

# TURKU

TULEVAISUUDEN MATKAILUKAUPUNKINA

- matkailijoiden palvelutarpeet kehittyvällä  
Linnanniemen alueella

TURKU

LINNANNIEMI

Heidi Lonka  
Opinnäytetyö (AMK)  
Muotoilun koulutusohjelma  
2023



## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli matkailu kehittyvällä Turun Linnanniemen alueella ja tulevaisuuden matkailijoiden palvelutarpeet. Tavoitteena oli selvittää millainen on tulevaisuuden matkailija ja millaisia mahdollisesti taustalla kyteviä palveluodotuksia heillä on, ja mitkä tekijät vaikuttavat matkailukokemukseen ja elämysten syntymiseen. Tavoitteena oli kehittää palvelukonsepti tulevaisuuden matkailijoiden palvelutarpeita vastaaviksi.

Opinnäytetyön tietoperusta koostui suomalaisista ja kansainvälisistä lähteistä. Tutkimusaineistoa on kerätty käyttäen monipuolisesti alan kirjallisuutta, artikkeleita ja sähköisiä lähteitä. Teoriaosuudessa käsitellään Turun brändiä, Linnanniemen alueen kehityssuunnitelmia, matkailun trendejä, kestävä matkailua ja elämyksellisyyttä.

Opinnäytetyö toteutettiin käyttäjälähtöisen suunnittelun menetelmiä ja työkaluja käyttäen. Tiedonkeruumenetelminä oli haastattelut, benchmarking, havainnointi ja workshop tilaisuuteen osallistuminen. Kerätty tieto analysoitiin ja jalostettiin palvelumuotoilun työkalujen avulla ja muodostettiin ymmärrys matkailijoista ja matkailukokemuksen muodostumisesta.

Tutkimustulosten pohjalta muodostettiin kolme matkailijapersoonaa ja heille räätälöidyt palvelukonseptit. Konseptien avulla pyrittiin luomaan matkailijoiden kaipaamia elämyksiä tulevaisuuden Linnanniemen alueelle. Konseptoinnissa huomioitiin Turun matkailubrändi ja kestävä matkailu.

Asiasanat:

Käyttäjälähtöinen suunnittelu, matkailu, konseptointi

## ABSTRACT

### Turku as Travelers' City of Future - travelers' needs for services in the developing area of Linnanniemi

Topic of the thesis was tourism in the developing area of Linnanniemi in Turku and the service needs of future travelers. The aim of the thesis was to define the travelers of the future and their possible underlying expectations regarding service needs and what factors influence their travel experiences and formation of these experiences. The goal was to develop a concept to correspond to the service needs of the future travelers.

The base of the thesis consists of Finnish and international references. The research is gathered using diverse literature, articles, and e-references. The Turku brand, the development plans of Linnanniemi area, tourism trends, sustainable tourism and travel experiences are addressed in the theory part of the thesis.

The thesis was executed using user-centered design methods and tools. Interviews, benchmarking, observations, and workshops were used for data collection. The collected data was analyzed and refined using service design tools to help form an understanding of travelers and the forming of travel experiences.

On the basis of the results, three traveler personas were elaborated, and service concepts were designed for each of them. With the help of these concepts, the desired experiences for the travelers visiting Linnanniemi area in the future, were aspired to creation. The tourism brand of Turku and sustainable tourism were taken into account in the concept development stage.

Keywords:

