja historialliset nähtävyydet, kuten Turun linna. Ruotsalaisia kiinnostavat myös kylpylät. Kesällä Muumimaailma on huipputuote, mutta se on auki vain kesällä ja kesäsesonki on melko lyhyt. Ruotsalaisia veneilijöitä kiinnostaa Turun saaristo. Kokous ja incentive matkat Ruotsista ovat suosittuja Turkuun. Esimerkiksi Turku Touringilla on paketteja opettajille jotka voivat tulla katsomaan miten Suomen kouluissa toimintaan ja opetetaan. Turku ei tule koskaan olemaan kuin Ibiza ruotsalaisten näkökulmasta. Ulkomaalaisille Suomi on kallis, kaukana ja kylmä ja valitettavasti samoin myös ruotsalaisille. (Suominen, L. 15.10.2008.)

3 Kulttuuripääkaupunkihanke

Marraskuussa vuonna 1983 Euroopan unionin kulttuuriministerit päättivät nimittää vuosittain yhden tai useamman kaupungin Euroopan kulttuurikaupungiksi (Turku 2011 -säätö 2008d.). Kulttuuripääkaupunkihanke on ollut hyvin suosittu ja onnistunut tapahtuma siitä lähtien kun vuonna 1985 Ateena oli ensimmäinen Euroopan kulttuurikaupunki. Taulukosta 4 voi nähdä vuoteen 2013 kaikki kulttuuripääkaupungit. Vuonna 1999 Euroopan kulttuurikaupunki nimitys muutettiin Euroopan kulttuuripääkaupungiksi (Turku2011 -säätö 2008d.). *Euroopan kulttuuripääkaupunki* -titteli luotiin edistämään Euroopan kansojen lähentymistä. Tämän ajatuksen pohjalta Euroopan unionin ministerineuvosto hyväksyi vuonna 1985 kreikkalaisen Mélina Mercourin tekemän aloitteen vaihtuvasta Euroopan kulttuuripääkaupunkijärjestelmästä. (Palmer/Rae Associates 2008, PART I, 42.)

Taulukko 4. Euroopan kulttuuripääkaupungit vuosina 1985 – 2013 (Euroopan parlamentti 2008; Turku 2011 -säätö 2008d.)

EUROOPAN KULTTUURIPÄÄKAUPUNGIT			
VUOSI	KAUPUNKI	VUOSI	KAUPUNKI
1985	Ateena	2000	Avignon, Bergen, Bologna, Bryssel, Krakova, Helsinki, Praha, Reykjavik ja Santiago de Compostela
1986	Firenze		
1987	Amsterdam		
1988	Berliini	2003	Graz
1989	Pariisi	2004	Genova ja Lille
1990	Glasgow	2005	Cork
1991	Dublin	2006	Patras
1992	Madrid	2007	Luxemburg ja Sibiu
1993	Antwerpen	2008	Liverpool ja Stavanger
1994	Lissabon	2009	Linz ja Vilna
1995	Luxemburg	2010	Essen, Pécs ja Istanbul
1996	Kööpenhamina	2011	Tallinna ja Turku
1997	Thessaloniki	2012	Guimarães ja Maribor
1998	Tukholma	2013	Košice ja Marseille
1999	Weimar		

Titteli on saanut suuren suosion eurooppalaisten keskuudessa, ja on houkuttellut monia vierailijoita kulttuuripääkaupunkeihin. Vierailijoiden lisäksi aloitteen kulttuuriset ja sosio-ekonomiset vaikutukset ovat olleet kauaskantoiset. Vuodesta 1985 toiminta on muuttunut, mutta tavoite tuoda esiin Euroopan eri kulttuurien rikkautta ja monimuotoisuutta sekä niiden yhteisiä piirteitä on pysynyt samana. Tavoitteena on edelleen myös edistää Euroopan kansalaisten keskinäistä tuntemusta ja tunnetta kuulumisesta samaan ”eurooppalaiseen” yhteisöön. Euroopan kulttuuripääkaupungin tittelin vuodeksi kerrallaan myöntää ainoana Euroopan unionin ministerineuvosto. Euroopan kulttuuripääkaupungiksi voi tulla vain Euroopan unionissa sijaitseva kaupunki. (European commission culture 2004, 1 - 3.)

Vuoden 2004 Euroopan Unionin laajentuminen huomioon ottaen voidaan vuodesta 2009 alkaen valita kunakin vuonna kaksi jäsenvaltion pääkaupunkia. (Euroopan unioni 2005.) Sa-

maan aikaan olevien Euroopan kulttuuripääkaupunkien ohjelmien välille on luotava yhteys. Kulttuuripääkaupunkiprosessi on ollut useille Euroopan kaupungeille merkittävä mahdollisuus alueensa kokonaisvaltaiseen kehittämiseen niin kulttuurin, matkailun kuin työllisyyden ja kaupunkikuvan näkökulmista. (Turku2011 -säätö 2008.)

Ehdokaskaupunkien esittämän ohjelman on oltava taiteellisesti ja kulttuurisesti erittäin korkealaatuinen. Lautakunta arvioi hakemukset kulttuuripääkaupunkien tavoitteiden ja niiltä vaadittavien perusteiden valossa. Perusteet on jaettu selkeyden vuoksi kahteen luokkaan: ”eurooppalainen ulottuvuus” ja ”kaupunki ja kansalaiset”. Käsite ”eurooppalainen ulottuvuus” merkitsee käytännössä sitä, että ehdokaskaupungin on tuotava esiin roolinsa eurooppalaisessa kulttuurissa, paikkansa Euroopassa ja sidoksensa sekä kuulumisensa Eurooppaan. Sen on kuvattava, miten se osallistuu Euroopan taide- ja kulttuurielämään omien erityispiirteidensä lisäksi. Euroopan kulttuuripääkaupungeiksi haluavan ehdokaskaupungin on täytettävä myös toinen peruste, joka kantaa nimeä ”kaupunki ja kansalaiset”. Kansalaisilla tarkoitetaan kaikkia Euroopan kansalaisia ja Euroopan unionissa pysyvästi tai väliaikaisesti asuvia henkilöitä. Ohjelman on edistettävä kaupungissa ja sen ympäristössä asuvien kansalaisten osallistumista ja herätettävä heidän sekä muiden maiden kansalaisten mielenkiinto. Ohjelman on oltava kestävä ja kiinteä osa kaupungin pitkäaikaisesta kulttuurista ja sosiaalista kehitystä. (European commission culture 2004, 12 - 13.)

Kulttuuripääkaupunki -titteli merkitsee erityisesti kulttuuritapahtumista muodostuvaa ohjelmaa, jonka kaupunki aikoo järjestää kyseisenä vuonna. Kulttuuripääkaupunkivuoden tulee olla poikkeuksellinen vuosi. Titteli kruunaa asianomaisen kaupungin kulttuurin huippuvuoden. Se tarjoaa tilaisuuden tiivistää kulttuurialan yhteistyötä ja edistää pysyvää vuoropuhelua Euroopan tasolla. Kaupunkeja kehoitetaan luomaan tapahtuman ympärille pitkäkestoisia hankkeita ja yhteistyöjärjestelyjä. Tapahtuma on tilaisuus kehittää ja vahvistaa kaupungin kulttuuritoimintaa. (European commission culture 2004, 11 - 14.)

Yksi kulttuuripääkaupungin tärkeimmistä tavoitteista on olla houkutteleva sekä paikallisesti että eurooppalaisesta näkökulmasta: miten houkutellessa alueen ja maan asukkaita mutta myös ulkomaisia matkailijoita? Yksi kulttuuripääkaupunkitapahtuman haasteista on edistää matkailua Euroopassa. Kaupungin tehtävänä on laatia tasapainoinen hanke, jossa tuodaan esiin kaupungin erityispiirteitä osana Euroopan kulttuurista monimuotoisuutta, joka houkuttelee kansainvälistä yleisöä ja joka kiinnostaa ja innostaa paikallisia asukkaita. Tavoitteena on, että kulttuuripääkaupungista löytyy varsinkin sinä vuonna paljon kulttuurivetovoimaa. (European commission culture 2004, 11 - 14.)

3.1 Kulttuurimatkailu

Kulttuuri on matkailuvetovoiman toinen tukipilari, luonnon lisäksi, sillä lukemattomia matkailijoita kiinnostaa tutustuminen vieraisiin kulttuuriympäristöihin ja niiden tärkeimpiin nähtävyyksiin. Historialla on keskeinen osa kulttuurimatkailussa ja usein kulttuurimatkailussa on kyse menneen maailman kulttuuriympäristöistä. Vaikka historiallisilla kohteilla on keskeinen asema kulttuurimatkailussa, ei pidä unohtaa nykypäivän ihmisten kulttuurin vetovoimaa. Maailma on jaettavissa alueisiin, joilla jotkin niin sanotut suorkulttuurit vallitsevat. Nykyisin voi puhua ainakin seitsemästä kulttuuripiiristä, joista Suomi ja Turku kuuluvat länsimaisen kulttuurinpiiriin. Huomattava osa matkailua ruokkivasta kulttuuritarjonnasta sijoittuu suurkaupunkeihin, joiden museoihin ja taidelaitoksiin on koottu runsain mitoin eri kulttuureista peräisin olevia taidearteita ja joissa kulttuuritapahtumien tarjonta on huipussaan, kuten Turussa on monia kulttuuriattraktioita ja kulttuuritapahtumia, esimerkiksi vuonna 2011 Euroopan kulttuuripääkaupunkivuosi. (Vuoristo 2002, 62 - 65.)

Kulttuurimatkailussa on tavoitteena luoda elämyksiä ja mahdollisuus tutustua alueellisiin ja paikallisiin kulttuurisiin voimavaroihin, oppia niistä tai osallistua niihin. Kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille liiketoiminnallisista perusteista. Näin vahvistetaan ihmisten identiteettiä rakentumista, sekä oman että muiden kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta. (MEK 2008c.)

Kulttuurimatkailijalle on ominaista uuden tiedon hankinta ja oppiminen, henkinen ja fyysinen itsensä kehittäminen. Oppimiseen voi sisältyä muun muassa voimakas elämyksellisyys. Esimerkiksi rantalomailun ja kulttuurimatkailun vastakkainasettelu ei edistä matkailun monimuotoisuuden esiin tulemistä. Rantalomailukin voidaan liittää osaksi kulttuurimatkailua. (Hurula 2008.) Kulttuurimatkailun voimavaroja ovat kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama; historia, kulttuurimaisemat, rakennettu ympäristö, arkeologiset kohteet, museot, esittävä taide, visuaalinen taide, tapahtumat, käsityö, kieli, maut, perinteet, tavat, arvot, aatteet, elämäntyyli, uskonto, luonteenpiirteet sekä saavutukset tieteessä, taiteessa, teknologiassa ja elinkeinoissa. (MEK 2008c.)

Ruotsissa kulttuuri jaotellaan neljään eri määritelmään, on hieno kulttuuri, kulttuuri ja urheilukulttuuri ja muu kulttuuri. Ruotsalaisille pitää näyttää ja kertoa, että kulttuuripääkaupungin kulttuuritarjonta ei ole vain hienoa kulttuuria vaan kulttuuria kaikille. Turku Touringin mukaan

Turun kulttuuripääkaupunkivuoden slogan *Kaupunkikulttuuria saariston sylissä* on totta jo nyt, eikä Turun tarvitse odottaa vuotta 2011 sanoakseen olevansa kulttuurin kaupunki. Turusta löytyy paljon sitä, mitä kulttuurimatkustajat tarvitsevat ja haluavat. Turku on kulttuurikohde ja sitä imagoa on rakennettu jo viimeisen 20 vuoden ajan. (Suominen, L. 15.10.2008.)

3.2 Kulttuuripääkaupunkiohjelman vaikutukset kaupunkien matkailuun

Vuoteen 2004 asti tehty tutkimus Euroopan kulttuuripääkaupunkiohjelman saavutetuista tuloksista on osoittanut, että tapahtuma on kiinnostanut paljon mediaa, auttanut kehittämään kulttuuria ja matkailua sekä on kohottanut kansallisylpeyttä valituissa kaupungeissa. Jatkossa Euroopan unioni aikoo tutkia kulttuuripääkaupunkihankeen vaikutusta kaupunkien ja alueiden kulttuurilliseen kehitykseen pitkässä aikajuoksussa. Kulttuuripääkaupunkien vierailijoiden määristä ja mielipiteistä on konsulttiryitys Palmer-Rae Associates koonnut Euroopan unionin komission pyynnöstä yhteenvedon perustuen kulttuuripääkaupunkien raportteihin ja kaupunkien matkailutilastoihin. Tässä yhteenvedossa vierailijalla tarkoitetaan kulttuuripääkaupungissa kävijää, niin paikallisia kuin ulkomaalaisiakin kävijöitä. Matkailijalla tarkoitetaan kävijöitä jotka viettivät vähintään yhden yön kulttuuripääkaupungissa. (Palmer-Rae Associates, Part I 2004, 43, 108.)

Mikään kaupungeista omana kulttuuripääkaupunkivuotenaan ei nähnyt Euroopan kulttuuripääkaupunkina oloa vain mahdollisuutena herättää kiinnostusta kävijöissä ja kehittää matkailua. Suurimman osan päätarkoituksena oli kulttuurimatkailun edistäminen ja kaupungin kansainvälisen tunnettavuuden kasvattaminen. Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden kävijätavoitteen lisäksi muita tavoitteita olivat kulttuurillinen, sosiaalinen, taloudellinen ja imagollinen näkemys. Kulttuuripääkaupungeilta kysyttäessä kuinka tärkeä tavoite oli houkutella kotimaisia ja ulkomaalaisia kävijöitä tapahtumiin asteikolla 0-5, vastasivat he keskimäärin 3,7. Suurin osa kaupungeista keskittyi kulttuuripääkaupunkivuotenaan kävijämäärien kasvattamiseen sekä edistämään kaupungin kuvaa tai kansainvälistä profilia. (Palmer-Rae Associates, Part I 2004, 109.) Taulukosta 5 on nähtävillä Turun kulttuuripääkaupunkivuoden ja entisten kulttuuripääkaupunkien tavoitteiden yhtäläisyyksiä.

Taulukko 5. Yhtäläisyyksiä Turun ja entisten kulttuuripääkaupunkien tavoitteissa (Helander ym. 2006, 8 – 93; Palmer-Rae Associates, Part I 2004, 109.)

Yhtäläisyyksiä Turun ja muiden kulttuuripääkaupunkien tavoitteissa	
Turku	Muut
Vahvistaa Turun seudun imagoa innovaatioiden ja Itämeren yhteistyön luovana keskuksena	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kävijämäärien kasvattaminen ■ Kansainvälisen kuvan kasvattaminen tunnetummaksi ■ Edistää kaupungin kuvaa tai kansainvälistä profiilia
Matkailijamäärän kasvutavoite on vuonna 2011 Turussa kulttuuripääkaupunkivuonna 15 %	
Matkailijamäärät pysyisivät vuoden 2011 tavoitteessa myös vuoden jälkeen	
Vahvistaa Turun tunnettavuutta Euroopassa	

Joissakin kaupungeissa majoitusliikkeissä yöpyminen oli suosittua jo ilman kulttuuripääkaupunkivuotta, joka rajoittaa kulttuuripääkaupunkivuoden vaikutusta yöpymistilastoihin. On tutkittu, että kulttuuripääkaupunkivuosi joissakin kaupungeissa ei ole edes nostanut kävijöiden määrää sinä vuonna. Yleisesti kävijämäärät nousivat myös kulttuuripääkaupunkivuoden jälkeisenä vuotena. Suurinta kävijämäärien kasvu oli pienissä kaupungeissa. Pienemmät kaupungit näyttävät hyötyvän kulttuuripääkaupunkivuodesta, niin että sen avulla ihmiset löytävät kaupungin paremmin ”kartalta”. (Palmer-Rae Associates, Part I 2004, 110 – 117.) Kansainvälisyyden vahvistaminen on myös Turun kulttuuripääkaupunkivuoden tärkeä tavoite (Helander ym. 2006, 9.). Taulukosta 6 näkee kuinka kävijämäärät ovat laskeneet joissakin kulttuuripääkaupungeissa ja joissakin nousseet.

Taulukko 6. Matkailijamäärien muutos joissakin kulttuuripääkaupungeissa verrattuna edellisiin vuosiin (Palmer-Rae Associates, Part I 2004, 110 – 118.)

Kaupunki	Matkailijamäärät
Madrid	–
Dublin	–
Weimar	+
Graz	+
Helsinki	0
Stavanger	+
Reykjavik	+
Tukholma	+
Kööpenhamina	+
+ nousua / – laskua / 0 ei juurikaan muutosta	

Eri kaupunkien välillä oli eroavuuksia sen suhteen, tiesivätkö kävijät kaupungin olevan sinä vuonna Euroopan kulttuuripääkaupunki tullessaan sinne. Myös syy kävijän tulon kaupunkiin juuri kulttuuripääkaupunkivuoden takia vaihteli eri kaupungeissa paljon. Osa jonkin kulttuuripääkaupungin kävijöistä tiesi, että kaupunki olisi sinä vuonna kulttuuripääkaupunki, mutta he

eivät kuitenkaan osallistuneet mihinkään ohjelmaan. Suurimmassa osassa kulttuuripääkaupun-geista kävijöiden määrä itse kulttuuripääkaupunkivuonna nousi verrattuna edeltävään vuoteen. Osaltaan kävijämäärien nousut selittyvät laajemmalla kulttuuriohjelmatarjonnalla. Monien kulttuuripääkaupunkien tavoitteena oli kasvattaa kaupungin kulttuurillista imagoa. (Palmer-Rae Associates, Part I 2004, 121 - 125.)

Turku Touringin mukaan Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkihankkeessa on isoja osia, jotka ovat matkailullisesti hyödynnettävissä. Hanke sisältää paljon mahdollisuuksia kuten uusi-
en tuotteiden syntymisen. Suurempi mahdollinen hyöty vuodesta on siinä, miten vuotta voi-
daan käyttää sen mielikuvan rakentamisessa, että Turun alue ja koko Suomi on innovatiivinen
ja uudenaikaisesti kulttuuria esiintuova alue. (Lappalainen P. 16.10.2008.)

Matkailumarkkinointi on matkailupalveluiden tuotantoa ja kauppaa edistävää toimintaa, joka kohdistuu matkailukuluttajiin, käytännössä erilaisiin matkailijasegmentteihin. Markkinoitava matkailutuote voidaan tulkita myös maantieteelliseksi alueyksiköksi, jonka mittakaava vaihtelee yksittäisestä kohteesta tai matkailukeskuksesta kansainväliseen matkailualueeseen tai matkailu-
maahan. Tämän ”maantieteellisen matkailutuotteen” aineksina ovat kulloinkin kyseeseen tule-
van alueen tarjontaelementit, kuten vetovoimatekijät, yhdyskuntarakenne ja palveluyritykset.
On tärkeää, että markkinointistrategiat perustuvat kohteiden ja alueiden oikein tulkittuihin
tuotekuviin ja alueimagoihin. (Vuoristo 2003, 47.)

Segmentoinnilla tarkoitetaan markkinoiden jakamista keskenään samanlaisiin asiakasryhmiin jonkin segmentointikriteerin perusteella. Segmentoinnin perustana ovat asiakkaan tarpeet eli pyritään löytämään asiakasryhmä, joilla on tarve samanlaisille tuotteille. Segmentoinnin avulla kullekin asiakasryhmälle voidaan kehittää juuri sen asiakasryhmän tarpeita vastaavia tuotteita, suunnitella tuotteiden saatavuusratkaisut kyseisen asiakasryhmän ostotottumusten mukaan sekä suunnitella ja toteuttaa markkinointiviestinnän toimenpiteet niissä medioissa ja niillä väli-
neillä, joilla kyseinen kohderyhmä tehokkaimmin tavoitetaan. (Boxberg & Kompula 2002, 75.)