User centered-design, tourism, conceptualisation

TURKU

*LINNANNIEMI*

## TURKU TULEVAISUUDEN MATKAILUKAUPUNKINA

— matkailijoiden palvelutarpeet kehittyvällä  
Linnanniemen alueella

# SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	14
2	TAVOITTEET, TUTKIMUSKYSYMYKSET JA VIITEKEHYS	16
3	KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN SUUNNITTELU, KÄYTETYT MENETELMÄT JA TYÖKALUT	20
4	KEHITTYVÄ TURKU	26
	4.1 Turku	26
	4.2 Turun brändi	28
	4.3 Linnanniemi	28
5	MATKAILU	31
	5.1 Matkailuala	31
	5.2 Matkailun trendit ja tulevaisuus	32
	5.3 Kestävä matkailu	34
6	KOKEMUKSELLISUUS JA ELÄMYKSELLISYYS	35
7	MATKAILUN TULEVAISUUS LINNANNIEMEN ALUEELLA	37
	7.1 Turku matkailukaupunkina	37
	7.2 Linnanniemen alueen nykytila	44
	7.3 Palvelutarpeet ja kokemuksellisuus Linnanniemen alueella	48
	7.4 Satamakaupunkien palvelutarjonta	55
8	PERSOONAT JA PALVELUKONSEPTI	60
	8.1 Matkailijapersoonat	60
	8.2 Palvelukonseptit Linnanniemen alueen matkailijoille	64
9	YHTEENVETO JA POHDINTA	74
	LÄHTEET	76

## LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset asiantuntijoille.

Liite 2. Haastattelukysymykset matkailijoille ja asukkaille.

## KUVAT

Kuva 1. Linnanniemen ideakilpailun After Party-työryhmän voittajatyö "Kolme palaa" (Turun kaupunki 2020a, 60).

Kuva 2. Turun linnan alue.

Kuva 3. Turun satama.

Kuva 4. Forum Marinum.

Kuva 5. Turku Future Forum materiaali.

Kuva 6. Benchmarking ja havainnointi Oslo.

Kuva 7. Benchmarking ja havainnointi Kööpenhamina.

Kuva 8. Benchmarking ja havainnointi Malmö.

Kuva 9. Benchmarking ja havainnointi Helsinki.

## KUVIOT

Kuvio 1. Opinnäytetyön viitekehys.

Kuvio 2. Prosessikaavio.

Kuvio 3. Turun brändin tasot (Turun kaupunki 2023d, 17).

Kuvio 4. Linnanniemen nykytilanne (mukaillen Apple karttapalvelu).

Kuvio 5. Elämyskolmio (mukaillen LEO 2009, 11).

Kuvio 6. Mindmap Turku.

Kuvio 7. Mindmap matkailu.

Kuvio 8. Workshop samankaltaisuuskaavio.

Kuvio 9. Mindmap kokemuksellisuus matkailussa.

Kuvio 10. Matkailijapersoona hidas matkailija.

Kuvio 11. Matkailijapersoona lähimatkailija.

Kuvio 12. Matkailijapersoona lapsiperhe.

Kuvio 13. Turun matkailun ympärivuotisuus.

Kuvio 14. Matkailuteemat.

Kuvio 15. Palvelukonsepti hidas matkaaja.

Kuvio 16. Palvelukonsepti lähimatkaaja.

Kuvio 17. Palvelukonsepti lapsiperhe.

Opinnäytetyö sai alkunsa vuonna 2019, kun Turun kaupunki teki aiesopimuksen uudesta yhteisterminaalista ja päätöksen purkaa tulevana vuosina vanhat terminaalit Linnanniemen kärjestä. Uuden rakennettavan yhteisterminaalialueen myötä vanhalta satama-alueelta vapautuu tilaa ja merenranta ja Aurajoen ranta on mahdollista ottaa julkiseen käyttöön. Myös Turun linnan edustalla kulkeva raide- ja moottoriajoneuvoliikenne on tarkoitus siirtää kulkemaan Pansiontien kautta. Näin ollen myös Linnanniemen muilta alueilta vapautuu tilaa muuhun käyttöön. Turun kaupungin keskustavisio 2050 ohjelmassa esitellään suunnitelmat keskustamaisen alueen laajentamisesta kohti satamaa. Turun kaupunki haki ideoita ja kehittämisvaihtoehtoja Linnanniemen alueelle, järjestämällä vuonna 2020 kansainvälisen ideakilpailun. Kilpailun tarkoituksena oli etsiä ideoita ja kehittämisvaihtoehtoja asemakaavoituksen pohjaksi. Kilpailun voittajatyö ”Kolme palaa”, jossa Linnanniemen alue on jaettu kolmeen osaan, tulee toimimaan asemakaavoituksen suuntaviivana aluetta jatkokehittäessä. Alue on myös kulttuurihistoriallisesti arvokas, sillä sen keskellä sijaitsee Turun linna ja sitä ympäröivä puistoalue. Turku on Suomen vanhin kaupunki ja se sijaitsee yhden maailman suurimman saariston syleilyssä ja kaupungin läpi virtaava Aurajoki laskee Itämereen. Lähes kokonaan uudelleen rakennettava alue tarjoaa oivat puitteet muotoilla alueesta sekä matkailijoille että asukkaille mieluinen ja heidän tarpeitaan palveleva. Ainutlaatuisena kaupunkina Turulla on mahdollisuus houkuttaa matkailijoita ja tarjota heille uniikkeja elämyksiä. Opinnäytetyöntekijälle syntyi kiinnostus tutkia, arkkitehtuurisen suunnittelun sijaan, uudelleen kaavoitettavan Linnanniemen alueen mahdollisuuksia matkailijoille käyttäjälähtöisesti, eli matkailijan näkökulmasta ja kartoittaa heidän palvelutarpeitaan arvailujen sijaan.

Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa tulevaisuuden matkailijoiden palvelutarpeita kehittyvällä Turun satama-alueella eli uudelleen kaavoitettavalla Linnanniemen alueella ja tutkia millaisia palveluodotuksia heillä on. Tutkimus toteutetaan käyttäjälähtöisen suunnittelun ja palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja käyttäen. Opinnäytetyössä pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin: ”Millainen on tulevaisuuden matkailija?” ”Mistä syntyy kokemuksellisuus?” ja ”Millaisella konseptilla Linnanniemen alue pystyy vastaamaan matkailijoiden tarpeisiin?” Opinnäytetyössä halutaan huomioida kestävä matkailu, keskittymällä palveluiden, elämysten ja kokemusten kehittämiseen ja muotoiluun - tavaroitten sijaan. Matkailijaryhmät rajataan tutkimuksessa ilmenneiden trendien mukaan matkailijoihin, jotka saapuvat Turkuun muilla keinoin kuin lentäen. Vaikka aihe käsittelee tulevaisuutta, päätetään tulevaisuudentutkimus jättää pois tutkimuksesta.

Opinnäytetyö etenee tavoitteiden määrittelyn, käyttäjälähtöisen suunnittelun menetelmien ja työkalujen avaamisen kautta teoriaosuuteen, missä esitellään Turun kaupungin bränditavoitteet, matkailuala ja siihen vaikuttavat trendit ja elämyksellisyys. Teoriaosuuden jälkeen edetään tutkimusosioon, jossa aihetta tutkitaan dokumenttianalyysin, benchmarkingin, havainnoinnin ja haastatteluiden avulla. Matkailijoista ja kokemuksellisuudesta kerätyt tiedot analysoidaan ja muodostetaan kokonaiskuva matkailijoiden tarpeista ja mistä elementeistä kokemuksellisuus muodostuu. Prosessin tuloksena syntyvät käyttäjälähtöisen suunnittelun menetelmien ja työkalujen avulla luodut palvelukonseptit Linnanniemen alueella vieraileville matkailijoille.

## 2 TAVOITTEET, TUTKIMUSKYSMYSET JA VIITEKEHYS

### Tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää käyttäjälähtöisen suunnittelun menetelmiä ja työkaluja hyödyntäen, millainen on tulevaisuuden matkailija ja millaisia mahdollisesti taustalla kyteviä palveluodotuksia heillä on. Tutkimuksen avulla pyritään muodostamaan kokonaiskuva mitkä tekijät auttavat luomaan palvelukonseptin, joka aidosti palvelisi tulevaisuuden matkailijan palvelutarpeita vierailtaessa Turun Linnanniemen alueella ja millä keinoin voidaan luoda elämyksiä ja kokemuksellisuutta.