Kulttuuripääkaupunkikävijöiden houkuttelemiseen tarvitaan paljon rahaa markkinointiin, var-
sinkin kilpailuun muiden kulttuuritapahtumien kanssa. Markkinointibudjetti on vaihdellut pal-
jon eri kulttuuripääkaupunkien välillä. Jotkin kaupungit ovat esimerkiksi keskittyneet markki-
noimaan vain paikalliselle väestölle ja jotkin ovat halunneet saada mukaan paljon ulkomaalaisia
turisteja. Tärkeimpiä markkinointikanavia ovat olleet paikalliset ja kansalliset matkailutoimistot.
Tärkeitä ovat olleet myös TV, radio, sanomalehdet ja aikakauslehdet. (Palmer-Rae Associates,
Part I 2004, 124.)

Kulttuurisektori hyötyy Euroopan kulttuuripääkaupunkihankkeesta kävijämäärien nousulla ja näkyvyyden lisääntymisellä. Matkailusektori hyötyy hankkeesta varsinkin taloudellisesti. Esimerkki kulttuuri- ja matkailusektorien yhteistyön positiivisesta vaikutuksesta kulttuuripääkaupunkihankkeen kautta löytyy ainakin Reykjavikista. Siellä kulttuuripääkaupunkihanke auttoi avaamaan keskustelun näiden kahden sektorin välillä, joka johti uuden organisaation pystyttämiseen, joka on vastuussa matkailusta, kaupungin markkinoimisesta ja tapahtumista. Monet kaupungit valittivat kommunikaation puutteesta matkailun ja kulttuurisektorien välillä. Tämä ongelma näytti olevan syynä myös ongelmiin kuten selvän kävijästrategian puutteeseen, vajaaseen suunnittelu-aikaan ja budjetteihin ja vaillinaiseen informaatioon. (Palmer-Rae Associates, Part I 2004, 125.)

Kulttuuri- ja matkailuala ovat erilaisia. Turku Touringilla on joka vuosi vaikeuksia saada museoilta tietoa näyttelyistä ja teatteriesityksistä. Matkailualalla tarvitaan sitä tietoa jo paljon etukäteen. Kulttuuriala haluaa pitää kaiken salassa mahdollisimman pitkään, jotta saavat ison ensi-illan lehdistölle ja muille. (Suominen, L. 15.10.2008.) Sektorien, kuten matkailun ja kulttuurin, rajat ylittävä yhteistyö on aina haasteellista, johtuen muun muassa budjettikäsittelyistä. Yhteistyö on myös haasteellista, koska jokaisella on voimakas oma tehtävänsä sektorissaan, jota haluaa tehdä. Oman työn ohella tehty yhteistyö on raskasta. Hallintokulttuuri on suhteellisen hidasta, vaikka organisaatiot ja ihmiset haluaisivat tehdä yhteistyötä. Turussa ongelmat eivät johdu välttämättä tiedonkulusta, tai halusta ja innostuksesta. Tiedottamista ei ole kuitenkaan koskaan liikaa. Yhteistyö onnistuu, kun löydetään yhteinen sävel mitä voidaan yhdessä tehdä ja kaikki ymmärtävät idean samalla lailla. Jos ihmiset eivät koe yhteistyöllä saatavaa päämäärää omakseen, yhteistyö ei onnistu. (Lappalainen, P. 16.10.2008.) Turku Touring toivoo, että Turku paljastaa tietoa huipputapahtumistaan jo etukäteen, jotta vuoden ohjelmasta voidaan tiedottaa matkanjärjestäjiä ja matkailijamäärien nousussa voidaan onnistua (Suominen, L. 15.10.2008.).

3.3 Turku Euroopan kulttuuripääkaupunki 2011

Vuosien 2011 ja 2012 kulttuuripääkaupunkien valintamenettely poikkesi aiemmasta, johtuen lainsäädäntöön tehdystä muutoksesta. Asianomaisten jäsenvaltioiden oli esitettävä viimeistään neljä vuotta ennen tapahtuman alkua yhtä tai useampaa kaupunkia Euroopan unionille. Neuvosto nimitti Euroopan parlamentin lausunnon ja valintalautakunnan kertomuksen perusteella kaksi kaupunkia vuoden 2011 Euroopan kulttuuripääkaupungeiksi. (European commission culture 2004, 3 - 4.)

Jo vuonna 2001 Turku ilmaisi toiveensa ryhtyä Euroopan kulttuuripääkaupungiksi vuodeksi 2011. Kaupunginhallitus nimesi 2011-tiimin ohjaamaan käytännön valmistelutyötä hakuprosessin aikana. Tiimiin kuuluivat 12 kulttuurin, matkailun, viestinnän ja kaupunkisuunnittelun ammattilaista, ja sen puheenjohtajana toimi Turun apulaiskaupunginjohtaja Kaija Hartiala. (Turku 2011 -säätiö 2008b.) Maaliskuuhun 2006 mennessä tuhannet eri alojen, väestö- ja ikäryhmien ihmiset olivat osallistuneet hankkeen valmisteluun, hakemuksen tekoon, Turku 2011 -strategian luomiseen ja hankkeiden ideointiin. (Helander ym. 2006, 14.) Turun kulttuuripääkaupunkihankkeen iskulause ja vuoden teema on *Turku palaa*, jolla viitataan Turun historialliseen tulipaloon vuonna 1827. Palo symboloi myös uudistumista, palon jälkeen Turku oli valmis uusiutumaan. Silloin Turussa asemakaava muuttui täysin, mutta ihmiset ja sivistys jäivät. (Turun sanomat 17.11.2007.)

Opetusministeriön nimeämä arviointiraati ehdotti Turkua Suomen viralliseksi kulttuuripääkaupunkiehdokkaaksi seitsemän muun suomalaisen hakijakaupungin joukosta kesäkuussa 2006. Muita Euroopan kulttuuripääkaupungiksi vuodeksi 2011 havittelevia kaupunkeja Suomessa olivat Jyväskylä, Lahti, Mänttä, Oulu, Rovaniemi ja Tampere. Turku oli ainoa Suomen hakijakaupungeista joka on Euroopan kulttuuripääkaupunkien verkoston (ECCM) jäsen. (Turun sanomat 5.3.2006.) Kilpailun loppusuoralla Turun pahimmaksi kilpailijaksi jäi Rovaniemi (Karhu, T. 20.6.2006.).

Kesäkuussa 2007 Viron kulttuuripääkaupunkiehdokas Tallinna ja Turku esittelivät suunnitelmansa Euroopan Unionin arviointipaneelille, joka päätyi tukemaan molempien kaupunkien ehdokkuutta. Paneeli kiitteli Turun hanketta laaja-alaisuudesta, monipuolisuudesta, Tallinnayhteistyöstä sekä Itämeren alueen huomioonotuksesta. Euroopan unionin kulttuuriministerineuvosto nimitti 16.11.2007 Turun ja Tallinnan virallisesti vuoden 2011 Euroopan kulttuuripääkaupungeiksi Brysselissä. (Turku 2011 -säätiö 2008d.) Koko valintaprosessin ajan Euroopan unionissa keuhuttiin paljon Turun hakemusta, kuinka se uudistaa koko Euroopan kulttuuripääkaupunkiajatusta. Turun hakemuksessa oli mukana ensimmäistä kertaa kaikista kulttuuripääkaupunkien hakemuksista pitkän tähtäyksen kehitysohjelmat, joilla taataan kulttuurituotannon jatkuvuus. (Turun sanomat 17.11.2007.)

3.3.1 Tavoitteet

Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkihankkeen visio on että vuoden 2011 hankkeen tuloksena ”Turku on vuonna 2016 edelläkävijä, Itämeren yhteistyön luova keskus, taiteen ja tieteen synnyttäjä ja välittäjä” (Helander ym. 2006, 8 - 93.). Tämä visio on määritelty vuoden 2005 aikana tulleista hanke-ehdotuksista. Uusi hankehaku oli avoinna vuoden 2008 aikana, jonka pohjalta visiota tullaan muuttamaan ja laajentamaan vuotta 2011 varten. (Saukkolin 7.10.2008.) Turulla on tehtävänänsä tehdä kulttuuripääkaupunkivuodesta unohtumaton koko Euroopalle. Tärkeitä tavoitteita ovat vahvistaa Turun seudun imagoa innovaatioiden ja Itämeren yhteistyön luovana keskuksena ja tunnettavuutta Euroopassa; kasvattaa Turun seudun houkuttelevuutta asuinpaikkana ja liiketoimintaympäristönä ja sitouttaa Turku 2011 -toimijat, -yhteistyökumppanit ja alueen asukkaat hankkeeseen. Taulukosta 7 voi lukea kaikista Turun kulttuuripääkaupunkivuoden 2011 tavoitteista. Taulukossa tähdellä merkityt tavoitteet ovat samalla uutuuksia Turussa. Kulttuuripääkaupungin tavoitteiden onnistuneisuutta mitataan Turku 2011 -säätien koordinoimalla tutkimusohjelmalla, joka on käynnissä vuoteen 2016 saakka (Turku 2011 -säätio 2008e.). Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkihankkeen arvoja ovat yhteistyö, eurooppalaisuus, ennakkoluulottomuus, kokemuksellisuus, saavutettavuus ja vastuullisuus. (Helander ym. 2006, 8 - 93.) Vuoden 2011 arvot nousivat pintaan vuonna 2005 pidetystä hankehausta. Arvot tulevat muuttumaan vuoden 2008 hankehaun tuomien tulosten perusteella. (Saukkolin 7.10.2008.)

Taulukko 7. Turku 2011 kulttuuripääkaupunkihankkeen tavoitteet, tavoiteuutuudet ovat tähdellä merkityjä (Helander ym. 2006, 8 - 101.)

Turun kulttuuripääkaupunkihankkeen tavoitteet:

- Vahvistaa Turun seudun imagoa innovaatioiden ja Itämeren yhteistyön luovana keskuksena
- Vahvistaa Turun tunnettavuutta Euroopassa
- Kasvattaa Turun seudun houkuttelevuutta asuinpaikkana ja liiketoimintaympäristönä
- Vuonna 2011 kansainvälisten yhteistyökontaktien määrä Turun alueen luovilla toimialoilla kasvaa 50 %
- Matkailijamäärän kasvutavoite on Turussa kulttuuripääkaupunkivuonna 15 %
- Matkailijamäärien toivotaan pysyvän vuoden 2011 tavoitteessa myös vuoden jälkeen
- Vuoden 2011 tapahtumiin odotetaan yhteensä 2 – 3 miljoonaa osallistujaa
- Vuonna 2011 Turussa järjestetään eniten erilaisia kansainvälisiä kokouksia sekä kokousten että osallistujien määrällä mitattuna
- ”Skandinavian saaret” kehitetään mielikuvallisesti vahvaksi käsitteeksi
- Lentoyhteydet Turusta muun muassa Pietariin ja Müncheniin *
- Island-hopping -matkailutuote Suomen ja Ruotsin väliseen saaristoon *
- Kulttuuripääkaupunkivuodeksi opastavat infopisteet turisteille matkustajasatamaan, rautatieasemalle ja lentoasemalle *
- Help -oppaita kaupungille *
- Itämeren kulttuuripääkaupunkiristeilyt Turku ja Tallinnan välillä *
- Risteilyt Itämeren ympäri, esim. reitillä Turku-Pietari-Tallinna-Tukholma-Maarianhamina *

Turku kiinnittää kulttuurin välityksellä Euroopan huomion Itämeren alueeseen ja yhteisiin tavoitteisiin vuoden 2011 kulttuuripääkaupunkina. Yhteisiä tavoitteita ovat hyvinvoinnin ja yhteistyön lisääminen, luovan talouden edistäminen ja Itämeren alueen kestävä kehitys. Vuoden 2011 aikana eurooppalaiset tutustuvat suomalaiseen kulttuuriin ja tekemisen tapoihin, ja Turku oppii ja välittää uusia virtauksia koko Euroopasta. Tavoitteena on että vuonna 2011 kansainvälisten yhteistyökontaktien määrä Turun alueen luovilla toimialoilla kasvaa 50 prosenttia ja internetin, live2011.com -sivulla tapahtuvan ohjelmatarjonnan avulla Turkuun ja muuhun Suomeen tutustuu miljoonia ihmisiä ympäri maailman. Live2011.com Internetsivusto on virtuaalinen kulttuuripääkaupunki ihmisille ympäri maailmaa. (Helander ym. 2006, 9.)

Matkailijamäärän kasvutavoite on Turussa kulttuuripääkaupunkivuonna 15 prosenttia. Tavoitteena on, että matkailijamäärät säilyvät totuttua suurempina myös vuoden 2011 jälkeen. Seuraavina vuosina alueelle odotettavat uudet matkailijat huomioidaan viestinnässä ja ohjelmassa. Kulttuuripääkaupunkivuoden tapahtumiin odotetaan yhteensä 2 – 3 miljoonaa osallistujaa. Vuonna 2011 Turussa järjestetään eniten erilaisia kansainvälisiä kokouksia sekä kokousten että osallistujien määrällä mitattuna. (Helander ym. 2006, 86 - 101.) Turku Touringissa uskotaan, että matkailijamäärät nousevat Turussa vuonna 2011, mutta tärkeämpi kysymys on että miten matkailijoiden määrät nousevat vuoden jälkeen (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Turun kansainväliselle lentokentälle avataan vuoteen 2011 mennessä suorat lentoyhteydet muun muassa Pietarista ja Münchenistä. On tarkoituksena myös järjestää Itämeren risteilyjä joiden reittinä olisi Turku-Pietari-Tallinna-Tukholma-Maarianhamina ja kulttuuripääkaupunkiristeilyjä Turun ja Tallinnan välille. Suomen ja Ruotsin välisen saariston saavutettavuutta parannetaan Island-hopping -matkailutuotteella ja ”Scandinavian islands” kehitetään mielikuvallisesti vahvaksi käsitteeksi. (Helander ym., 100 - 101.) Scandinavian islands on yhdistetty markkinointinimi Tukholman, Ahvenanmaan, Turun ja Länsi-Uudenmaan saaristoille (Turku Touring 2008c.). Vuodeksi 2011 Turkuun avataan matkailijoita varten opastavat infopisteet matkustajasatamaan, rautatieasemalle ja lentoasemalle. Lisäksi kaupungille tulee Help -oppaita. Taulukosta 7 sivulla 21 on nähtävillä kaikki Turun vuoden 2011 uutuuudet tähdellä merkittynä. Matkailijoista huolehtivan henkilökunnan, kuten hotellien vastaanottojen työntekijöiden, museoiden ja muiden matkailukohteiden lipunmyynti- ja info-henkilöstön, kaupunkioppaiden, bussien ja taksien kuljettajien, ravintola ja kahvila työntekijöiden sekä muiden palveluammatteissa toimivien keskeisten henkilöiden informointia ja sitouttamista kehitetään. Helander ym., 100 - 101.)

Turku Touringin normaalissa toiminnassa pyritään koko ajan edistämään lentoyhteyksiä Turusta muualle. Turku - Pietari -yhteys on edelleen neuvotteluissa, mutta siinä tällä hetkellä ovat ongelmat liittyvät Turku Touringista ja matkailusta riippumattomiin tekijöihin kuten koneiden määrästä ilmassa ja lentoreiteistä. Jatkuvasti on myös muita viritelmiä, kuten Ryanairin lentoyhteydet Turkuun, joita pyritään edistämään. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Syyskuussa 2008 Turku 2011 -säätio on aloittanut neuvottelut laivayhtiöiden kanssa kulttuuripääkaupunkiristeilyjen järjestämiseksi vuonna 2011 Turun ja Tallinnan välille. Tätä varten säätio kilpailuttaa Euroopan unionin alueella toimivia kaupallisia laivayhtiöitä. Kulttuuripääkaupunkiristeilyillä on tarkoitus järjestää monipuolista ohjelmaa sekä Turun että Tallinnan kulttuuripääkaupunkien ohjelmistoista. Turku 2011 -säätion toimitusjohtajan Cay Sevón mukaan kult-

tuuriristeilyt tulevat olemaan yksi vuoden 2011 kohokohdista. (Turun sanomat 26.9.2008.) Kulttuuripääkaupunkiristeilyt halutaan toteuttaa, ne ovat kaikkien yhteinen tavoite. Neuvotte- luissa on nyt kyse siitä, miten ne voidaan konkreettisesti toteuttaa, eli mistä saadaan rahoitus. Tavoitteena on että risteilyjä Turun ja Tallinnan välillä olisi kesällä 2011 tietty määrä. Säännöl- linen risteily Turun ja Tallinnan välillä olisi Turku Touringin mukaan haasteellista koska saaris- to väli on niin pitkä ja myös kannattavuuden takia. Jos kulttuuripääkaupunkiristeilyt Tallinna - Turku välillä eivät onnistu, ajatus onnistuisi periaatteessa myös Tukholma - Turku välillä. Itä- meren risteilystä ei ole viime aikoina keskusteltu. Koko Itämeren risteilyajatus kuulostaa aika suurehkolta, mutta hienoa jos onnistuisi. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Turun Skål-klubi haluaisi Turkuun Skålin matkailualan maailmankongressin Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuodeksi 2011. Kongressin järjestämiseksi Turulla on kovana kilpailija- naan esimerkiksi Lontoo. Vuosittainen matkailualankongressi järjestetään loka-marraskuussa, Turku esittää kongressin ajankohdaksi syyskuuta vuodelle 2011. (Turun sanomat, 6.4.2008.) Matkailualan kongressin pitopaikasta päätetään vasta ehkä marraskuussa 2009 (Suominen, L. 15.10.2008.).

Projekteja joita Turku Touringissa ollaan suunnittelemassa vuodeksi 2011 liittyvät pitkä kestoi- sen kulttuurimatkailunkehittämiseen. On kehitteillä esimerkiksi mobiiliopastusjärjestelmä, jon- ka tarkoituksena on tuoda sisällöt ja palvelut matkailijan saavutettavaksi interaktiivisella tavalla. Muita projekteja joita on kehitteillä, ovat kulttuurimatkailukohteiden laatuohjelma, kulttuuri- matkailutuotteiden tuotekehityksen projekteja ja sähköisen matkailunliiketoiminnan edistämis- asioita ja ”Scandinavian islands”, jossa Turun, Länsi-Uudenmaan, Ahvenanmaan, ja Tukhol- man saaristosta kehitetään mielikuvallisesti vahva matkailullinen käsite. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

3.3.2 Ohjelman rakentuminen

Turun kulttuuripääkaupunkivuosi jaetaan kolmeen aika- ja teemajaksoon: kohtaamiseen (tam- mi-huhtikuu), uusiutumiseen (touko-elokuu) ja vaikuttavuuteen (syys-joulukuu). Ohjelma vuonna 2011 alkaa 15. tammikuuta Turku palaa avajaisseremonialla ja päättyy 28. joulukuuta viattomien lasten päivänä tulevaisuus-teemaiseen 2011 uutta alkua -tapahtumaan. (Helander ym. 2006, 39 - 72.) Avajaispäivä tulee olemaan iso tapahtuma, jonka suunnittelu aloitetaan jo loppuvuodesta 2008. Turku 2011 -säätiossä tähdätään, että avajaispäivän ohjelma on selvä vuoden 2009 loppuun mennessä. Toinen tärkeä tapahtuma tulee olemaan elokuun viimeisenä viikonloppuna, jolloin on tapahtuma nimeltään *muinaistulien yö*. (Karhu, T. 5.12.2008.) Turun

vuoden 2011 ohjelma julkistetaan vuonna 2010 kokonaisuudessaan (Turku 2011 -säätö 2008e.). Tapahtumia tulee olemaan tuhansia, hyvin pienistä hyvin isoihin (Karhu, T. 5.12.2008.).

Jos Turussa pitäisi olla matkailullisesti huippuvuosi vuonna 2011, pitäisi tuotteet sitä varten myydä pian. Jos Turku Touringilla ei ole tietoa vuoden 2011 tarjonnasta vuonna 2009, tuotteiden kehittäminen ja tuotepaketointi tulee olemaan vaikeaa. Kaukomarkkinat kuten Japani ja Kiina tarvitsevat vuoden 2011 tuotteita varten tiedot jo pian, jotta Turku 2011 saataisiin heidän esitteisiinsä mukaan. Turku Touringilla puhutaan Tallink Silja Linen kanssa jo nyt paketista, jossa Helsinki, Tukholma, Tallinna ja Turku ovat mukana. Paketti on kiertomatka jossa on kolme pääkaupunkia ja yksi kulttuuripääkaupunki. Turun kulttuuripääkaupunkivuosi on otettu hyvin vastaan Suomen matkailussa, kaikki kuitenkin kyselevät tapahtumakalenteria, jota ei ole vielä tiedossa. Jos Turun ja Tallinnan välille tulee muutama risteily vuonna 2011, pitää reitit ja paketit sitä varten olla valmiina viimeistään tammikuussa 2010 jotta risteilyjä ehditään myymään. Ruotsalaisille pakettia voidaan myydä vielä alkuvuodesta 2011, mutta saksalaisille, japanilaisille ja kiinalaisille aikataulu pitää olla selvillä viimeistään vuonna 2010. (Suominen, L. 15.10.2008.)