### Tutkimuskysymykset

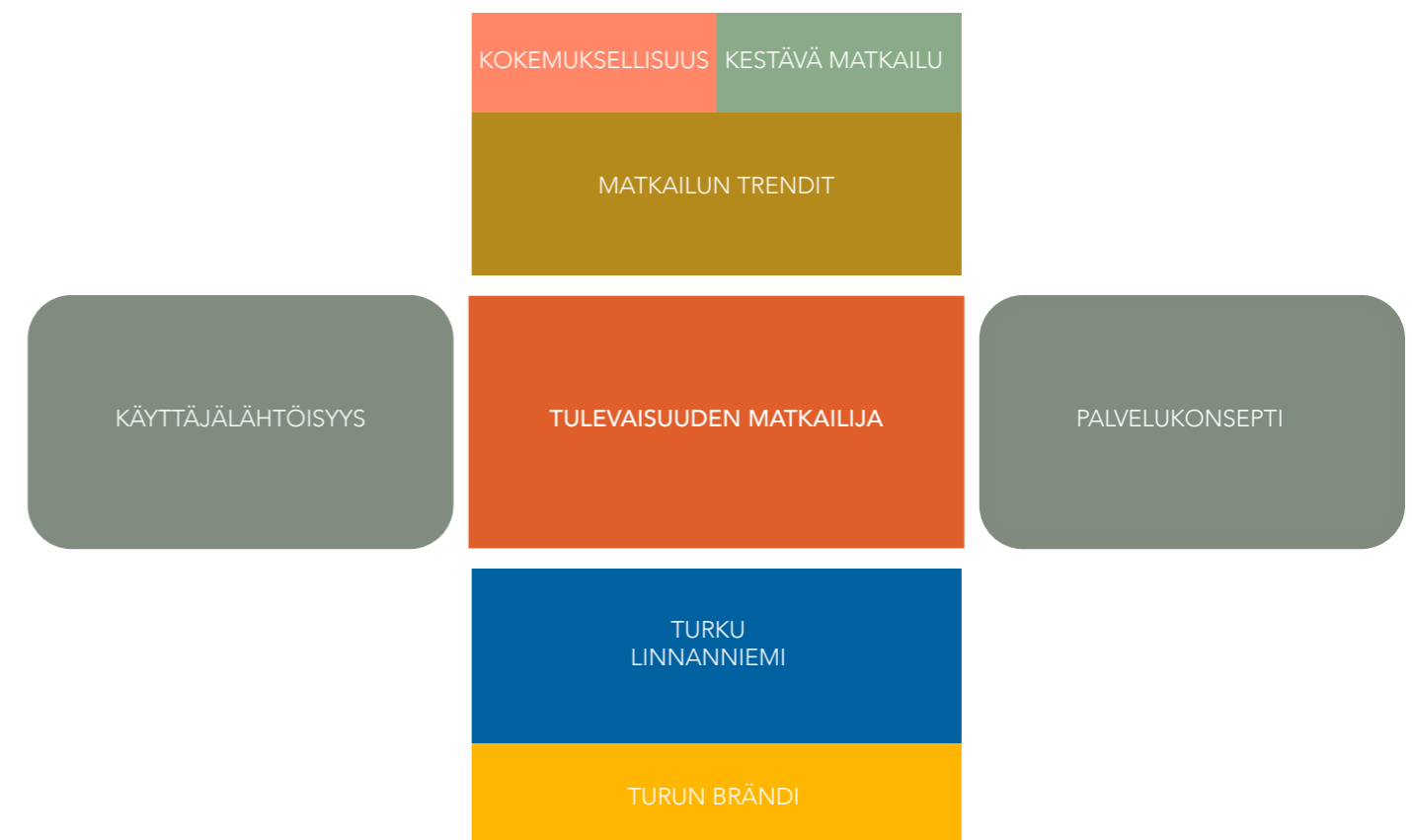
Opinnäytetyössä haetaan vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Millainen on tulevaisuuden matkailija?
- Mistä syntyy kokemuksellisuus?
- Millaisella konseptilla Linnanniemen alue pystyy vastaamaan matkailijoiden palvelutarpeisiin?

Ensimmäinen tutkimuskysymys kattaa tulevaisuuden trendit ja niiden vaikutuksen matkailuun ja matkailijaan. Tutkimuksessa ei kuitenkaan syvennytä tulevaisuuden tutkimukseen. Toisessa tutkimuskysymyksessä syvennetään ymmärrystä mistä kokemuksellisuus syntyy ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat. Kolmas tutkimuskysymys toimii kokoavana kysymyksenä ja antaa suuntaviivat suunnitteluvaiheen ideointiin ja konseptointiin.