Matkailijavirtoja, joita on paljon kesäaikana, tasoitetaan keskittämällä suuria, yleisöä houkuttelevia tapahtumia kevät-, syys- ja talvikauteen. Kulttuuripääkaupunkiohjelma jakautuu neljään teemaan. Niitä ovat 2011 muistijälkeä, 2011 arjen muuttujaa, 2011 sukellusta saaristoon ja 2011 lähtee lentoon. (Helander ym. 2006, 39 - 72.) *Turku palaa* -hakemuksessa esitetyt teemat Turun kulttuuripääkaupunkivuodelle 2011 ovat rakentuneet vuonna 2005 pidetystä hankehausta. Kyseiset teemat ovat olleet lähtökohtana ja ohjeena vuoden 2008 hankehauille, jonka mukana tulee esille uusia teemoja. Turun kulttuuripääkaupunkiprojektia markkinoidaan osaksi näiden teemojen kautta. (Saukkolin, J. 7.10.2008.) Vuoden tärkein teema on Turku palaa. Tämä viittaa Turun paloon, hengen paloon sekä Turun paluuseen maailmankartalle. (Turku 2011 -säätö 2008e.)

Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkiohjelman avoin hankehaku tuotti noin tuhat ehdotusta, joista potentiaalisimpien tekijät kutsutaan vuosien 2008 ja 2009 syksyn ja talven aikana neuvotteluihin. Neuvottelujen pohjalta tehdään päätökset vuoden 2011 ohjelmaan valittavista ja rahoitettavista hankkeista. Neuvottelut käynnistetään 162 ehdotuksen osalta niiden liittämistä 2011 -ohjelmaan. Lisäksi 225 ehdotuksen osalta keskustellaan sisällön tai tekijöiden liittämistä mukaan muihin hankkeisiin. Ehdotushankkeista 619 jäi pois neuvotteluista. (Turun sanomat 2.10.2008a.) Kulttuuripääkaupunkia on markkinoitu myös Turun ulkopuolelle ja hankehanke-

hakemuksia on tullut ympäri maailmaa (Turun sanomat 28.5.2008.). Teemat, jotka nousivat pintaan useamman kerran hankehakemuksissa vuonna 2008, olivat esimerkiksi hyvinvointi (erityisesti lasten), ympäristöasiat, Itämeri, muisti ja tarinat. Turku 2011 -säätio on pyrkinyt ohjaamaan keskenään hyvin samanlaisia hankkeita voimien yhdistämiseen. (Turun sanomat 2.10.2008a.) Viisi vuoteen 2011 valittua hanketta tarjoavat kulttuurista suomalaisista oopperoista tarinamattoihin ja pimeyden sävyistä lasten hyvinvointiin ja sirkukseen (Turun sanomat 2.10.2008b.).

Turun kaupunki, Turku 2011 -säätio ja Finlandia Film Ltd Oy ovat solmineet viisivuotisen yhteistyösopimuksen, joka koskee vuosittain esitettävän kansainvälisen *Santa Claus' Christmas Concert* tv-ohjelmasarjan tuotantoa ja markkinointia. (Turun sanomat 7.6.2008.) Tavoitteena on, että vuonna 2009 ohjelma esitetään 40 maassa ja se kerää 200 miljoonaa katsojaa. Ohjelmassa esitellään myös Turku kulttuuri- ja matkailukaupunkina. (Turun sanomat 9.6.2008.)

3.3.3 Yhteistyö

Kulttuuripääkaupunkivuoden yhteisiä päämääriä ja toisiaan tukevat Turku 2011: viestintä-, yritys yhteistyö- ja matkailustrategiat. Kulttuuripääkaupunkiviestintää tekevät pääasiassa Turku 2011 -organisaatio, hankkeiden ja tapahtumien tuottajat sekä yritys- ja matkailuorganisaatiot. Turku Touringin yhteishenkilö Turku 2011 -säätioon on ohjelmapäällikkö Päivi Lappalainen. (Lappalainen, P. 16.10.2008; Helander ym. 2006, 100.) Turun kaupungin hallituksen perustama Turku 2011 -säätio on rekisteröity vuonna 2007. Säätion on sovittu olevan olemassa vuodesta 2008 vuoteen 2016. (Saukkolin, J. 7.10.2008.)

Turku 2011- matkailustrategia tukee kulttuuripääkaupunkihankkeen visioita ja tavoitteita, ja sen toteuttamisesta vastaa Turku Touring (Helander ym. 2006, 100 - 102.). Matkailustrategiaa tehdään syksyllä 2008 (Saukkolin, J. 7.10.2008.). Turku Touringin tehtävänä on toteuttaa Turku 2011 -matkailun yhteismarkkinointia sekä vastata matkailuun liittyvästä yleisestä kulttuuripääkaupunkivuotta tukevasta kehittämisestä ja yhteistyöstä. Kulttuuripääkaupunkihanke näkyy matkailumarkkinoinnissa vuoteen 2012 asti ja kulttuuripääkaupunkiprojektia aiotaan hyödyntää monipuolisesti myös varsinaisen pääkaupunkivuoden jälkeen. Kulttuuripääkaupunkihanke nostetaan näkyvästi esiin kaikessa kansallisessa ja kansainvälisessä toiminnassa. Turku Touringin kansainvälinen matkailumarkkinointi lisääntyy 30 prosenttia vuosina 2010 – 2011. Turku Touringin tärkein markkinointityökalu on koko Varsinais-Suomen yhteinen vuosiesite, joka käännetään seitsemälle kielelle ja jaetaan 22 maahan. (Helander ym. 2006, 100 - 102.)

Monet matkailuyritykset käyttävät joitain jakeluportaita erityisesti markkinointiviestinnässä. Tällaisia voivat olla kunnan matkailutoimistot, matkanjärjestäjät, matkatoimistot, alueelliset matkailuorganisaatiot ja yhteistyöryhmät. Matkailuyrityksen käytettävissä olevia markkinointi- ja jakelukanavia ovat kotimaassa yrittäjän oma markkinointi, erilaisten markkinointiorganisaatioiden tekemä markkinointi ja yhteismarkkinointi esimerkiksi yrittäjien välisellä yhteistyöllä. Ulkomaan markkinoinnissa kanavina ovat oman markkinoinnin lisäksi alueorganisaation suorittama markkinointi (esim. Turku Touring), alueorganisaatioiden ja suuralueorganisaation yhteinen markkinointi, alueorganisaation ja matkatoimistojen yhteinen markkinointi sekä Matkailun edistämiskeskuksen markkinointi. (Pesola, Mönkkönen, Honkanen 2002, 43 - 44.)

Turku Touringilla on merkittävät panokset Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden markkinoimisessa. Turku Touringin toimintastrategia perustuu siihen, että markkinointikampanjat toteutetaan pääosin suurten matkailuyritysten kustannuksella, kuten Muumimaailma, Naantalin kylpylä ja Sokos Hotels. Kärkitoimijat laittavat kampanjoihin ison rahallisen panostuksen, joilla kampanjat pystytään tekemään ja joka mahdollistaa myös pienempien toimijoiden mukaan liittämisen. Kaikki pienet toimijat ovat tervetulleita mukaan omalla pienemmällä panostuksellaan. Näin koko Turun alue pystyy osallistumaan kampanjoihin. Turussa markkinointi tehdään yritysten ja kaupungin omalla rahalla. Turku Touringin omat panokset tulevat olemaan pitkälti kulttuuripääkaupunkivuodessa ja sen markkinoimisessa. Kulttuuripääkaupunkivuosi on jokaisessa Turun alueen matkailun markkinoinnissa mukanaoleva viesti. (Lappalainen, P. 16.10.2008.) Turku Touringin mukaan vuosi 2009 tulee olemaan tärkeä vuosi niin Suomessa kuin Ruotsissa, kun on merkkivuosi, 200 vuotta aikaa Suomen ja Ruotsin yhteisestä valtiosta. Jos vuonna 2009 kirjoitetaan paljon myös Turusta, on se hyvää markkinointia vuotta 2011 varten. (Suominen, L. 15.10.2008)

Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuodesta 2011 Turku Touring on tehnyt matkailutoimijoille lehdistötiedotteita. Päätöksen julistuksen jälkeen lähetettiin ensimmäiset lehdistötiedotteet kulttuuripääkaupunkivuodesta. Lehdistötiedotteita ei ole kuitenkaan kannattavaa lähettää, jollei ole kunnan sisältöä. Matkailutoimijoita ei kiinnosta kuka on valittu johtajaksi tai mikä kaupunki kulttuuripääkaupungiksi vaan se mitä itse asiassa tulee Turussa tapahtumaan vuonna 2011 ja mikä on vuoden ohjelmakalenteri. Turku Touring markkinoi vuotta 2011 jokaisen lehdistötiedotteensa lopussa. (Suominen, L. 15.10.2008.)

Matkailun ja muiden elinkeinoalojen kuten luonnonsuojelun, kulttuurituotannon ja viihdeteollisuuden toimijoiden yhteistyötä edistetään Varsinais-Suomen matkailussa. Erityisesti edistetään matkailualan ja kulttuuritoimen yhteistyötä yhteisen tavoitteen Turun vuoden 2011 Eu-

roopan kulttuuripääkaupungin saavuttamiseksi. (Turun matkailuakatemia 2008, 7.) Turku Touringin mukaan kulttuuripääkaupunkivuosi on matkailulle hyvä mahdollisuus. Kulttuuripääkaupunkikeskustelujen aikana on tullut lisää keskustelua organisoidun kehittämistoiminnan kehittämiseen. Mihin kehittämistoimintaa tulee suunnata, mitkä ovat pääkehittämisalueita? (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Matkailuyritysten välinen yhteistyö antaa mahdollisuuden luoda yhteisiä tuotteita, markkinointia ja yhteistä imagoa. Alueellisella matkailuyhteistyöllä voidaan vaikuttaa tehokkaasti kohdealueen imagon muodostumiseen ja siten alueen matkailullisen vetovoiman lisääntymiseen. Matkailupalvelujen tuottajien kannattaa tehdä yhteistyötä, jotta yksittäiset matkailutuotteet muodostaisivat laadullisesti selkeän kokonaisuuden. (Pesola, Mönkkönen, Honkanen 2002, 75.)

Turku Touringin mukaan Turun valttina on ehdottomasti Turun kulttuuripääkaupunkivuoden 2011 slogan *Kaupunkikulttuuria saariston sylissä*. Turulla on hieno saaristo ja upea kaupunki jossa on paljon sisältöä, josta ihmiset voivat nauttia. Turussa on kaikki kompaktisti lähellä. Turussa kaivataan matkailutoimijoiden yhdessä yrittämistä ja verkostoitumista. Turussa on saatava matkailuyrittäjät ja kulttuurisisältöjen ja kulttuurituotantojen tekijät toimimaan paremmin yhdessä. Hyvä esimerkki siitä on, kuinka Varsinais-Suomen käsityökulttuuri ja käsityötaide/design näkyy Varsinais-Suomen majoitusliikkeissä. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Turku aloitti jo hakuvaiheessa kulttuuripääkaupunkiyhteistyön Viron vuoden 2011 kulttuuripääkaupunkiehdokkaiden Tallinnan ja Tarton kanssa. Turku on tehnyt yhteistyötä Tallinnan kanssa jo vuosisatojen ajan muun muassa useissa erityyppisissä koulutus- ja kehityshankkeissa. (Helander ym. 2006, 18.) Turun kulttuuripääkaupunkiohjelman hankkeista moni toteutetaan yhteistyössä Tallinna 2011 -kulttuuripääkaupungin kanssa, ja yhdessä rakennetun kulttuuripääkaupungin vaikutukset kantavat pitkälle vuoden 2011 jälkeiseen aikaan (Turku 2011 -säätö 2008e.). Kulttuuripääkaupungit ovat useimmiten aloittaneet juhluvuotensa vieton samana päivänä. Turku ja Tallinna aikovat pitää avajaisensa peräkkäisinä päivinä, Tallinna perjantaina 14. tammikuuta ja Turku seuraavana päivänä. Sillä tavalla kansainvälisten vieraiden ja median ei tarvitse valita, kumpaan menevät, vaan voivat osallistua molempiin. (Karhu, T. 5.12.2008.) Kulttuuripääkaupunkivuotta koskevia yhteistyösuunnitelmia Tallinnan kanssa on tehty esimerkiksi yhteistyössä kaupallisen laivayhtiön kanssa. Kulttuuripääkaupunkiristeilyt toimitettiin kaupunkien kulttuuripääkaupunkiohjelman ja kulttuuriyhteistyön areenana. (Helander ym. 2006, 18.)

Turku Touringin mukaan on valtavan hieno asia, että Itämeren rannalla on kaksi kulttuuripääkaupunkia. Itämeri itsessään ja sen yhteistyön kehittäminen on Turun kannalta äärettömän tärkeää. Itämeren toimijoista yritetään muodostaa yhteistä kehittäjäverkostoa ja luoda yhteistyötä, ja tehdä siitä samanlainen kokonaisuus kuin Välimeri on. Tämä on osa Itämeristrategiaa, jonka hyväksyminen Euroopan unionissa on tärkeää. Itämeri on tärkeä, koska me olemme osa Itämerta, eli isompaa kokonaisuutta, joka taas on kansainvälisessä matkailussa isompi matkailukohde, kuten Välimeri. Itämeri on mukana kulttuuripääkaupunkivuodessa enemmänkin mielikuvallisesti. Tavoitteena on saada Itämeri kansainvälisesti tunnetuksi, jota kautta kaksi Itämeren kulttuuripääkaupunkia tulee tunnetuksi. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

3.4 Tallinna matkailukaupunkina

Tallinna on keskiaikainen hansakaupunki. Se on Viron pääkaupunki ja sijaitsee Itämeren rannalla. Tallinnassa asuu noin 400 000 ihmistä, joka on noin kolmannes Viron koko väkimäärästä, 1,5 miljoonasta. Tallinnassa puhutaan vironkielen lisäksi paljon suomea, venäjää ja englantia. (Lomamatkailija 2008; Tallinn 2011; Lotila, S. 2007, 23.; Baltcott 2008.)

Tallinnan lentokentälle on suorat lentoyhteydet 21 kaupungista. Helsingin ja Tallinnan välillä liikennöi helikopteri. Autolautalla Tallinnaan pääsee Helsingistä useammin kuin kerran tunnissa ja Tukholmaan Tallinnasta lähtee lautta joka päivä. Tallinnasta on lauttayhteydet myös Venäjälle ja Saksaan. Kansainvälisiä bussiyhteyksiä Tallinnasta on Venäjälle, Saksaan, Latviaan, Liettuaan, Puolaan, Ukrainaun, Valko-Venäjälle ja Sveitsiin. Yöjunat yhdistävät Tallinnan Moskovaan ja Pietariin. Teitse Tallinnasta on matkaa Latvian Riikaan 300 kilometriä Via Balticaa pitkin, joka on osa Prahaan johtavaa valtatieta E 67. (Tallinn 2008; Tallinn 2011; Reval Hotels 2008; Lotila, S. 2007, 23.)

Tallinnan hotellien taso on noussut viimeisen 15 vuoden aikana huomattavasti. Vanha kaupunki on Tallinnan tärkein nähtävyys ja majoituspaikka on hyvä valita sen läheisyydestä. Vanhan kaupungin tuntumassa ovat myös parhaat ravintolat, baarit ja yöelämä sekä paljon ostosmahdollisuuksia. Hotellihuoneita Tallinnassa on melkein yhtä paljon kuin Helsingissä, eli noin 7000. Hotellihuoneiden määrä on Tallinnassa kasvanut paljon viime vuosien aikana. Tallinnassa majoitus on laadukasta, sillä majoitusliikkeiden sertifiointistandardit ovat tiukemmat kuin Euroopassa keskimäärin. (Tallinn 2008; Lotila, S. 2007, 63 - 64.)

Keskiaikaisen miljöön säilyttänyt Tallinnan Vanhakaupunki kuuluu UNESCO:n maailmanperintökohteisiin. Vaikka Tallinnassa on paljon vanhaa arkkitehtuuria, löytyy kaupungista myös suuria ostoskeskuksia, baareja, ravintoloita ja nykyaikaisia huvittelupaikkoja. Taulukossa 8 on lueteltuna Tallinnan nähtävyyksiä, taulukon tapahtumat ovat vuoden 2008 tapahtumia, mutta jotkin niistä ovat jokavuotisia. Tallinnan Vanhakaupunki sijaitsee Tallinnan ydinkeskustan vieressä. Se on jakautunut ala- ja yläkaupunkiin ja alakaupunkia ympäröi vanha kaupunginmuuri. Vanhankaupungin alueella on kapeita kujia, vuosisatoja vanhoja rakennuksia, kirkkoja, museoita, gallerioita, näköalapaikkoja ja ravintoloita. Tallinnassa on noin 30 museota ja niistä yksi merkittävimmistä on Viron historiallinen museo. (Lomamatkailija 2008.)

Taulukko 8. Tallinnan nähtävyydet (Tallinn 2008; Lomamatkailija 2008; Revalhotels 2008; Aru, M. 2003, 50.)

Nähtävyydet	
Vierailukohteet	Tapahtumat 2008
Luonto:	Tallinnan talvifestivaali
Pirita	Barokkimusiikin festivaali
Luostarinmetsä	Viirolaisen elokuvan päivät
Kulttuuri:	Kansainvälinen jazzfestivaali Jazzkaar
Tallinnan taidehalli	Yrjön päivän markkinat
Ulkomaisten taiteen museo	Balettigaala, kansainvälinen tanssin päivä
Taidemuseo Kumu	Vanhankaupungin päivät
Nigulisten kirkko	Tallinnan kitarafestivaali
Ulkoilmamuseo Rocca al Mare	Perinnetori
Kadriorg	Öllesummer
Vanhassakaupungissa:	Keskiaikaiset markkinat vanhassakaupungissa
Raatihuoneen tori	Kansainvälinen urkufestivaali
Tallinnan raatihuone	Birgitta festivaali
Raatihuoneenapteekki	Tallinnan kamarimusiikkifestivaali
Toompean linna	Hengellisen musiikin festivaali Credo
Tuomiokirkko	Arts and Lights
Aleksanteri Nevskin katedraali	Martin markkinat Saku Suurhallissa
Pyhän Olavin kirkko	Pimeiden öiden elokuvafestivaali
Viron historiallinen museo	Joulutori vanhassakaupungissa
Kaupunginmuseo	
Kiek in de Kök	
Miehitysmuseo	

Tallinnaan matkustetaan eniten Suomesta, Ruotsista, Saksasta, Iso-Britanniasta, Norjasta, Venäjältä ja Latviasta. Kaikista ulkomaalaisista matkailijoista 49 prosenttia tulee Suomesta. Suomalaisien matkailijoiden määrä on kuitenkin ollut laskussa vuodesta 2002 alkaen. Yksi syy siihen on, että Viro on menettämässä viehätystään edullisena ostoskohteena meneillään olevan

inflaation takia. Myös ruotsalaisten määrä on vähentynyt 14 prosenttia vuodesta 2006 vuoteen 2007 ehkä tästä samasta syystä. (Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau 2008, 2-3.)

Tallinna tulee olemaan vuoden 2011 toinen Euroopan kulttuuripääkaupunki. Tallinna aikoo tehdä kulttuurista kulmakiven kulttuuripääkaupunkivuotensa kehittämissuunnitelmissa. Tallinnan kulttuuripääkaupunkiohjelma toivoo rohkaisevansa ja herättävänsä kiinnostusta eurooppalaisissa monipuolisella kulttuuritarjonnallaan. Tallinna haluaa esitellä virolaista kulttuuria muille eurooppalaisille. Taloudelliset hyödyt kulttuuripääkaupunkiprojektista laajennetaan koko Viroon ja parannetaan elintasoja, poliittista vaikutusta ja kansallista turvallisuutta. Tallinnan kehitys turvautuu luovuuteen, avoimuuteen, monikulttuurisuuteen, kumppanuuteen ja tasapainoon. Toteuttaakseen kulttuuriohjelmansa onnistuneesti Tallinna tulee työskentelemään laajassa yhteistyössä kansainvälisten toimijoiden kanssa. Se tulee työskentelemään Euroopan kulttuuripääkaupunki 2011 kumppaninsa, Turun, kanssa tiiviisti. Vuonna 2011 Suomenlahti tulee olemaan yhteistyön uniikki kulttuurinen symboli. Tallinnan kulttuuripääkaupunkivuonna 2011 tulee Viron itsenäisyydestä kuluneeksi 20 vuotta, jota se haluaa silloin myös juhlistaa (Tallinn 2011, 17 - 18.).

3.5 Turku ja Tallinna - yhteistyötä ja kilpailua

Turku ja Tallinna ovat vuonna 2011 Euroopan kulttuuripääkaupunkeja. Kaupungit tekevät paljon yhteistyötä vuoden suhteen ja heillä on yhteisinä tekijöinään pitkä historia ja Itämeri, jonka matkailu on kasvamassa. (Suominen, L. 15.10.2008; Tallinna pieni matkaopas 2008; Lappalainen, P. 16.10.2008; Tallinn 2008.) Pitää kuitenkin muistaa, että Turku ja Tallinna kilpailevat koko ajan ja myös kulttuuripääkaupunkivuonna asiakkaista. Ne ovat kaksi eri kaupunkia ja kaksi eri maata. (Suominen, L. 15.10.2008.)

Yhteistyötä voi tehdä paikkakunnan, alueen, valtakunnan tai kansainvälisellä tasolla, kuten Turku ja Tallinna Euroopan kulttuuripääkaupunkihankkeessa. Paikallinen, alueellinen ja valtakunnallinen yhteistyö syntyy usein jonkin yhteisen tekijän, kuten toisiaan täydentävien palvelujen pohjalta. Kansainvälinen yhteistyö voi syntyä esimerkiksi historiallisten tapahtumien tai paikkojen pohjalta, kuten Kuninkaantie Oslost Suomen kautta Pietariin. Verkostoituminen moninkertaistaa erityisesti pienten yritysten mahdollisuuksia tehdä tuotteitaan tunnetuksi. Markkinointiin saa tehoa tekemällä yhteisiä esitteitä tai muuta markkinointimateriaalia. Yhteistyö helpottaa markkinoinnin toteuttamista, alentaa markkinointikustannuksia ja mahdollistaa suurempien asiakasmäärien palvelemisen. Mitä enemmän on tilauksia, sitä varmemmalla poh-

jalla voi kehittää myös toiminnan ja tuotteen laatua. Yhteistyö voi tuoda apua myös tuotekehitykseen. (Pesola, Mönkkönen, Honkanen 2002, 75.)

Turku Touringin ohjelmapäällikkö Päivi Lappalainen toivoo Turun ja Tallinnan välille enemmän yhteistyötä kuin kilpailua kulttuuripääkaupunkihankkeen suhteen. Kilpailusta ei ole kovinkaan suurta hyötyä kahdelle melko syrjäisesti sijaitsevalle kaupungille. Tallinnan ja Turun profiilit ovat hyvin erilaiset, matkailukaupunkeina ja myös kulttuuripääkaupunkeina. Ne eivät varsinaisesti edes kilpaile samoilla aseilla. Kumpikin sijaitsee Itämerellä ja markkinoimalla yhdessä saadaan Itämeren ja kummankin kaupungin mielikuvaa rakennettua houkuttelevammaksi. (Lappalainen, P. 16.10.2008.)

Tallinnan kulttuuripääkaupunkihankkeen suomalaissyntyinen vetäjä Mikko Fritz haluaisi palkata Turun ja Tallinnan väliselle yhteistyölle kulttuuripääkaupunkihanketta varten erityisen henkilön. Hän uskoo, että Turun ja Tallinnan kulttuuritapahtumien markkinointia ulkomailla voidaan tehdä yhdessä, jolloin rahaa voidaan käyttää järkevämmiin. Hän myös toivoo ajatuksen useista laivamatkoista Turun ja Tallinnan välillä vuonna 2011 toteutuvan. (Reigas, A. 6.4.2008.)

Turku Touringin mukaan on tärkeää, että Tallinnaa ja Turkuja markkinoidaan yhdessä. Yhteismarkkinointi toimii varsinkin Ruotsissa ja Saksassa. Esimerkiksi Puolaan Turkuja voidaan onnistuneesti markkinoida yksinään, Gdanskien suoran lentoyhteyden ansiosta. Tallinnaan puolalaiset ehkä menevät mielummin maitse. (Suominen, L. 15.10.2008.)

Seuraavana on SWOT – analyysit Turusta ja Tallinnasta matkailukaupunkeina. Sen jälkeen vertaillaan Turun vahvuuksia kilpailukeinoina Tallinnaan verrattuna ja toisinpäin. Taulukossa 9 SWOT – analyysi nelikenttänä Turusta matkailukaupunkina ja taulukossa 10 sivulla 34 SWOT – analyysi nelikenttänä Tallinnasta matkailukaupunkina.

Taulukko 9. SWOT – analyysi nelikenttänä, Turku matkailukaupunkina

<p><u>Vahvuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pitkä historia ▪ Hansakaupunki ▪ Satamakaupunki ▪ Liikenneyhteydet ▪ Itämeri ▪ Saaristo ▪ Saariston rengastie ▪ Tapahtumat ▪ Joulukaupunki ▪ Muumimaailma ▪ Aurajoki ja elämä sen ympärillä ▪ Lyhyet välimatkat (Turun sisällä) ▪ Turvallisuus ▪ EU ja euro ▪ Schengen-sopimus 	<p><u>Heikkoudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ei huvipuistoa aikuisille/nuorille ▪ Pääkaupungin varjo ▪ Korkea hintataso ▪ Kallis polttoaine ▪ Pieni koko ▪ Huono tunnettavuus ▪ Ilmastonmuutos ▪ Ei erikoistuneita majoitusliikkeitä
<p><u>Mahdollisuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulttuuripääkaupunkivuosi 2011 ▪ Ohikulkumatkailijoista Turkuun matkustajiksi ▪ Saaristo ▪ Venäläiset ▪ Saavutettavuuden lisääminen ▪ Yhteistyö muiden Itämeren kohteiden kanssa 	<p><u>Uhat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ilmastonmuutos ▪ Itämeren saastuminen ▪ Matkailun taantuminen

Vahvuutena Turulla on pitkä historia. Turulla pitäisi olla suuri merkitys ruotsalaisten keskuudessa, koska Turku oli ennen Suomen pääkaupunki ja jolloin Suomi oli osana Ruotsia. (Suominen, L. 15.10.2008.) Vanhoja ja merkittäviä kohteita Turusta löytyy esimerkiksi Turun linna, Luostarinmäen käsityöläismuseo ja Tuomiokirkko. Aboa vetus on arvostettu museo, jossa esitellään historiaa uudella tavalla. (Turku Touring 2008a; Louhenjoki-Shulman & Hedenström 2003.) Turku on vanha keskiaikainen hansakaupunki, ja tällä seikalla on merkitystä etenkin houkuteltaessa risteilyvierailijoita Yhdysvalloista. Turussa yhdistyvät luontevasti historia ja nykyaika. Turun ollessa satamakaupunki tekee se siitä helposti saavutettavan kansainvälisesti. (Port of Turku 2008.) Satamasta Itämerelle lähtevien autolauttayhteyksien lisäksi Turusta on hyvät liikenneyhteydet muualle Suomeen. Turun kansainväliseltä lentokentältä on yhteyksiä muualle Suomeen, Tukholmaan, Kööpenhaminaan ja Gdanskiin. (Helander ym. 2006, 99 - 100.) Itämeren matkailu kasvaa kokoajan ja Turku sijaitsee ikään kuin Itämeren keskellä (Lapalainen, P. 16.10.2008.). Turulla on upea saaristo joka on myös osa Itämerta. Turun saaristo on tunnettu ja hieno kohde. Retkeilymahdollisuudet saaristossa ovat todella hyvät. (Vuoristo & Vesterinen 2001, 150 - 155.) Saariston Rengastie on vakiinnuttanut asemansa eräänä Suomen

suosituimmista matkailuteistä. Rengastie on pyöräilyreitti jonka varrella voi yöpyä teltassa tai majoitusliikkeissä. Reittivaihtoehtoja on monia ja se voidaan kulkea myös eri kulkuvälineillä. (Saariston rengastie 2008.)

Turusta löytyy tapahtumia ympäri vuoden ja kaikenikäisille. Niitä ovat esimerkiksi jouluaattona kuulutettu joulurauhanjulistus Brinkkalan talon parvekkeelta Vanhalta Suurtorilta. Turku on muutenkin Suomen joulukaupunki. (Turku Touring 2008a.) Muumimaailma kiinnostaa ihmisiä ympäri maailmaa. Varsinkin ruotsalaisille perheille Muumimaailma on melkeinpä vuotuinen käyntikohde. (Suominen, L. 15.10.2008; Helander, Innilä, Jokinen & Talve. 2006, 99.) Kuten monilla kuuluisilla eurooppalaisilla kaupungeilla myös Turun keskellä virtaa joki. Aurajoki ja sen ympärillä elämä on monipuolista ja viihtyisää. Aurajoella on monia hyviä jokiravintoloita ja esimerkiksi Ukko-Pekka on kuuluisa jokilaiva joka risteilee Aurajoelta Naantaliin asti. Turun sisällä on lyhyet välimatkat (Lappalainen, P. 16.10.2008.). Turusta löytyvät nähtävyydet kuten Aboa vetus, Luostarinmäen käsityöläismuseo, Tuomiokirkko ja Aurajoki sijaitsevat kävelymatkan päässä toisistaan. Ainoastaan Turun linna sijaitsee Turun satamassa hieman keskustan ulkopuolella, mutta sinnekin pääsee kätevästi paikallisbusseilla. (Turku 2011 -säätio 2008a.) Suomea pidetään hyvin turvallisena maana, jonne ulkomaalaisten on turvallista matkustaa. (Port of Turku 2008.) Suomen kuuluminen Euroopan Unioniin tuo turvallisen ja Eurooppaan kuulumisstatuksen. Varsinkin kun Suomi on kuulunut Euroopan Unioniin jo hyvin kauan. (Taivainen, M. 16.2.2006.) Euroopan Unionin mukana tuoma Schengen-sopimus on mahdollistanut matkailijoiden rajattoman kulkemisen Euroopan rajojen sisällä, myös Suomeen (Sinun Eurooppasi 2008.). Euro helpottaa matkustajien matkustamista Euroopassa ja matkustajien on helppo tulla myös Suomeen, koska sama valuutta kuin useassa maassa Euroopassa. (Huttunen, J. 2.11.2000.)

Heikkoutena Turussa on, että sieltä puuttuu huvipuisto aikuisille ja nuorille, jollainen taas löytyy Etelä-Suomen kaupungeista, ainakin Helsingistä ja Tampereelta (Turun kaupunki 1999.). Usealla kaupungilla, joka ei ole maan pääkaupunki, on yllään ns. pääkaupungin varjo. Kun matkustaja päättää matkustaa johonkin uuteen maahan, tulee tämän matkustettua useimmiten ensin maan pääkaupunkiin, kuten Suomessa Helsinkiin. Tämä johtuu myös siitä, että useimmiten maan pääkaupunkeihin on parhaimmat liikenneyhteydet. Suomessa on korkea hintataso, joka ei houkuttele Suomeen ostosmatkailijoita. (Haaga Perho 2007. 10 – 12.) Kallis polttoaine on nostanut varsinkin lentolippujen, mutta myös muiden matkustusmuotojen hintoja. (MTV 3 05.06.2008.) Turku on kooltaan pieni kaupunki. Turussa on paljon nähtävää, mutta kaikki tärkeimmät nähtävyydet tulee kuitenkin nähtyä yhdessä päivässä. Joten matkailijoilla ei ole halua yöpyä enempää kuin yksi yö Turun majoitusliikkeissä. Turku on pieni kaupunki joka tunnetaan

Euroopassa huonosti. Ilmastonmuutoksenkin vuoksi talvi Turussa vain lyhenee. Vaikka Turkua mainostetaankin joulukaupunkina, puuttuu Turusta jo liian usein tärkeä jouluisen tunnelman luoja, lumi. Turussa on laaja valikoima majoitusliikkeitä, mutta Turusta puuttuu boutique-hotellit ja hostelleja on hyvin vähän. (Turun matkailuakatemia 2008, 13.)

Mahdollisuutena Turulla on kulttuuripääkaupunkivuosi, jos sitä markkinoidaan hyvin, saadaan Turkua tunnetummaksi ja matkailijoiden määrät nousevat. Itse kulttuuripääkaupunkivuoden hyvä tapahtumatarjonta tuo Turkuun paljon matkustajia, mutta sitä pitää hyödyntää myös vuoden jälkeen jotta matkailijoita saapuisi Turkuun nykyistä enemmän myös vuoden jälkeen. Näyttämällä Turussa paljon ohikulkumatalla oleville matkailijoille, että Turussakin on nähtävää ja koettavaa saataisiin näistä ohikulkumatkailijoista Turkuun matkustavia matkailijoita. (Lappalainen 16.10.2008; Suominen 15.10.2008.) Turun saaristo on todella suosittu kohde kesäisin. Pidentämällä saariston matkailukautta ja saaristossa sijaitsevien yritysten aukioloaikoja myös syksyllä, talvella ja keväällä saataisiin sinne myös näinä aikoina enemmän matkailijoita. Turun saariston saavutettavuutta voitaisiin parantaa myös tiheämmillä liikenneyhteyksillä saaristossa. (Naantali 2007.) Venäläiset olivat jo vuonna 2007 voimakkaimmin kasvanut matkailijaryhmä Turussa. Keskittämällä enemmän markkinointia Venäjälle saadaan sieltä varmasti enemmänkin matkailijoita Turkuun. (Tilastokeskus; Merenkululaitos 2008.) Lisäämällä Turkuun esimerkiksi lentoyhteyksiä ja lauttayhteyksiä saadaan Turun saavutettavuutta parannettua. Lisäämällä yhteistyötä muiden Itämeren kohteiden kanssa, voidaan Turku saada osaksi esimerkiksi Itämeren alueelle järjestettävää kiertomatkaa ja sen tunnettavuutta parannettua. (Turun matkailuakatemia 2008, 13.)

Ilmastonmuutos uhkaa muuttaa Turun imagon joulukaupungista ehkä jopa kesäkaupungiksi. Lumen määrä talvisin vähenee ja jouluisen tunnelma hälvenee sen myötä. Itämeren saastuminen vaikuttaa paljon Itämeren matkailuun huonolla tavalla ja sitä kautta myös Turun matkailuun. Matkailun taantuminen saattaa vähentää matkailijoiden määrää Turussa. (Turun matkailuakatemia 2008, 13.) Taantuma saattaa jarruttaa myöskin monien suunnitelmien toteuttamista, että ei uskalleta esimerkiksi rakentaa uutta hotellia kulttuuripääkaupunkivuodeksi houkuttelemaan lisää matkailijoita.

Taulukko 10. SWOT – analyysi nelikenttänä, Tallinna matkailukaupunkina

<p><u>Vahvuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Itämeren rannalla ▪ Noussut elintaso ▪ Korkea majoitushuonekapasiteetti ▪ Noussut hotellitaso ▪ Rikas historia hansakaupunkina ▪ Kylpylät ▪ Tapahtumat ▪ Kielitaito ▪ Halvat hinnat ▪ Risteily- ja autolauttaliikenne ▪ Läheisyys Helsingin kanssa ▪ Lyhyet välimatkat muualle Viroon ja Baltiaan ▪ Viron Pääkaupunki ▪ EU ▪ Schengen-sopimus 	<p><u>Heikkoudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lentoyhteysien vähyys ▪ Inflaatio ▪ Venäjä ▪ Luontokohteet ▪ Palvelutason vaihtelevuus
<p><u>Mahdollisuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulttuuripääkaupunkivuosi 2011 ▪ Yhteistyö Turun kanssa vuonna 2011 ▪ Elintason nousu ▪ Turistien löytävän Tallinnasta muutakin kuin ostokset ▪ Kasvava kulttuurimatkailu ▪ Saada kauttakulku turistiksi pysymään pidemmän aikaa ▪ Lähialueet ▪ Venäjä 	<p><u>Uhat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inflaatio ▪ Tuttu jo kaikille ▪ Itämeren saastuminen

Vahvuutena Tallinnalla on sijainti Itämeren rannalla, jolloin matkailija voi samalla tutustua niin Tallinnaan kuin Itämereenkin. Itämeren alueen matkailu on kasvussa. (Lappalainen P. 16.10.2008; Tallinn 2008.) Tallinnassa ja Virossa elintaso on noussut, joka on johtanut siihen että matkailijoista pystytään pitämään parempaa huolta ja turvallisuus on hoidettu paremmin. (Helsingin Sanomat 16.5.2008.) Tallinnan korkea majoitushuoneiden kapasiteetti mahdollistaa suurin tapahtumien järjestämisen Tallinnassa ja majoitusvaihtoehtoja kaikille. Noussut hotellitaso on mahdollistanut turvallisen majoittumisen Tallinnassa. (Tallinn 2008.) Tallinna on hyvin säilynyt vanha hansakaupunki, josta löytyy paljon historiallista nähtävää. (Tallinna pieni matkasopas 2008.) Tallinnassa ja lähialueilla on monta kylpylää joiden taso on parantunut paljon viime vuosina, esimerkiksi Suomesta tehdään paljon valmismatkoja Viron ja Tallinnan kylpylöihin. (Pohjolan matka 2008.) Tallinnan tapahtumakalenteri on pitkä ja monipuolinen (MatkaVekka 2008.). Tallinnassa ja Virossa osataan hyvin lähinaapurimaidensa kieliä. Suomeksi Tal-

linnassa saa paljon palvelua ja venäjää puhutaan todella hyvin, englantikin siellä sujuu. Varsinkin Suomesta Viroon ja Tallinnaan matkustetaan paljon ostosmatkoille halpojen hintojen perässä. Suomalaiset ostavat Tallinnasta paljon alkoholia joka on siellä halvempaa. Suomalaiset tulevat kantamaan viinaa Virosta niin kauan kuin maiden välinen hintaero on olemassa. (Helsingin sanomat 19.12.2001.)

Tallinnaan tulee joka vuosi ympäri maailmaa suuria risteilyaluksia tutustumaan muiden satamakohteidensa mukana Tallinnaan. Tallinnasta on hyvät autolauttayhteydet Suomeen, Ruotsiin, Venäjälle ja Saksaan. Tallinna on kuuluisan Via Baltican -tien varrella. Tallinna sijaitsee vain 80 kilometrin päässä Helsingistä, Suomenlahden toisella puolella. Viro on pinta-alaltaan melko pieni maa, joka mahdollistaa lyhyet välimatkat muihin Baltian maihin ja Venäjälle. (Tallinna pieni matkaopas 2008.) Uuteen maahan matkustaessaan matkailija tutustuu usein ensin maan pääkaupunkiin, eli Virossa Tallinnaan. Viron liityttyä Euroopan Unioniin on se tuonut tullessaan Virolle arvostusta yhtenä EU-maana ja turvallisuuden tunnetta matkailijalle. Schengen-sopimus on tuonut matkailijoille helpouden liikkua Euroopan sisällä, myös rajan ylitys Viroon on helpompaa. (Kauppapolitiikka 19.7.2005.)

Tallinnalla on heikkoutenaan suorien lentoyhteyksien melko vähäinen määrä muualta maailmasta. Helsinki-Vantaalle lentoyhteyksien määrä on paljon suurempi. (Tallinn 2008; Helsinki-Vantaa 2006.) Inflaatio on korottanut hintoja Virossa ja ostosmatkailu Viroon ja Tallinnaan on vähentynyt. Varsinkin Suomesta ja Ruotsista on tehty paljon ostosmatkoja Tallinnaan juuri edullisten hintojen takia. (Tallinna pieni matkaopas 2008; Helsingin sanomat 19.12.2001.) Venäjältä on maailmalla aina hieman epävarma kuva. Viro itsenäistyi vasta vuonna 1991, eivätkä kaikki vieläkään maailmalla tiedä, että Viro ei ole enää osa Venäjää. Venäjän läheisyys saattaa edelleen hieman pelottaa Viroon ja Tallinnaan matkaavia. Tallinnassa ja sen läheisyydessä on melko vähän luontokohteita (Tallinn 2008; Lomamatkailija 2008; Revalhotels 2008; Aru, M. 2003, 50.). Tallinnan heikkouksiksi voidaan katsoa myös palvelutason vaihtelevuus (Tallinna pieni matkaopas 2008.).

Tallinnan kulttuuripääkaupunkivuonna 2011 on Tallinnalla mahdollisuutena saada lisää matkailijoita ja auttaa eurooppalaisia löytämään se Euroopan kartalta paremmin (Tallinn 2011, 17 - 18.). Jos eurooppalaisilla on turvaton kuva Tallinnasta ja Virosta, luulisi, että kulttuuripääkaupunkiyhteistyö Turun kanssa voisi auttaa eurooppalaisia tulemaan myös Tallinnaan vuonna 2011, Suomen turvallisemman maineen vuoksi (Lappalainen, P. 16.10.2008.). Edelleen nouseva elintaso Virossa mahdollistaa matkailijoiden palveluiden parantamisen Virossa ja Tallinnassa (Helsingin Sanomat 16.5.2008.). Tallinnassa tuntuisi olevan vieläkin ongelmana, että sinne

mennään, ainakin Suomesta, vain ostosmatkoille (Helsingin sanomat 19.12.2001.). Tallinnalla olisi mahdollisuus markkinoida muitakin tekemisen mahdollisuuksiaan kuten kulttuuria. Tallinkilla muun muassa teatteri-illan sisältävät hotellipaketit ovat kasvava tuoteryhmä, joka on saavuttanut suosiota viime vuosien aikana. Määrällisesti kulttuurimatkailu on kuitenkin Tallinnassa vielä vähäistä. (Helsingin sanomat 19.12.2001.) Tallinnassa on myös melko paljon kauttakulkturisteja, varsinkin suomalaisia, jotka tulevat autolautalla Tallinnaan ja jatkavat Via Balticaa pitkin matkaa muualle Eurooppaan. Houkutuksin ja markkinoimalla oikein, voisi Tallinna saada nämä kauttakulkturistit viipymään pidempään Tallinnassa. Lähialueille on helppo markkinoida kohteen läheisyyden takia. Tallinnasta on junayhteys Pietariin ja Moskovaan. Venäjältä olisi hyvät mahdollisuudet saada paljon matkustajia Tallinnaan ja Viroon. Venäjältä matkailu on kasvamassa. Toisaalta Tallinna voisi mainostaa itseään kaukomaille, kuten Kiinalle ja Japanille, kuinka ensin voisi matkustaa Tallinnaan ja sieltä nopeasti junalla Moskovaan tai Pietariin, käyttäen siten Venäjää hyödykseen. (MTV 3 31.05.2002.)

Inflaation uhkaa nostaa edelleen hintoja Tallinnassa, mikä vähentää ostosmatkailijoiden määrää. Myös majoituksen ja pääsylippujen hinnat nousevat inflaation myötä. (Tallinna pieni matkaopas 2008.) Tallinna alkaa olla tuttu kaupunki lähialuematkailijoille, kuten ruotsalaisille, suomalaisille, venäläisille ja muille baltialaisille, se on matkakohteena kulunut (Helsingin sanomat 19.12.2001.). Itämerellä on Tallinnalle suuri merkitys matkailullisesti. Sen saastuminen saattaa tehdä rajoituksia, esimerkiksi ison risteilyalusten päästämiseen Itämerelle saastuttamaan lisää. (Valli, M. 2007.)

Taulukossa 11 ovat Turun vahvuudet matkailukaupunkina Tallinnaan verrattuna ja taulukossa 12 ovat Tallinnan vahvuudet matkailukaupunkina verrattuna Turkuun. Kummatkin taulukot perustuvat edeltäviin SWOT-analyysihin.

Taulukko 11. Turun vahvuudet matkailukaupunkina Tallinnaan verrattuna

Turku	Tallinna
Turun saaristo	Melko vähän luontokohteita
Suomi jo pitkään EU:ssa	Viro liittynyt EU:in vasta 2000-luvulla
Uusi kohde, lähilähtöalueillekin	Tuttu jo monille
Muumimaaailma, varsinkin ruotsalaiset	Ei tunnettua huvipuistoa
Euro	Kruunu
Suomi on palveluiltaan toimiva maa	Virossa palvelutaso vielä vaihtelee

Taulukko 12. Tallinnan vahvuudet matkailukaupunkina Turkuun verrattuna

Tallinna	Turku
Pääkaupunki	Pääkaupungin varjo
Kylpylämatkailun suosio	Ei tunnettu kylpylämatkailusta
Venäjän kielen osaaminen	Venäjää ei puhuta paljoakaan
Hyvät ostosmahdollisuudet halvoihin hintoihin	Suomessa korkeahintataso
Venäjälle helppo markkinoida, lähellä	Venäjä ei niin lähellä

4 Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien näkemykset

Tässä kappaleessa käsitellään opinnäytetyössä käytettyä tutkimusmenetelmää, esitellään tutkimuksen kohteena olevat yritykset ja kerrotaan tutkimuksen sisällöstä, kulusta ja tuloksista. Tutkimus suoritettiin kirjoittajan työharjoittelun aikana Tukholmassa, keväällä 2008. Tutkimuksen kohteena ovat Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien ajatukset ja suunnitelmat Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuodeksi 2011 ja mielipiteet Turusta ja Tallinnasta.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen metodi on kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä, joka suoritettiin teemahaastatteluna. Tutkimuksessa haastateltiin Tukholmassa toimivia matkanjärjestäjiä. Tallink Silja Linelta haastateltiin markkinointipäällikköä Tapani Kauhasta, Viking Line Skandinaviens AB:lta markkinapäällikköä Per Jutea ja Favorit Kultur och Temaresor AB:n perustajaa Bernt Lennströmiä. Ensin tutustuttiin matkanjärjestäjien ”Suomi-tarjontaan” ja haastateltavat valittiin heidän profiloitumisen ja tarjontansa mukaan. Kaikilla haastatelluilla matkanjärjestäjillä on jo entuudestaan tarjonnassaan matkoja Turun seudulle. Haastattelut nauhoitettiin haastateltavan luvalla ja nauhat purettiin heti haastattelujen jälkeen, jotta haastateltavan eleetkin jäivät mieleen.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tavoitteena ymmärtää tutkimuskohdetta. Aineistona voi olla vain yksi tapaus tai yhden henkilön haastattelu. Toisaalta aineisto voi käsittää joukon yksilöhaastatteluja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 170.) Teemahaastattelu on yksi kvalitatiivisen tutkimuksen haastattelulajeista, mutta teemahaastattelu voi olla mukana myös kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 197.)

Teemahaastattelu on osoittautunut menetelmäksi, joka sallii tutkimuksen kohteeksi valittujen henkilöiden mahdollisimman luontevan ja vapaan reagoinnin. Vapaamuotoiset ja syvälliset keskustelut paljastavat asioita, joita tuskin voitaisiin saada selville muilla keinoin. Teemahaastattelu on menetelmä, joka hyvin toteutettuna ottaa huomioon ihmisen sekä ajattelevana että toimivana olentona. (Hirsjärvi & Hurme 1995, 8.)

Teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit eli teema-alueet ovat yleensä tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 197.) Teemahaastattelussa kohdennetaan teemoihin, jotka haastatteli on laatinut etukäteen teoreettisesta viitekehyksestä. Teemat voidaan jakaa pää- ja alateemoihin ja teemoihin liittyvät kysymykset

mietitään myös ennakkoon. Tutkija esittää haastatteluissa pääasiassa avoimia kysymyksiä, joihin ei ole valmiita vastausvaihtoehtoja. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2008.) Teemahaastattelun teemat valittiin pääasiassa opinnäytetyön kontekstiosuuden pohjalta.

Teemat, joita haastateltavilta kysyttiin tutkimuksessa olivat aiheiltaan:

- Turku matkailukaupunkina
- Mielenkiinto tarjota matkoja Turkuun vuonna 2011
- Tallinna matkailukaupunkina
- Turun ja Tallinnan yhteistyö
- Kulttuuripääkaupunkivuoden vaikutukset

Kysyttäessä minkälaisena kulttuurikaupunkina ja matkakohteena haastatellut yritykset näkivät Turun, saatiin tietää heidän mielipiteensä Turusta ja heidän haluistaan panostaa Turkuun yhtenä matkakohteena tarjonnassaan. Mielenkiinnosta tarjota matkoja Turkuun vuonna 2011 saatiin tietää matkanjärjestäjien tietämyksestä koko kulttuuripääkaupunkihankkeesta ja minkäläinen mielenkiinto heillä on vuotta 2011 kohtaan. Saatiin myös tietää, mitä he ovat yrityksessä asiasta puhuneet ja kuinka tärkeä vuosi 2011 tulee näille yrityksille olemaan. Tallinnakin tulee olemaan kulttuuripääkaupunki vuonna 2011, joten tiedusteltiin yritysten mielipiteitä myös Tallinnasta matkailukaupunkina. Turun ja Tallinnan yhteistyö -kysymyksillä selveni, millainen vaikutus yhteistyöllä on yritysten tarjontaan ja näkevätkö he, että kaupungit myisivät enemmän yksinään kuin yhdessä. Kulttuuripääkaupunkivuoden vaikutus -kysymyksillä haettiin takaa matkanjärjestäjien mielipidettä esimerkiksi Turun onnistumisesta kansainvälisyyden vahvistamistavoitteessaan ja muista tavoitteista sekä suunnitelmista.

Mainittujen Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien lisäksi opinnäytetyötä varten haastateltiin Turku 2011 -säätön ja Turku Touringin edustajia. Turku 2011 -säätön edustajana toimi tutkimusohjelmasuunnittelija Jukka Saukkolin. Turku Touringilta haastateltiin ohjelmapäällikkö Päivi Lappalaista, joka on Turku Touringin yhteyshenkilö Turku 2011 -säätön. Toisena henkilönä Turku Touringilta haastateltiin kansainvälistä markkinointipäällikköä Lena Suomista, joka vastaa Skandinavian, Euroopan saksankielisten maiden ja Iso-Britannian markkinoista.

Ennen tutkimustuloksia seuraavassa kappaleessa esitellään haastatellut yritykset. Esitellään millaisia matkoja yritys tekee Turun seudulle ja minkälaisia asiakkaita yrityksellä on. Näistä tiedoista Turku 2011 -säätö saisi tietoa, minkälaiset ovat haastateltujen yritysten profiilit.

4.2 Taustatietoa yrityksistä

Viking Line Skandinavien AB markkinoi Viking Linea Ruotsin ja Skandinavian markkinoilla. Se myös suunnittelee Tukholmasta lähtevien laivojen risteilyreitit ja risteilyt. Risteily- ja matkapakettimarkkinat Turkuun ovat pysyneet melko muuttumattomina viimeisen kahdeksan vuoden aikana. Viking Linen tarjonnasta Turkuun löytyy muutamia hotellipaketteja ja Muumimaa-ilmia sekä kylpyläpaketteja Naantalissa kylpylään. Viking Linen Turku-paketeissa kulttuuri näkyy teatteripaketeissa, Åbo Svenska Teater on tärkeä kohde Turussa. (Jute, P. 25.6.2008.)

Viking Linella Turussa jaetaan markkinat kahteen osaan. Ensin ovat ihmiset jotka ottavat auton laivaan mukaan ja jatkavat Turusta muualle Suomeen. Sitten ovat ruotsalaiset jotka menevät lomalle, viikonloppulomalle tai risteilylle, he ovat kiinnostuneita saamaan hyvän laivamatkan ja nähdä jotain Turussa. Viking Linen asiakkaille heidän kohteissaan tärkeitä ovat ostosten tekeminen, kohteeseen tutustuminen kävellen ja nähtävyydet. Yli 50 prosenttia Viking Linen markkinoista on vain risteilyjä. (Jute, P. 25.6.2008.)

Tallink Silja Linella on niin Turkuun kuin Tallinnaan yhteydet Tukholmasta. Sillä on tarjonnassaan Turkuun kulttuurimatkoja, lähinnä hotellipaketteja. Turkuun se tekee myös paljon paketteja Åbo Svenska Teateriin, jotka ovat lähinnä olleet bussioperaattorien omia paketteja. Kulttuuri on tärkeä puheenaihe Tallink Silja Linella paketteja rakentaessa. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Tallink Silja Line siirsi kesällä 2008 Turun reitille Silja Galaxy-laivan, joka on laivana uusi. Pääosa paketeista, joissa Silja Galaxyä käytetään hyväksi, ovat risteilyjä, mutta puhutaan myös kohde- ja hotellipaketeista. Tukholmalaisille Helsinki on Turkua paljon suositumpi ja tunnetumpi kohde, johon vaikuttaa se että Helsingin laiva seisoo satamassa päivän, jolloin matkustajilla on aikaa poistua laivasta ja tutustua Helsinkiin. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB:lla on vuonna 2008 ollut teatterimatkoja Helsinkiin ja muutama oopperamatka Helsinkiin ja Savonlinnaan. Turkuun heillä on vuonna 2008 matka, jossa aamiainen Turun linnassa, josta jatketaan Billnäsiin ja yöpyvät muutaman yön Naantalissa, josta tekevät päivämatoja pohjoisemmaksi. Suurimmassa osassa matkoistaan Suomeen Favorit Kultur och Temaresor AB käyttää laivayhtiöitä. Heidän asiakkaitaan eniten kiinnostaa kulttuurinlajeista musiikki, kuten ooppera. (Lennström, B. 27.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB:n matkojen myynti Suomeen on laskenut viimeisen viiden vuoden aikana. Kun yritys perustettiin, oli Suomi hyvin suosittu kohde ja myi hyvin. Silloin sillä oli noin 8-10 suosittua kiertomatkaa Suomeen vuodessa. Favorit Kultur och Temaresor AB:n on vaikea saada kannattavaksi yhden kaupungin matkoja, koska samanlaisia matkoja tekevät jo suuret yhtiöt Tallink Silja Line ja Viking Line. Favorit Kultur och Temaresor AB saa rahaa kiertomatkoista, koska ne ovat suosituimpia. (Lennström, B. 27.6.2008.)

4.3 Tutkimustulokset

Tutkimustuloksissa puretaan Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien Tallink Silja Linen, Viking Linen ja Favorit Kultur och Temaresor AB:n teemahaastattelut. Haastateltujen yritysten vastauksia ei voi yleistää, koska vastauksissa on paljon eroja ja vastaukset eriteltyinä Turku 2011 -säätio saa tietoa jokaisen matkanjärjestäjän omista suunnitelmista ja mielipiteistä.

4.3.1 Turku matkailukaupunkina

Verrattaessa Turkua Viking Linen muihin kohteisiin, Turku on hyvin pieni kohde. Tukholmalaisille Turku on kuin pieni kaupunki Tukholman ulkopuolella. Turkuun risteilyjen markkinaosuus on melko pieni. Ruotsissa asuville suomalaisille Turun satama on tärkeä kauttakulkukohde muualle Suomeen autolla matkustaessa. Muumimaailma on kesäaikana tärkeä ja vahva tuote Viking Linella. Muumimaailma kuitenkin myy vain kun se on Ruotsin televisiossa. Kylpyläpaketteja Tukholmasta tehdään Naantalın kylpylään, joka myy melko hyvin. Jos Åbo Svenska Teaterissa on jokin kuuluisa ja suosittu näytelmä on se myytävissä pakettina. (Jute, P. 25.6.2008.)

Viking Linen mukaan matkailu on Turussa hyvin kehittymätöntä. Turun Linna on mielenkiintoinen kohde matkailijoille, mutta linna on kiinni aamuisin kun laivat saapuvat Turkuun, joten Turussa ei olla kiinnostuneita matkailijoista, eikä Turussa olla halukkaita tekemään mitään täyttäkseen markkinat. Museot ja muut attraktiot ovat hyvin pieni osa Turkua, kulttuuri ei ole pääsyy matkustaa Turkuun. (Jute, P. 25.6.2008.)

Viking Linen mukaan Ruotsin markkinoilla pitää olla tietoinen siitä, että ihmiset voivat matkustaa Pariisiin, Lontooseen, melkein minne tahansa halvoin hinnoin, joten on hyvin vaikeaa saada ruotsalaiset kiinnostumaan Turusta matkakohteena. (Jute, P. 25.6.2008.) Tallink Silja Line taas on sitä mieltä, että Turussa on paljon nähtävää, eikä Turku häviä Tukholmasta Ryanairin yhteyksien päässä oleville Bremenille ja niin edelleen. Turku on Ryanairin kohteiden

kanssa samassa kategoriassa, sieltä löytyy niihin verrattuna yhtä paljon nähtävää, kunhan vain sinne saataisiin ihmiset käymään. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Tallink Silja Linen asiakkaille kysytyin kohde Turussa perheille on Muumimaailma. Turun kaupunki on suosittu kohde, siellä hienoa ovat Aurajoen ranta, kahvilat, pubit, baarit ja muut aktiviteetit. Muita mieluisia kohteita ovat Tuomiokirkko, Holiday Club Caribia ja Naantalin kylpylä. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Tukholmassa lähes kaikki ovat käyneet Turun risteilyllä, mutta harva on käynyt Turussa missä. Tallink Silja Linella, ennen Silja Galaxyn tuloa, Turun laivoista toinen meni Kapelskäriin. Nyt molemmat menevät Tukholmaan, joten Tallink Silja Line pystyy markkinoimaan Turun matkoille pakettia, jossa asiakas poistuu laivasta päiväksi Turkuun tutustuakseen ja lähtee takaisin Tukholmaan iltalaivalla. Viime vuosina Tallink Silja Linen kohteista Turku on ollut aika stabiili, mutta uskotaan, että Galaxyn myötä matkustajamäärät Turkuun saadaan nostettua ja toivotaan, että määrät nousevat lisää kulttuuripääkaupunkivuonna. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB:n mukaan matkailijoita Turussa kiinnostaa historia. Aboa Vetus & Ars Nova -museolla on hyvä yhdistelmä historiaa ja taidetta, mutta se ei ole kovin tunnettu kohde Ruotsissa. Ruotsissa vanhemmat ihmiset, noin 70 – 75 -vuotiaat muistavat vielä Suomen ja Ruotsin välisen historian ja ovat siitä kiinnostuneita, mutta nuoremmat eivät tiedä siitä paljoakaan. Turku on mielenkiintoinen kohde, mutta laivayhtiöt vievät kaikki Favorit Kultur och Temaresor AB:n asiakkaat halvemmilla hinnoilla. (Lennström, B. 27.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB:n teatterimatkojen tarjonta Åbo Svenska Teateriin riippuu siitä mitä esityksiä on tarjolla. Turussa se on käyttänyt Sokos hotels -ketjun hotelleja, joista Hamburger Börs on paras sijaintinsa vuoksi. (Lennström, B. 27.6.2008.) Taulukosta 13. voi nähdä haastateltujen matkanjärjestäjien luettelemat Turun vetovoimatekijät

Taulukko 13. Turun vetovoimatekijät haastateltujen matkanjärjestäjien mukaan (Jute, P. 25.6.2008.; Kauhanen, T. 11.6.2008.; Lennström, B. 27.6.2008.)

Turun kaupunki	Historia
Aurajoen ranta	Aboa Vetus & Ars Nova
Tuomiokirkko	Åbo Svenska Teater
Muumimaailma	Kahvilat
Naantalin kylpylä	Pubit ja Baarit
Holiday Club Caribia	

4.3.2 Mielenkiinto tarjota matkoja Turkuun vuonna 2011

Viking Line Skandinavian AB:ssa ei tunneta Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkiprojektia kovinkaan hyvin, tietävät että Turku tulee olemaan vuoden 2011 kulttuuripääkaupunki. Viking Line ei ole saanut infoa Turun kulttuuripääkaupunkiprojektista Turku 2011 -säätöiltä tai Turku Touringilta. Viking Linella ei ole suuria odotuksia vuoden suhteen, eikä usko vuoden 2011 olevan tärkeä Viking Linelle. Viking Line ei tiedä mitä Turku 2011 -säätö ja Turku Touring haluaisivat tehdä kulttuuripääkaupunkivuonna Turussa, minkälaista ohjelmaa vuonna 2011 on luvassa. (Jute, P. 25.6.2008.)

Yleensä Viking Linella tiedetään kulttuuripääkaupunkikonseptista sen verran että kulttuuripääkaupungilla on sinä vuonna enemmän museoita auki. Viking Linella ei ollut Helsingin kulttuuripääkaupunkivuonna 2000 mitään extraa, koska Viking Linen mukaan kulttuuri ei ole suuri vetovoimatekijä matkailussa. Jos Helsingillä oli kulttuuripääkaupunkivuotenaan enemmän teatteria, se oli suomenkielistä, joka ei kiinnosta Viking Linen ruotsalaisia asiakkaita. Viking Linen asiakkaita kiinnostavat tapahtumat. (Jute, P. 25.6.2008.)

Tallink Silja Line Tukholmassa tietää Turku 2011 -projektista sen, mitä paikallisten maiden turistitoimistot ovat siitä viestittäneet ja mitä lehdistä lukenut. Tallink Silja Linen on tarkoitus hyödyntää kulttuuripääkaupunkivuotta niin paljon kuin mahdollista, koska molemmat kulttuuripääkaupungit, Tallinna ja Turku, ovat sen tärkeitä kohteita. Tallink Silja Linen rooli ja Turkuun lisääntyvän matkustuksen määrä kulttuuripääkaupunkiprojektissa riippuu paljon Turku Touringista ja Visit Finland AB:sta, joka on Suomen Matkailun edistämiskeskuksen toimipiste Tukholmassa. Niin on myös Tallinnan kulttuuripääkaupunkivuoden kanssa. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Tallink Silja Linen markkinoinnissa ja paketeissa ajatukset käyvät jo vuodessa 2011, mutta tällä hetkellä eletään vuotta 2008 ja suunnitellaan paketteja vasta vuodeksi 2009. Pian saksalaiset matkanjärjestäjät alkavat ajattelemaan elämää vuonna 2010, joten heille Tallink Silja Linella pitää alkaa pian esittämään ideoita ja paketteja, joissa ovat kulttuuripääkaupunkiajatukset jo mukana. Tukholman Tallink Silja Linen myyntikonttorin suunnitelmat ovat vasta ideatasolla vuoden 2011 osalta. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Jos kulttuuripääkaupungeina olisivat Helsinki ja Tallinna olisi Tallink Silja Linella ehdottomasti myytävänä pakettina Tukholma-Helsinki-Tallinna, triangelpaketti. Nyt Tallink Silja Linen pitää kuitenkin pystyä suunnittelemaan se myös Turkuun. Se on ehkä helpoin tehdä matkanjärjestä-

jätuotteena, ”Kaksi Euroopan kulttuuripääkaupunkia yhdellä matkalla”, esimerkiksi laivalla ensin Turkuun, sitten bussilla tai junalla Helsinkiin, josta laivalla yli Tallinnaan ja laivalla takaisin Tukholmaan. Individuaaleille paketti olisi vaikeampi myydä, koska mukana juna- tai bussimatkat, mutta jotenkin sitäkin pystyttäisiin markkinoimaan. Risteilyä Turku-Tallinna välille Tallink Silja Linella ei pidä kovin konkreettisenä ideana. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Tallink Silja Linella toivotaan, että ihmisille jää Turusta hyvä mielikuva vuoden jälkeen. On kuitenkin Turun asia, miten he kulttuuripääkaupunkivuotensa esittävät, että sieltä löytyy sellaista mistä ruotsalainenkin pitää. Tallink Silja Linen mukaan kulttuuripääkaupunkivuoden tarjonta on suunnattu melkein kaikille. Se toivoo, että Tallinna ja Turku pystyvät tarjoamaan kaikille jotakin. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB:lla ei tiedetty, että Turku ja Tallinna tulevat olemaan Euroopan kulttuuripääkaupunkeja vuonna 2011. Sillä ei ole ollut aikaisemmin tarjonnassaan matkoja kulttuuripääkaupunkeihin. Favorit Kultur och Temaresor AB voisi tehdä Turkuun vuonna 2011 matkoja, mutta matkan kohteena ei kannata olla vain Turku, vaan heidän pitää suunnitella matkalla myös jotain muuta, koska heidän asiakkansa toivovat monta kohdetta yhdelle matkalle. (Lennström, B. 27.6.2008.)

Jos Turussa on vuonna 2011 mielenkiintoisia musiikkiesityksiä, taidetta, uusi areena tai jotain tapahtuisi linnassa, voisi Turkuun järjestää mielenkiintoisia matkoja. Ruotsin ja Suomen yhteinen historia voisi kiinnostaa ihmisiä. Ruotsalaiset tietävät Suomesta vain Kauppahallit Turussa ja Helsingissä ja venäläiset. Saaristo ei kiinnosta ruotsalaisia Suomessa, koska Ruotsista löytyy oma saaristo. (Lennström, B. 27.6.2008.)

4.3.3 Tallinna matkailukaupunkina

Tukholmasta Tallinnaan Viking Linella on noin viisi risteilyä vuodessa. Viking Linen asiakkaita ei myöskään kiinnosta mennä Tallinnaan niin, että he risteilisivät ensin Helsinkiin sieltä Tallinnaan. Tallinnassa Viking Linen asiakkaita kiinnostaa historiallinen osa, ostosten tekeminen ja kylpylät. Viking Line ei usko järjestävänsä enemmän risteilyjä Tukholmasta Tallinnaan sen kulttuuripääkaupunkivuonna. (Jute, P. 25.6.2008.)

Tallink Silja Linella on kaksi laivaa, jotka risteilevät Tukholmasta Tallinnaan samalla systeemillä kuin Helsinkiin, eli laiva seisoo päivän Tallinnan satamassa. Tallink Silja Linen mukaan Baltian matkailun on jatkuvasti nousussa. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Tallinnaan Favorit Kultur och Temaresor AB:lla on paljon tarjontaa, jonne he matkustavat lentäen. Tallinnan matkojen kanssa he yhdistävät usein Vilnan, Narvan, Riikan ja muita Baltian kaupunkeja. Viro myy Favorit Kultur och Temaresor AB:lla melko hyvin, koska se on vielä uusi kohde. Matkustus Tallinnaan on Ruotsista kasvussa. (Lennström, B. 27.6.2008.)

4.3.4 Turun ja Tallinnan yhteistyö

Viking Linella ei tiedetty, että Tallinna ja Turku tulevat olemaan kulttuuripääkaupunkeja samana vuonna. *Turku palaa* -hakemuksessa esillä ollut ehdotus kulttuuripääkaupunkiristeilyistä tai säännöllisistä risteilyistä Tallinnan ja Turun välillä kulttuuripääkaupunkivuonna ja Itämeren risteilyistä Tallinna-Pietari-Turku-Tukholma välillä olisivat Viking Linen mukaan vaikeaa saada kannattavaksi. Itämeriristeilyn kohteista vain Pietari olisi hieman kiinnostava, Viking Linen mukaan. Viking Line näkee, että Itämeren alueen matkailu kokonaisuudessaan on kasvussa. Alue kiinnostaa Skandinavian ulkopuolella asuvia ihmisiä. (Jute, P. 25.6.2008.)

Tallink Silja Linelle on hyötyä siitä, että Turku ja Tallinna ovat kulttuuripääkaupunkeja yhtä aikaa. Molemmat kohteet ovat volyymeiltaan suuria. Tallinna ja Turku sopivat yhteen kulttuuripääkaupungeina, molemmista kaupungeista löydetään puhuttavaa ja näytettävää. Tallinna on näyttävämpi kaupunki, vanhan kaupungin suhteen, mutta Turulla on myös paljon historiallisesti arvokkaita nähtävyyksiä ja elementtejä. Turussa oleva Aboa vetus on hyvin mielenkiintoinen kohde, jossa historiaa näytetään uudella lailla. Tallink Silja Linen mielestä idea laivayhteydestä Turun ja Tallinnan välillä ei kuulosta mahdottomalta. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Tallink Silja Linella toivotaan, että kulttuuripääkaupunkiprojekti vaikuttaa Itämeren matkailuun erittäin positiivisesti. Etelä-Euroopasta tulee joka vuosi tietty määrä matkailijoita Itämeren alueelle. Euroopassa kulttuuripääkaupunkiprojektin pitäisi olla kova sana, joten sen luulisi tuovan vuonna 2011 enemmän matkailijoita Itämerelle muualta Euroopasta kuin yleensä. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB:n mielestä on todella hyvä, että Tallinna ja Turku ovat kulttuuripääkaupunkeja samana vuonna. Jos kummatkin kaupungit tekevät jotain yhdessä, järjestävät näyttelyjä, esityksiä ja niin edelleen, se olisi todella kannattavaa. Se ei osaa sanoa kumpi kaupunki tulee hyötymään kulttuuripääkaupunkiprojektista matkailullisesti enemmän. Favorit Kultur och Temaresor AB uskoo, että jos Turku ja Tallinna tekevät jotain yhdessä, he ovat molemmat voittajia. (Lennström, B. 27.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB voisi järjestää mielenkiintoisia paketteja, kuten Tukholma – Turku – Tallinna – Tukholma paketteja jos risteilyt Turun ja Tallinnan välillä onnistuisivat. Se pitää myös *Turku palaa* -hakemuksessa esitettyä Itämeren risteilyä mielenkiintoisena ideana. Favorit Kultur och Temaresor AB näkee Itämeren matkailun nousevan tulevaisuudessa, koska kaikki matkailu kasvaa. Itämeren maat ovat mielenkiintoisia eurooppalaisille ja amerikkalaisille. Jos Turku ja Tallinna tekevät jotain yhdessä kulttuuripääkaupunkivuonna tulee Itämeren matkailu Euroopasta lisääntymään. (Lennström, B. 27.6.2008.)

4.3.5 Kulttuuripääkaupunkivuoden vaikutukset

Viking Line ei usko, että Turun yksi tärkeimmistä tavoitteista kulttuuripääkaupunkivuodeksi asetettu kansainvälisyyden vahvistaminen, että eurooppalaiset tulisivat löytämään Turun kartalta, tulee toteutumaan. Turulla on hyvin vähän mitä tarjota, jos vertaa esimerkiksi Tallinnaan, Riikaan ja Tukholmaan. (Jute, P. 25.6.2008.) Tallink Silja Linen mielestä Turun tavoitetta kansainvälisyyden vahvistamisesta tulee kulttuuripääkaupunkiprojekti auttamaan paljon (Kauhanen, T. 11.6.2008.). Favorit Kultur och Temaresor AB uskoo, että Turun tavoite vahvistaa kansainvälisyyttä Euroopassa kulttuuripääkaupunkiprojektin kautta tulee toteutumaan (Lennström, B. 27.6.2008.).

Viking Line ei usko, että matkustajien määrät Turkuun tulisivat lisääntymään kulttuuripääkaupunkivuoden ansiosta. Viking Line ei tiedä mitä Turussa voitaisiin tehdä, jotta Turku olisi mielenkiintoinen matkailukohde ja houkuttelisi lisää matkailijoita. Viking Linella toivotaan, että Turussa matkailu kehittyä, koska se olisi tarpeellista. Viking Linen mukaan kulttuuripääkaupunkiprojekti on vain kulttuuria ja kulttuuri ei ole matkailussa mielenkiintoista. Matkustajien määrän nousu Turussa on kiinni Turku 2011 -organisaatiosta, mitä he tekevät vuonna 2011 matkailun hyväksi. (Jute, P. 25.6.2008.)

Tallink Silja Line uskoo että matkustus Tukholmasta Turkuun tulee lisääntymään kulttuuripääkaupunkiprojektin vaikutuksesta. Hän ei kuitenkaan osaa sanoa tuleeko matkustus lisääntymään paljon vai vähän. Turku tulee hyötymään kulttuuripääkaupunkivuodesta matkailijamäärän nousussa enemmän kuin Tallinna. Tallinna alkaa olla jo kuin Helsinki, se tiedetään ja tunnetaan. (Kauhanen, T. 11.6.2008.)

Favorit Kultur och Temaresor AB uskoo, että matkustus Ruotsista ja Tukholmasta tulee lisääntymään Turkuun kulttuuripääkaupunkivuoden aikana. Vuosi on mielenkiintoinen ihmisille, jos koko vuoden aikana on paljon tapahtumia ja tekemistä, kuten näyttelyjä ja musiikkiesityksiä. (Lennström, B. 27.6.2008.)

4.4 Yhteenveto

Suurin osa haastatelluista matkanjärjestäjistä piti Turun kulttuuritarjontaa hyvänä. Kehuja saivat ainakin arkkitehtuuri ja historia. Ainoastaan matkanjärjestäjä Viking Line ei ollut sitä mieltä, että kulttuuri olisi pääsyy matkustaa Turkuun, eikä pitänyt Turkua muutenkaan kovin matkailullisena kaupunkina.

Kaikki haastatellut matkanjärjestäjät järjestävät pakettimatkoja Turussa Åbo Svenska Teateriin. Åbo Svenska Teaterin tarjonta vaikuttaa paljon pakettien muodostamiseen ja niiden kysyntään. Suurimmalle osalle haastatelluista matkanjärjestäjistä suosituin kohde Turun seudulla on Muumimaailma, joka myy hyvin. Ainoastaan Favorit Kultur och Temaresor AB ei mainitse Muumimaailmaa kohteenaan, mutta haastattelusta on saatu vaikutelma, että sen asiakkaisiin ei kuulu paljon lapsiperheitä, joille Muumimaailma on enemmän suunnattu.

Kaikki haastatellut matkanjärjestäjät kertoivat Itämeren matkailun olevan nousussa ja alueen ulkopuolisten matkailijoiden pitävän Itämeren aluetta mielenkiintoisena kohteena. Tallink Silja Line uskoo kulttuuripääkaupunkiprojektin vaikuttavan Itämeren matkailuun erittäin positiivisesti. Favorit Kultur och Temaresor AB uskoo Itämeren matkailun Euroopasta lisääntyvän, jos Turku ja Tallinna tekevät kulttuuripääkaupunkivuonna jotain yhdessä.

Turun kansainvälisyyden vahvistamistavoitteesta haastatellut ovat eri mieltä. Viking Line ei usko kulttuuripääkaupunkivuoden auttavan eurooppalaisia löytämään Turkua kartalta, Tallink Silja Line uskoo vuoden auttavan Turkua vahvistamaan kansainvälisyyttään. Favorit Kultur och Temaresor AB uskoo Turusta tulevan kansainvälisempi kulttuuripääkaupunkivuoden 2011 ansiosta.

Tutkimuksessa haastatellut matkanjärjestäjät tiesivät hyvin vähän Euroopan kulttuuripääkaupunkivuodesta 2011. Suurin osa tiesi kuitenkin Turun olevan Euroopan kulttuuripääkaupunki vuonna 2011. Ainoastaan Favorit Kultur och Temaresor AB ei tiennyt koko asiasta mitään. Suurin osa haastatelluista uskoo että matkustus Ruotsista ja Tukholmasta Turkuun tulee lisääntymään kulttuuripääkaupunkiprojektin vaikutuksesta. Viking Line ei usko näin käyvän. Viking

Line ei tiedä mitä Turussa voitaisiin tehdä, jotta Turku olisi mielenkiintoinen matkailukohde ja houkuttelisi lisää matkailijoita. Viking Linen mukaan kulttuuripääkaupunkiprojekti on vain kulttuuria ja kulttuuri ei ole matkailussa mielenkiintoista.

Suurin osa haastatelluista matkanjärjestäjistä pitää Turun ja Tallinnan yhteistyötä kulttuuripääkaupunkivuoden saralla todella hyvänä asiana. Mielenkiintoisempaa paikkana. Mielipiteet siitä, kumpi kaupunki tulee hyötymään vuodesta enemmän eroavat. Viking Line pitää Tallinnaa mielenkiintoisempana paikkana. Tallink Silja Line uskoo Turun hyötymään vuodesta enemmän, koska Tallinna alkaa olla jo kuin Helsinki, se tiedetään ja tunnetaan. Favorit Kultur och Temaresor AB ei osaa sanoa kumpi kaupunki tulee hyötymään kulttuuripääkaupunkiprojektista matkailullisesti enemmän, jos Turku ja Tallinna tekevät jotain yhdessä, he ovat molemmat voittajia.

Kun kyseisiä matkanjärjestäjiä haastateltiin, ei varsinaisia ohjelmanumeroita vuotta 2011 ollut vielä suunniteltu, eli tiedossa ei vielä ollut mitä itse asiassa tulee tapahtumaan Turussa ja Tallinnassa vuonna 2011. Tämän vuoksi oli melko vaikeaa saa haastatelluilta vastauksia, koska heillä ei ollut oikein käsitystä mitä vuosi 2011 voisi tuoda tullessaan. Suunnitellakseen tarjontaansa vuodeksi 2011 tarvitsee matkanjärjestäjien tietää kenelle ja mitä Turussa ja Tallinnassa ohjelmaa on tarjolla. Vaikka matkanjärjestäjien on vielä vaikea tehdä suunnitelmia tarjontaansa vuodeksi 2011, oli kuitenkin mielenkiintoista tutkia heidän mielipiteitään ja ajatuksiaan Turusta ja Turun kulttuuripääkaupunkivuoden 2011 tavoitteista ja suunnitelmista. Tämä siksi, että haastatellut matkanjärjestäjät ovat tärkeitä matkailuntoimijoita Turulle ja heidän mielipiteensä erosivat toisistaan välillä erittäin paljon. Varsinkin Viking Linen mielipiteet olivat joissakin asioissa erittäin negatiiviset Turkuun kohtaan. Viking Line on yksi suurimmista Turkuun matkoja tekevistä matkanjärjestäjistä.

Taulukosta 14 on nähtävillä yhteenveto, jossa vertaillaan haastateltujen vastauksia merkittävistä kysymyksistä. Taulukosta näkyy, kuinka haastateltujen vastaukset eroavat joissakin kohdin hyvin paljon toisistaan ja joissakin yhtäläisyyksiä vastauksissa on paljon.

Taulukko 14. Yhteenvedotaulukko, perustuen opinnäytetyössä tehtyjen matkanjärjestäjien haastattelujen tuloksiin

	Viking Line	Tallink Silja Line	Favorit Kultur och Temaresor
Mielipiteet Turusta	Turku on pieni matkailukohde. Kulttuuri ei ole pääsyy matkustaa Turkuun. Matkailu on Turussa hyvin kehittämätöntä	Turusta löytyy Ryanair:in kohteisiin verrattuna yhtä paljon nähtävää. Hienoa ovat Aurajoen ranta, kahvilat, pubit, baarit ja muut aktiviteetit	Matkailijoita Turussa kiinnostaa historia. Turku on suosittu kohde.
Saatu tieto vuodesta 2011	Tiesi Turun olevan kulttuuripääkaupunki vuonna 2011, mutta Tallinnasta ei tiedetty.	Saanut tietoa asiasta paikallisilta matkailutoimistoilta	Ei tiennyt Turun ja Tallinnan olevan kulttuuripääkaupunkeja vuonna 2011
Tietämys kulttuuripääkaupunkihankkeesta	Tietää hankkeesta hyvin vähän. Luultavasti museoita on enemmän Turussa auki.	Kulttuuripääkaupunkivuoden tarjonta on suunnattu lähes kaikille.	Ei aikaisemmin tarjonnassaan matkoja kulttuuripääkaupunkeihin
Odotukset kulttuuripääkaupunkivuodesta	Ei suuria odotuksia, ei uskota vuoden 2011 olevan tärkeä Viking Linelle	Toivoo, että ihmisille jää Turusta hyvä mielikuva vuoden jälkeen.	Voisi tehdä matkoja Turkuun vuonna 2011, Kannattavaa, jos Turku ja Tallinna tekevät ohjelmaa yhdessä
Kansainvälistymistavoite	Ei usko toteutuvan	Uskoo kulttuuripääkaupunkivuoden auttavan asiaa	Uskoo Turun kansainvälistymistavoitteen onnistuvan
Matkailijamäärien nousu Turussa kulttuuripääkaupunkivuonna	Ei usko matkailijamäärien nousevan	Uskoo matkailijamäärien nousevan	Uskoo matkailijamäärien nousevan
Risteilyt	Ei näe risteilyjä kannattavina	Kulttuuripääkaupunkiristeily-idea ei kuulosta mahdollomalta	Voisivat hyödyntää tuotannossaan, jos risteilyt onnistuisivat
Mielipiteet Tallinnasta	Ei usko, sillä olevan enemmän tarjontaa Tallinnaan v.2011, mielenkiintoisempi kuin Turku	Baltian matkailun on kokoajan nousussa. Tallinna alkaa olla jo kuin Helsinki, se tiedetään ja tunnetaan.	Matkustus Tallinnaan Ruotsista kasvussa. Sillä on Tallinnaan paljon tarjontaa.
Mielipiteet Tallinnan ja Turun yhteistyöstä	Ei usko yhteistyön auttavan Turku	Hyötyä, että Tallinna ja Turku ovat kulttuuripääkaupunkeja yhtä aikaa	Molemmat kaupungit ovat voittajia, jos he tekevät asiota yhdessä

5 Kehitysehdotukset

Seuraavat kehitysehdotukset annettiin Turku 2011 -säätöille vuoden 2011 suunnittelua varten. Kehitysehdotukset perustuvat opinnäytetyön kontekstiin, teoriaan ja haastatteluihin.

Haastatteluista kävi ilmi, että matkanjärjestäjät odottavat kulttuuripääkaupunkivuoden suunnittelijoilta Turun ohjelmakalenteria vuodelle 2011, jotta voivat varsinaisesti alkaa suunnittelemaan tarjontaansa Turkuun sille vuodelle. Jotta vuosi 2011 olisi Turussa matkailullisestikin onnistunut, pitäisi vuoden ohjelmakalenterista tiedottaa matkailuntoimijoita mahdollisimman pian. Hankehaku on päättynyt vuonna 2008 ja mahdollisia ohjelmanumeroita vuodeksi 2011 vasta suunnitellaan ja mietitään. Matkanjärjestäjien on jo pian annettava tietoa ulkomaalaisille yhteistyökumppaneilleen Turun tarjonnasta vuotta 2011 varten. Turku Touringin mukaan matkailussa markkinointi on helpompaa mitä aiemmin se voidaan aloittaa. Kaukomaille kuten Kiinalle, Japanille ja Yhdysvalloille vuoden 2011 markkinointi pitää aloittaa vuonna 2009 viimeistään. Markkinointia ei voida oikein tehdä ilman tietoa vuoden 2011 tapahtumakalenterista. Jollei koko ohjelmaa pystytä vielä kertomaan, voisi Turku 2011 -säätö pyrkiä antamaan tietoa vuoden päätapahtumista jo nyt.

Suurin osa haastatelluista matkanjärjestäjistä painottaa kulttuuripääkaupunkivuoden olevan tuottoisampi mitä enemmän Tallinna ja Turku tekevät vuotta ja tapahtumia yhdessä. He toivovat voivansa tehdä yhteispaketteja kumpaankin kulttuuripääkaupunkiin, kuten ”Kaksi Euroopan kulttuuripääkaupunkia yhdellä matkalla”. Jos säännölliset risteilyt Turun ja Tallinnan välillä ovat mahdollisia, olisivat matkanjärjestäjät halukkaita tekemään risteilykiertomatkoja. Reittinä voisi olla esimerkiksi Tukholmasta Turkuun, sieltä Tallinnaan, josta takaisin Tukholmaan. Turku 2011 -säätö kilpailuttaa syksyllä 2008 Euroopan Unionin alueella toimivia kaupallisia laivayhtiöitä. Viking Line ei tunnu olevan kiinnostunut kulttuuripääkaupunkivuodesta niin Turussa kuin Tallinnassa, eikä myöskään kulttuuripääkaupunkiristeilyistä Turun ja Tallinnan välillä, joten olisi varmasti parasta ottaa yhteys muihin varustamoihin ja kysellä heidän kiinnostustaan asiaan. Itämeren risteilyt kiinnostaisivat varmasti varsinkin Itämeren ulkopuolisia matkailijoita, kuten amerikkalaisia. Risteilylle suunniteltua reittiä Turku-Pietari-Tallinna-Tukholma-Maarianhamina voisi pyrkiä laajentamaan muuallekin Itämerellä.

Tutkimuksessa haastatellut matkanjärjestäjät tiesivät hyvin vähän Euroopan kulttuuripääkaupunkivuodesta 2011. Suurin osa tiesi kuitenkin Turun olevan Euroopan kulttuuripääkaupunki vuonna 2011. Ainoastaan Favorit Kultur och Temaresor AB ei tiennyt koko asiasta mitään. Kulttuuripääkaupunkivuodesta on tiedotettava enemmän varsinkin matkanjärjestäjiä. Tallink

Silja Linen mukaan tärkeimpiä matkailun tiedottajia Turun tapahtumista ja matkailusta ovat Visit Finland AB ja Turku Touring. Turku Touringin mukaan matkailuntoimijoita ei kiinnosta, kuka on valittu johtajaksi tai mikä kaupunki kulttuuripääkaupungiksi vaan se mitä itse asiassa tulee Turussa tapahtumaan vuonna 2011 ja mikä on vuoden ohjelmakalenteri.

Matkailijamäärien kasvutavoitteeseen Turussa päästään, jos Turun markkinointiin satsataan ja Turussa on paljon erilaista tekemistä ja tapahtumaa vuonna 2011. Jotta matkailijamäärät pysyisivät vuoden 2011 tavoitteessa myös vuoden jälkeen, on kulttuuripääkaupunkivuoden annettava Turusta mielikuvallisesti hyvä kuva. Turun kulttuuripääkaupunkivuoden tapahtumiin odotetaan 2 -3 miljoonaa osallistujaa. Tähän auttaisi kovasti esimerkiksi jokin kansainvälisesti tunnettu tapahtuma kuten The Tall Ships' Races Baltic. Turku on tapahtuman isäntäkaupunkina vuonna 2009, ja Turun olisi kannattavaa olla isäntäkaupunkina myös 2011. Turusta mielenkiintoisen kuvan luomiseen auttaa varmasti myös *Santa Claus' Christmas Concert* tv-ohjelmasarja, jonka tavoitteena on vuonna 2009 esittää se 40 maassa ja kerätä 200 miljoonaa katsojaa. Aiempien kulttuuripääkaupunkien kokemuksista on todettu, että kulttuuripääkaupunkivuosi auttaa eniten pieniä kaupunkeja matkailijamäärien nousussa.

Lentoyhteys Pietarista Turkuun olisi kannattava venäläisten matkailijoiden kannalta. Venäläiset ovat kasvava matkustajaryhmä Turussa ja suora lentoyhteys suuresta venäläisestä kaupungista kuten Pietarista auttaisi varmasti tuomaan vain enemmän matkailijoita Turkuun. Lentoyhteyden luominen Turun ja Pietarin välille toisi varmasti Turkuun myös paljon venäläisiä kokousasiakkaita. Vuonna 2011 on tavoitteena, että Turussa järjestetään eniten erilaisia kansainvälisiä kokouksia sekä kokousten että osallistujien määrällä mitattuna. Tässä voidaan onnistua jos kokoustenpitopaikkoja markkinoidaan oikeille yrityksille. Esimerkiksi kulttuurialojen yrityksille, joita voisi samalla kiinnostaa tutustua kulttuuripääkaupunkivuoden kulttuuritarjontaan. Rakentamalla Turkuun uusi kokousten pitopaikka voisi myös kiinnostaa yrityksiä tulla Turkuun pitämään kokouksiaan.

Euroopan kulttuuripääkaupunkien tärkeimpiä markkinointikanavia ovat olleet paikalliset ja kansalliset matkailutoimistot. Tärkeitä ovat olleet myös TV, radio, sanomalehdet ja aikakauslehdet, ne ovat medioita joita suurin osa ihmisistä seuraa. Jotta Turkuun saataisiin paljon kävijöitä niin Suomesta kuin ulkomailtakin, pitää vuotta 2011 markkinoida hyvin ja kaikille, joka segmentille kuitenkin niihin omalla vetoavalla tavalla. Ruotsalaiset matkustavat eniten kesälomien aikana keskikesäkuusta keskielokuuhun. Tuona aikana kulttuuripääkaupunkiohjelmaan Turkuun olisi hyvä kehittää ohjelmaa, mikä kiinnostaa varsinkin ruotsalaisia. Turku Touringin mukaan Yli 50 -vuotiaita ruotsalaisia kiinnostaa Turussa Suomen ja Ruotsin yhteinen historia

ja historialliset nähtävyydet, kuten Turun linna. Ruotsalaisia kiinnostavat myös kylpylät. Kesällä Muumimaailma on huipputuote. Ruotsalaisia veneilijöitä kiinnostaa Turun saaristo. Keskitämällä markkinointi näihin teemoihin ja kohteisiin ruotsalaisille markkinoimisessa saataisiin ruotsalaisia paljon Turkuun. Turku Touringin mukaan Ruotsissa kulttuuri jaotellaan neljään eri määritelmään, on hieno kulttuuri, kulttuuri ja urheilukulttuuri ja muu kulttuuri. Markkinoinnissa ruotsalaisille pitää myös painottaa ja kertoa, että kulttuuripääkaupungin kulttuuritarjonta ei ole vain hienoa kulttuuria vaan kulttuuria kaikille.

Turku Touringin mukaan Merkkivuosi 2009, jolloin tulee kuluneeksi 200 vuotta Suomen ja Ruotsin yhteisestä historiasta, tulee olemaan Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden hyvää markkinointiaikaa Ruotsissa. Jos Turun asemaa Suomen ja Ruotsin välisestä historiasta nostetaan vuonna 2009 hyvin esille ja samalla kerrotaan Turun olevan kulttuuripääkaupunki vuonna 2011, saadaan tehtyä hyvää markkinointia vuotta 2011 varten. Turku Touringin lisäksi haastatelluista matkanjärjestäjistä Favorit Kultur och Temaresor AB painottavat Turulla olevan hyvä mahdollisuus markkinoida kulttuuripääkaupunkivuottaan Ruotsissa Merkkivuonna 2009. Markkinointi kannattaa kohdistaa varsinkin vanhemmalle sukupolvelle jotka vielä muistavat ja ovat kiinnostuneita Suomen ja Ruotsin yhteisestä historiasta.

Jotta Turun kulttuuripääkaupunkivuoden tavoite vahvistaa kansainvälisyyttään onnistuu pitää Turku ja vuotta 2011 markkinoida hyvin paljon. Turun on saatava ohjelmistoonsa sellaista, joka kiinnostaa eurooppalaisia, jotta kaupunki jää mieleen ja Turku saadaan Euroopan kartalle. Eurooppalaisten matkanjärjestäjien tarjontaan on yritettävä saada Suomesta Turku. Tallink Silja Linen mukaan kulttuuripääkaupunkihanke on kova sana Euroopassa. Jos eurooppalaisten matkanjärjestäjien tarjonnassa on Turku hyvin esillä, kiinnostaisi se varmasti eurooppalaisia matkustamaan Turkuun vuonna 2011. Vuoden kulttuuritarjonnasta ei myöskään pidä olla pelkästään suomenkielistä ohjelmaa vaan ohjelmaa kaikille, eli vähintään ohjelmaa englanniksi. Kulttuuripääkaupunkivuoden markkinoimisessa voisi tuoda esille asioita Suomesta jotka ovat jo tunnettuja Euroopassa, kuten Sauna, Nokia, Joulupukki ja suomalaisia yhtiöitä kuten Lordi ja HIM. Nämä tunnetut asiat Suomesta kertoisivat eurooppalaisille, että nämä todella ovat suomalaisia tuotteita ja Suomesta ja Turusta löytyy muutakin hyvää. Kansainväliseen TV-mainokseen voitaisiin ottaa esimerkiksi Lordi mainostamaan Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuotta.

Vuodet ennen vuotta 2011 ovat hyvää testiaikaa erilaisille suunnitelmille, jotka ovat tarkoitus toteuttaa itse kulttuuripääkaupunkivuonna. Esimerkiksi suunniteltuja infopisteitä matkustajastamaan, rautatieasemalle ja lentoasemalle matkustajille voitaisiin avata osaksi vuotta jo nyt,

jotta nähtäisiin niiden toimivuus ja kannattavuus ennen kulttuuripääkaupunkivuotta. Myös Help -oppaiden käyttäminen matkailijoita varten kaupungilla jo nyt auttaisi oppaita löytämään parhaimmat tavat, joilla opastaa ja auttaa matkailijoita vuonna 2011. Myös Help -oppaiden määrään voidaan vaikuttaa, kun niiden tarvetta vuosina 2009 – 2010 testataan. Matkailijoista huolehtivan henkilökunnan, kuten hotellien vastaanottojen työntekijöiden, museoiden ja muiden matkailukohteiden lipunmyynti- ja info-henkilöstön, kaupunkioppaiden, bussien ja taksien kuljettajien, ravintola- ja kahvilatyöntekijöiden sekä muiden palveluammateissa toimivien keskeisten henkilöiden informointia ja sitouttamista kehitetään. Tämäkin pitäisi aloittaa jo hyvissä ajoin, jotta nämä matkailijoiden parissa työskentelevät voisivat kokeilla kehityskoulutuksestaan saamaansa tietoa käytännössä hyväkseen jo ennen kulttuuripääkaupunkivuotta.

Åbo Svenska Teater näyttäisi olevan Tukholmassa toimivien matkanjärjestäjien suosittu kohde. Kohdistamalla teatteritarjontaa sinne vuodeksi 2011, innostuisivat matkanjärjestäjät varmasti tekemään matkoja myös vuonna 2011 Turkuun. Muutenkin ruotsinkielinen ohjelma auttaisi ruotsalaisten mielenkiintoon matkustaa Turkuun. Matkanjärjestäjät toivovat Turun kulttuuripääkaupunkivuoden tarjonnassa olevan paljon tapahtumia, musiikkiesityksiä, kuten oopperaa, tapahtumia Turun linnassa ja näyttelyjä. Ruotsin ja Suomen historiasta toivotaan myös jotain näytettävää. Viking Linen asiakkaita kiinnostavat tapahtumat ja Favorit Kultur och Tema resor AB:n mukaan vuosi on mielenkiintoinen ihmisille, jos joka vuodenaikana on tapahtumia.

Kulttuuri ja matkailu ovat hyvin erilaisia aloja, mutta kuitenkin molempien alojen tavoitteena on kävijämäärien kasvattaminen. Matkailussa suunnitelmat ja ohjelmanumerot pitää olla tiedossa jo vuosia ennen itse tapahtumaa, kun taas kulttuurissa halutaan sisältö pitää salassa jotta ”ensi-ilta” olisi yllätyksellinen ja upea. Alojen pitää kuitenkin tottua toisiinsa, koska toisesta voi olla hyötyä. Kummallekin alalle voitaisiin pitää seminaareja toisistaan, jotta hyöty toisesta nähtäisiin ja yhteistyö toimisi paremmin. Perustamalla esimerkiksi yhteinen internetsivusto Turun alueen luovien toimialojen kesken, saataisiin yhteistyökontaktien määrää ehkä kasvatettua jopa tavoitetulla 50 prosentilla. Tavoitetta auttaisi myös luovien toimialojen verkostoituminen.

Markkinoimalla paljon Itämerta, jonka matkailu on kasvamassa, saadaan Skandinavian ulkopuolelta matkailijat kiinnostumaan Itämerellä olevista kahdesta Euroopan kulttuuripääkaupungista Turusta ja Tallinnasta. Favorit Kultur och Temaresor AB:n mukaan amerikkalaisia ja eurooppalaisia kiinnostaa Itämeren alue. Turku Touringin mukaan Tallinna ja Turku sijaitsevat melko syrjässä, markkinoimalla kaupunkeja ja Itämerta yhdessä saadaan Itämeren ja kummankin kaupungin mielikuvaa rakennettua houkuttelevammaksi Itämeren ulkopuolisille matkailijoille.

Turun kulttuuripääkaupunkivuoden tavoitetta Turun seudun imagoa innovaatioiden ja Itämeren yhteistyön luovana keskuksena saataisiin vahvistettua esimerkiksi perustamalla Turkuun Itämeri-aiheinen museo tai tietokeskus. Turussa voitaisiin myös järjestää jokavuotinen Itämeri-tapahtuma jossa esiteltäisiin esimerkiksi Itämeren maiden kulttuuria. Itämeren alueen matkailua voitaisiin kehittää sen ympäri menevällä kiertomatalla tai markkinoimalla alueen matkailua yhdessä. ”Skandinavian saaret” käsitettä saadaan vahvistettua mielikuvallisesti vahvemiksi käsitteeksi, kun alueen saaristot tekevät enemmän yhteistyötä ja järjestävät yhteisiä tapahtumia ja kampanjoita alueen markkinoimiseksi. Alueelle suunnattuja matkailutuotteita pitää saada suurten matkanjärjestäjien tarjontaan ja tuotteiden joukossa on oltava myös koko alueen kattava matka. Taulukossa 15 on nähtävillä tärkeimmät kehitysehdotukset.

Taulukko 15. Pääkehitysehdotukset Turku 2011 -säätöille Turun Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden suunnitelmia varten

PÄÄKEHITYSEHDOTUKSET

- Ohjelmakalenterista tiedottaminen matkanjärjestäjille mahdollisimman pian
- Jollei koko ohjelmaa pystytä vielä kertomaan, pyrittäisiin antamaan tietoa edes vuoden päätapahtumista
- Vuosi on tuottoisampaa mitä enemmän Turku ja Tallinna tekevät yhteistyötä
- Viking Line ei kiinnostunut kulttuuripääkaupunkiristeilyistä Turun ja Tallinnan välillä, yhteys muihin varustamoihin
- Ruotsalaisia kiinnostavaa ohjelmaa Turkuun keskikesäkuusta keskielokuuhun, jolloin he matkustavat eniten
- Merkkivuosi 2009, hyvää markkinointiaikaa Ruotsissa
- Näytettävää ja tapahtumaa Ruotsin ja Suomen historiasta
- Turun on saatava ohjelmistoonsa sellaista joka kiinnostaa eurooppalaisia, jotta Turku saadaan Euroopan kartalle, ei vain suomenkielistä ohjelmaa
- Kulttuuripääkaupunkivuoden markkinoimisessa tuodaan esille asioita Suomesta jotka tunnettuja Euroopassa, kuten Sauna, Nokia, Joulupukki ja Lordi
- Vuodet ennen vuotta 2011 ovat hyvää testiaikaa erilaisille suunnitelmille
- Infopisteitä satamaan, rautatie- ja lentoasemalle matkustajia varten osaksi vuotta jo nyt, jotta nähtäisiin niiden toimivuus ja kannattavuus ennen vuotta 2011
- Vuoden tarjontaan esim. paljon tapahtumia, musiikkiesityksiä ja näyttelyjä, ruotsinkielistä ohjelmaa ruotsalaisille
- Vuosi on mielenkiintoinen ihmisille jos joka vuodenaikana on tapahtumaa
- Kulttuuri- ja matkailualoille toisistaan kertovia seminaareja, jotta hyöty toisesta nähtäisiin
- Yhteinen ja internetsivusto Turun alueen luovien toimialojen kesken, saataisiin yhteistyökontaktien määrää ehkä kasvatettua jopa tavoitteella 50 %, luovien toimialojen verkostoiminen
- Markkinoimalla Turkua ja Tallinnaa sekä Itämeriä yhdessä saadaan Itämeren ja kummankin kaupungin mielikuvaa rakennettua houkuttelevammaksi
- Turkuun Itämeri-aiheinen museo tai tietokeskus ja jokavuotinen Itämeritapahtuma, auttamaan tavoitetta vahvistaa Turun seudun imagoa innovaatioiden ja Itämeren yhteistyön luovana keskuksena
- Turkuun jokin kansainvälisesti tunnettu tapahtuma vuodeksi 2011, kuten The Tall Ships' Races Baltic

Lähteet

Aru, M. 2003. Tallinn pääkaupunki kalkkikivirannalla. Oomen.

Autoliitto 2008. Tiekartta. Helsinki.

Baltcott 2008. Matkailufaktoja. Luettavissa: <http://fi.baltcott.com/page/travel-facts>. Luettu: 5.11.2008.

Blue 1 2008. Reittikartta. Luettavissa:

<http://www.blue1.com/fi/fi/Kohteemme/Reittikartta2/>. Luettu: 19.9.2008.

Boxberg, M. & Kompula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Euroopan parlamentti. 2008. Euroopan kulttuuripääkaupungit. Luettavissa:

<http://www.europarl.europa.eu/news/archive/staticDisplay.do?language=fi&id=1004>. Luettu: 18.9.2008.

Euroopan unioni 2005. EUROOPAN PARLAMENTIN JA NEUVOSTON PÄÄTÖS N:o 649/2005/EY, tehty 13 päivänä huhtikuuta 2005, Euroopan kulttuuripääkaupunki - tapahtumaa koskevasta yhteisön toiminnasta vuosina 2005—2019 tehdyn päätöksen N:o 1419/1999/EY muuttamisesta. Luettavissa: <http://eur-lex.europa.eu>. Luettu: 3.11.2008.

European commission culture 2008. Ohjeet Euroopan kulttuuripääkaupungiksi haluaville ehdokaskaupungeille. Luettavissa: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc633_fi.pdf. Luettu: 15.5.2008.

FINAVIA 2008a. Uutiset 31.03.2008. Luettavissa:

http://www.finavia.fi/lentoasema_turku?pg=news. Luettu: 17.9.2008.

FINAVIA 2008b. Etusivu. Luettavissa: http://www.finavia.fi/lentoasema_turku. Luettu: 17.9.2008.

Finland Festivals 2008. Länsi-Suomi. 2008. Luettavissa:

<http://www.festivals.fi/index.php?s=3&b=11&t=3&lang=fin&said=5>. Luettu: 19.9.2008.

Finnlines 2007. Matkustajaliikenne. Luettavissa:

<http://www.finnlines.fi/asp/system/empty.asp?P=125&VID=default>. Luettu: 19.9.2008.

Haaga Perho 2007. Suomen matkailun vientibarometri, Kesä 2007. Luettavissa:

[http://www.laatutonni.fi/W5/mekfi/index.nsf/730493a8cd104eacc22570ac00411b4b/79ff7ad5b06cdb05c225735a0040aa6a/\\$FILE/Raportti%202007%20kes%C3%A4.pdf](http://www.laatutonni.fi/W5/mekfi/index.nsf/730493a8cd104eacc22570ac00411b4b/79ff7ad5b06cdb05c225735a0040aa6a/$FILE/Raportti%202007%20kes%C3%A4.pdf). Luettu: 18.11.2008.

Heino, J. 20.2.2008. Turun sanomat. Turun isot rakennuskohteet myöhästyvät vuodesta 2011.

Luettavissa:

<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/paakaupunki/?ts=1,3:2024:0:0,4:136:2:1:2008-02-18;4:137:0:0:0,104:136:519718>. Luettu: 14.8.2008.

Helander, N, Innilä, S, Jokinen, M & Talve, J. 2006. Turku 2011 -säätö. Turku palaa, Turun kaupungin hakemus Euroopan kulttuuripääkaupungiksi 2011. Turun kaupunki.

Helsingin sanomat 19.12.2001. Tallinnan-matkailu on hiipumassa. Luettavissa:

<http://www.hs.fi/matkailu/artikkeli/Tallinnan-matkailu++on+hiipumassa/HS20011219SI1ME02jv5>. Luettu: 18.11.2008.

Helsingin Sanomat 16.5.2008. Viro kestää hitaamman kasvun vaiheen. Luettavissa:

<http://www.ksml.fi/mielipide/artikkelit/viro-kest%C3%A4%C3%A4-hitaamman-kasvun-vaiheen/126894>. Luettu: 18.11.2008.

Hemmi, J. & Vuoristo, K-V. 1993. Matkailu. WSOY. Porvoo.

Hiltunen, M 15.9.2006. Uudenmaan liitto. Itämeren matkailu kehitysnäkymät vuoteen 2013.

Luettavissa:

http://www.uudenmaanliitto.fi/modules/publishbank/julkaisupankki_files/275_E%2084%20Itameren%20matkailun%20kehitysnakymat.pdf. Luettu: 18.4.2008.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 1995. Teemahaastattelu. 7. painos. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. 10. painos. Tammi. Helsinki.

- Hurula, S. 2008. Turun Yliopisto. Kulttuurimatkailu. Luettavissa:
http://www.tkk.utu.fi/avoin/opetustarjonta/oppiaineet_ja_opetusohjelmat/kulttuurimatkailu/. Luettu: 18.11.2008.
- Huttunen, J. 2.11.2000. Taloussanomat. Euro on menestys Suomelle. Luettavissa:
http://ec.europa.eu/youreurope/nav/fi/citizens/travelling/schengen-area/index_fi.html.
Luettu: 18.11.2008.
- Jute, P. 25.6.2008. Viking Line Skandinavien AB. Tukholma. Haastattelu 25.6.2008.
- Kajaanin ammattikorkeakoulu 2008. Opinnäytetyöpakki. Haastattelu. Luettavissa:
<http://193.167.122.14/Opari/ontTukiKeruuHaastattelu.aspx>. Luettu: 7.10.2008.
- Karhu, T 2.3.2006. Turun sanomat. Suomen Turku palaa taas. Luettavissa:
<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2006-03-02,104:5:362553>.
Luettu: 5.6.2008.
- Karhu, T. 20.6.2006. Turun sanomat. Valtava helpotus ja ilonaihe. Luettavissa:
<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2006-06-20,104:5:386751>.
Luettu: 5.6.2008.
- Karhu, T. 5.12.2008. Turun sanomat Ikkuna auki vuoteen 2011. Luettavissa:
<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/paakaupunki/?ts=1,3:2024:0:0,4:136:4:1:2008-12-05;4:137:0:0,104:136:580531>. Luettu: 5.12.2008.
- Kauhanen, T. 11.6.2008. Tallink Silja Line. Markkinointipäällikkö. Tukholma. Haastattelu 11.6.2008.
- Kaupapolitiikka 19.7.2005. Viron talouskasvu edelleen EU:n kärkitasoa. Luettavissa:
<http://www.kaupapolitiikka.fi/netcomm/news/ShowArticle.asp?intNWSAID=38996&intToPrint>. Luettu: 18.11.2008.
- Lappalainen, P. 16.10.2008. Turku Touring. Ohjelmapäällikkö. Turku. Haastattelu 16.10.2008.
- Lennström, B. 27.6.2008. Favorit Kultur och Temaresor AB. Markkinapäällikkö. Tukholma. Haastattelu 27.6.2008.

Lomamatkailija.com 2008. Tallinna. Luettavissa:

<http://www.lomamatkailija.com/tallinna.php>. Luettu: 2.10.2008.

Lontila, S. 2007. Mondo matkaopas. Tallinna. Otavan kirjapaino Oy. Keuruu.

Louhejoki-Schulman, P-L. & Hedenström K. Suomen Kulttuurinähtävyydet. 2003.

Matka-Vekka 2008. Lomavinkit-Tallinna Helsingistä. Luettavissa:

[http://www.matkavekka.fi/www.matkavekka.fi/VasenNavi/Risteilymatkat/Tallinna+Helsingistä/Lomavinkit.htm](http://www.matkavekka.fi/www.matkavekka.fi/VasenNavi/Risteilymatkat/Tallinna+Helsingista/Lomavinkit.htm). Luettu: 18.11.2008.

MEK 2008a. ULKOMAISET MATKAILIJAT SUOMESSA KESÄ 2007 Rajahaastattelututkimuksen maakohtaiset tulokset. Luettavissa:

[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/1c9d62fec4ea2bfc22574e200346c30/\\$FILE/A161%20Rajahaastattelututkimus_kes%C3%A42007.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/1c9d62fec4ea2bfc22574e200346c30/$FILE/A161%20Rajahaastattelututkimus_kes%C3%A42007.pdf).

Luettu: 12.11.2008.

MEK 2008b. Market Info: RUOTSI – SWEDEN. Luettavissa:

<http://www.mek.fi/Mis2/MISMARKE.nsf/pages/RUOTSI%20%20SWEDENMARKET?opendocument>. Luettu: 25.4.2008.

MEK 2008c. Kulttuurimatkailun määritelmä. Luettavissa:

[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/\(Pages\)/Kulttuurimatkailum%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4?opendocument](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/(Pages)/Kulttuurimatkailum%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4?opendocument). Luettu: 18.11.2008.

Monto, R. 14.2.2006. Turun sanomat. Uusi musiikki- ja kongressitalo yhdistyisi kaupunginteatteriin ja virastotaloon. Luettavissa:

<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2006-02-14,104:5:359146>. Luettu: 5.6.2008.

MTV 3 31.05.2002. Viron junayhteydet ulkomaille paranevat. Luettavissa:

<http://www.mtv3.fi/matkailu/arkisto.shtml?115954>. Luettu: 18.11.2008.

MTV 3 05.06.2008. Kallis polttoaine keventää lomailijan kukkaroa. Luettavissa:
<http://www.mtv3.fi/uutiset/talous.shtml/arkistot/talous/2008/06/655310>. Luettu:
18.11.2008.

Naantali 2007. Naantalin kaupungin sekä Merimaskun, Rymättylän ja Velkuan kuntien yhdistymissopimus. Luettavissa:
http://www.naantali.fi/Kuntainfo/kuntaliitosselvitys/fi_FI/etusivu/_files/78719992743854242/default/Yhdistymissopimus_07_08_09.pdf. Luettu: 18.11.2008.

NUTEK 2008. Fakta om svensk turism och turistnäring. Luettavissa:
http://fm.nutek.se/forlaget/pdf/info_005-2008.pdf. Luettu: 25.4.2008.

Palmer, Rae Associates 2004. European Cities and Capitals of Culture - City Reports PART II. European Commission Culture. Luettavissa: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc656_en.pdf.
Luettu: 19.5.2008.

Palmer, Rae Associates 2004. European Cities and Capitals of Culture PART I. European Commission Culture. Luettavissa: http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc654_en.pdf. Luettu:
19.5.2008.

Pesola, I., Mönkkönen, T., Honkanen, T. 2002. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki. Edita.

Pohjolan matka 2008. Kylpylälomat Tallinnassa. Luettavissa:
<http://www.pohjolanmatka.fi/fi/matkatoimisto/kylpylamatkat/kylpylalomattallinna>. Luettu:
18.11.2008.

Port of Turku 2008. Turku Cruise Port. Luettavissa:
http://www.port.turku.fi/portal/port/suomi/palvelut/tcp_-_turku_cruise_port/. Luettu:
18.11.2008.

Porvoo International Services 2007. Projektit. Luettavissa:
<http://www.pkol.net/index.php?id=123,0,0,1,0,0>. Luettu: 13.8.2008.

Reigas, A. 6.4.2008. Turun sanomat. Tallinnan kulttuuripääkaupunkisuunnittelu vasta alussa. Luettavissa: <http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-04-06,104:5:531452>. Luettu: 5.6.2008.

Reval Hotels 2008. Tallinna. Luettavissa:

<http://www.revalhotels.com/fi/Destinations/Estonia/Tallinn>. Luettu: 2.10.2008.

Saariston rengastie 2008. Saariston rengastie. Luettavissa:

<http://www.saaristonrengastie.fi/index.php?sivu=6>. Luettu: 18.10.2008.

Saukkolin, J. 7.10.2008. Turku 2011 -säätö. Tutkimusohjelmasuunnittelija. Turku. Haastattelu 7.10.2008.

Sinun Eurooppasi 2008. Schengen-alue (Euroopan Unioni). Luettavissa:

http://ec.europa.eu/youreurope/nav/fi/citizens/travelling/schengen-area/index_fi.html.

Luettu: 18.11.2008.

Suominen, L. 15.10.2008. Turku Touring. Kv. markkinointipäällikkö. Turku. Haastattelu.

15.10.2008.

Taivainen, M. 16.2.2006. Kauppapolitiikka. Haastattelussa EU-konkari Pertti Salolainen: EU-jäsenyydestä taloudellisia hyötyjä - Suomi sai salonkikelpoisuuden. Luettavissa:

<http://www.kauppapolitiikka.fi/netcomm/news/ShowArticle.asp?intNWSAID=47951&intToPrint>. Luettu: 18.11.2008.

Tallink Silja Line 2008. Reitit ja kohteet. Luettavissa:

<http://www.tallinksilja.com/fi/tab3/routes/>. Luettu: 19.9.2008.

Tallinn 2008. Luettavissa: <http://www.tourism.tallinn.ee/fin>. Luettu: 2.10.2008.

Tallinn 2011 2008. About Tallinn. Luettavissa: <http://www.tallinn2011.ee/index.php?id=63>.

Luettu: 2.10.2008.

Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau 2008. Tourism in Tallinn 2007. Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau. Luettavissa:

http://www.tourism.tallinn.ee/static/files/095/tallinna_turism_2007_eng.pdf. Luettu:

6.10.2008.

Tallinna pieni matkaopas 2008. Tallinna. Luettavissa:

<http://www.pienimatkaopas.com/tallinna/>. Luettu: 18.11.2008.

Tilastokeskus 2008; Merenkulkulaitos 2008. Turun matkailun tunnuslukuja. Luettavissa:

<http://www.turkutouring.fi/public/download.aspx?ID=55724&GUID=%7BBA9B5159-6B64-4726-B144-0F57265EA9CE%7D>. Luettu: 29.4.2008.

Turku 2008. Kuvia Turusta. Luettavissa: <http://www05.turku.fi/kuvat/kk-joulu.jpg>. Luettu: 12.11.2008.

Turku 2011 -säätio 2008a. Turku-Info. Luettavissa: <http://www.turku2011.fi/public/?sid=50>. Luettu: 17.9.2008.

Turku 2011 -säätio 2008b. Turku 2011 -hankkeen valmisteluprosessin keskeisiä tapahtumia. Luettavissa: <http://www.turku2011.fi/public/?sid=26&lang=fi>. Luettu: 6.5.2008.

Turku 2011 -säätio 2008c. Turku 2011 -säätio. Luettavissa:

<http://www.turku2011.fi/public/default.aspx?nodeid=14300&culture=fi-FI&contentlan=1>. Luettu: 4.11.2008.

Turku 2011 -säätio 2008d. EU:n kulttuuripääkaupunkiohjelma. Luettavissa:

<http://www.turku2011.fi/public/default.aspx?contentid=105737&nodeid=14299>. Luettu: 8.10.2008.

Turku 2011 -säätio 2008e. Turku 2011 -opas kunnallisvaaliehdokkaille. Luettavissa:

<http://www.turku2011.fi/public/download.aspx?ID=69144&GUID={6C94FE02-1A45-4ACF-9059-E8E274688C71}>. Luettu: 29.11.2008.

Turku Touring 2007. Majoitus. Luettavissa:

<http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?nodeid=8119>. Luettu: 19.9.2008.

Turku Touring 2008a. Nähtävyydet. Luettavissa:

<http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?nodeid=8133>. Luettu: 19.9.2008.

Turku Touring 2008b. Kulkuyhteydet ja -reitit. Luettavissa:

<http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?nodeid=8115>. Luettu: 19.9.2008.

Turku Touring 2008c. Turku as a Part of the Skandinavian Islands. Luettavissa:
<http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?contentid=57515&nodeid=8202>. Luettu:
24.11.2008.

Turku Touring 2008d. Turku Touringin pyörämatkapaketit 2008. Luettavissa:
<http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?contentid=17318&nodeid=8726>. Luettu:
12.11.2008.

Turun kaupunki 1999. Turkuun mahdollisesti perustettavan huvipuiston hankesuunnitelma.
Luettavissa: <http://www05.turku.fi/ah/kh/1999/1025031x/354949.htm>. Luettu: 18.11.2008.

Turun matkailuakatemia 2008. Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittäminen
Strategiset valinnat 2005-2011. Luettavissa:
<http://www.turunmatkailuakatemia.fi/Tiedostoja/materiaalit/V-SMATKAILUSTRATEGIA.pdf>. Luettu: 18.4.2008.

Turun sanomat 5.3.2006. Turku vahvoilla 2011-kisassa. Luettavissa:
<http://www.turunsanomat.fi/mielipiteet/?ts=1,3:1009:0:0,4:9:0:0;4:8:0:1:2006-03-05;4:139:0:0;4:140:0:0,104:8:363206>. Luettu: 29.5.2008.

Turun sanomat 17.11.2007. Turku palaa pääkaupungiksi. Luettavissa:
<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/paakaupunki/?ts=1,3:2024:0:0,4:136:1:1:2007-11-17;4:137:0:0,104:136:499043>. Luettu: 5.6.2008.

Turun sanomat 21.11.2007. Kulttuuripääkaupunkivuonna 2011 aiotaan toteuttaa 300 hanketta.
Luettavissa:
<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/paakaupunki/?ts=1,3:2024:0:0,4:136:1:1:2007-11-21;4:137:0:0,104:136:499891>. Luettu: 5.6.2008.

Turun sanomat 6.4.2008. Turkuun puuhataan matkailualan kongressia. Luettavissa:
<http://www.turunsanomat.fi/kotimaa/?ts=1,3:1002:0:0,4:2:0:1:2008-04-06,104:2:531445>. Luettu: 5.6.2008.

Turun sanomat 28.5.2008. Vuoden 2011 ideasade. Luettavissa:

<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-05-28,104:5:543511>.

Luettu: 7.10.2008.

Turun sanomat 7.6.2008. Turku pääsee tv-ohjelmasarjan pääosaan. Luettavissa:

<http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-06-07,104:5:545810>.

Luettu: 7.10.2008.

Turun sanomat 9.6.2008. Joulupukki vie Turkua maailmalle. Luettavissa:

<http://arkisto.turunsanomat.fi/?ts=3,0:0:0:0,0:0:0:0,0,3:0:1:0:0:0:Joulupukki>. Luettu:

7.10.2008.

Turun sanomat 26.9.2008. Turku 2011 etsii laivayhtiötä toteuttamaan Turku-Tallinna-risteilyt.

Luettavissa: [http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-09-](http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-09-26,104:5:566738)

26,104:5:566738. Luettu: 7.10.2008.

Turun sanomat 2.10.2008a. Etusijalla ryhmien ja yhteisöjen kulttuurihankkeet.

Luettavissa: [http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-10-](http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-10-02,104:5:567962)

02,104:5:567962. Luettu: 7.10.2008.

Turun sanomat 2.10.2008b. Kulttuuripääkaupunki alkaa rakentua tarinoista, arjesta ja sirkuksesta.

Luettavissa: [http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-10-](http://www.turunsanomat.fi/kulttuuri/?ts=1,3:1005:0:0,4:5:0:1:2008-10-02,104:5:567917)

02,104:5:567917. Luettu: 7.10.2008.

Turun seutu 2008. Tulevaisuuden menestyjille. Luettavissa:

<http://portfolio.pilotturku.com/portfolio.asp?viewID=1680>. Luettu: 3.11.2008.

Valli, M. 2007. Inline. Itämeri tuo työtä ja hyvinvointia. Luettavissa:

[http://www.inline.fi/rr_ist1f.nsf/documents/7b6750c898fdcc15c2257361001e74bf?OpenDo](http://www.inline.fi/rr_ist1f.nsf/documents/7b6750c898fdcc15c2257361001e74bf?OpenDocument)

cument. Luettu: 18.11.2008.

Viking Line 2008a. Kohteet kartalla. Luettavissa: <http://www.vikingline.fi/reitit/index.asp>.

Luettu: 17.9.2008.

Viking Line 2008b. Risteilyt ja reitit. Luettavissa: <http://www.vikingline.fi/reitit/index.asp>.

Luettu: 19.9.2008.

Voltaire, K. 5.5.2008. Visit Finland AB. Managing Director. Tukholma. Sähköpostihaastattelu 5.5.2008.

VR 2008. Asemat kartalla. Luettavissa: <http://www.vr.fi/heo/asetat/freittikartat.htm>. Luettu: 19.9.2008.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. WSOY. Porvoo.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2001. Lumen ja Suomen maa. WSOY. Porvoo.