### Viitekehys

Viitekehysten keskiössä (kuvio 1) on käyttäjä eli tulevaisuuden matkailija. Tutkimusta tehdään käyttäjälähtöisesti hyödyntäen muotoilun menetelmiä. Palvelukonsepti on käyttäjälähtöisen suunnittelun avulla syntyvä tuote matkailijalle. Keskiön yläpuolelle ja alle sijoittuvat tekijät mitkä vaikuttavat tulevaisuuden matkailijaan. Palvelukonsepti on käyttäjälähtöisen suunnittelun avulla syntyvä visualisoitu ja tarinallistettu kuvaus matkailuun liittyvistä palveluista. Keskiön yläpuolelle ja alle sijoittuvat tekijät, jotka vaikuttavat tulevaisuuden matkailijaan. Matkailun trendit ja siihen liittyvät ilmiöt kuten kokemuksellisuus ja kestävä matkailu vaikuttavat matkailijan odotuksiin ja tarpeisiin. Matkakohde eli tässä tapauksessa Turun Linnanniemi tarjoaa puitteet matkailijalle ja Turun brändi on osaltaan vaikuttamassa millaisena, kaupunki näyttäytyy matkailijoille ja asukkaille.



Kuvio 1 Viitekehys.

## Prosessikaavio

Opinnäytetyössä käytetään soveltuvin osin palvelumuotoilussa yleisesti käytettyä prosessikaaviota hahmottamaan rakennetta, aikataulua ja tutkimusvaiheita.

Perinteinen muotoiluprosessi keskittyy asiakasymmärrykseen, ideointiin ja konseptointiin. Palvelumuotoiluprosessissa tuodaan jo määrittelyvaiheessa mukaan palveluntarjoajan tavoitteet ja käytettävissä olevat resurssit. Palvelumuotoiluprosessi koostuu määrittely, tutkimus, suunnittelu, palveluntuotanto ja arviointiosioista (Tuulaniemi 2013, 127, 130-131.)

Suunnitteluprosessin ensimmäinen vaihe on määrittely (kuvio 2). Se voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen, projektin aloittamiseen ja esitutkimukseen (Tuulaniemi, 2013, 130). Opinnäytetyössä briiffinä toimii asiantuntijahaastattelut sekä dokumenttitiedot. Nämä auttavat suunnittelutyön tavoitteiden määrittelyssä ja antavat suuntaviivat kehitettävälle palvelukonseptille. Tavoitteiden kirkasta-

miseksi jatketaan esitutkimusta benchmarkingin avulla. Suunnitteluprosessin toisessa vaiheessa, tutkimuksessa, syvennetään asiakasymmärrystä yhdistämällä esitutkimuksessa kerättyjä tietoja ja analysoimalla niitä. Tiedonhankintamenetelminä tutkimusvaiheessa on: dokumenttianalyysi, haastattelut, workshop, havainnointi, benchmarking ja samankaltaisuuskaavio. Mindmapien eli miellekarttojen avulla jäsenellään kerättyä tietoa. Prosessin kolmannessa eli suunnitteluvaiheessa pyritään löytämään ratkaisuehdotuksia ideoimalla ja kehittämällä palvelukonsepteja. Ideointia ja konseptointia ohjaa tutkimustiedon pohjalta muodostettavat käyttäjäpersoonat ja palvelukonseptien luomisessa hyödynnetään tarinallistamista. Käytettävissä olevien resurssien ja aikataulun puitteissa suunnitteluprosessista jätetään pois toteutusvaihe. Prosessia voi tulevaisuudessa jatkaa pilotoimalla ja jatkokehittämällä syntyneitä palvelukonsepteja. Viimeisessä vaiheessa analysoidaan ja arvioidaan suunnitteluprosessia ja konseptia. Iteratiivinen eli jatkuva kehittäminen on olennainen osa muotoiluprosessia (Tuulaniemi 2013, 245).



Kuvio 2. Prosessikaavio

### 3 KÄYTETYT MENETELMÄT JA TYÖKALUT

Tässä luvussa esitellään käytettyjä palvelumuotoilumenetelmiä ja työkaluja, sekä avataan miten niitä tullaan käyttämään ja hyödyntämään tässä tutkimuksessa.

#### Käyttäjälähtöinen suunnittelu, palvelumuotoilu ja konseptointi

Opinnäytetyön aihetta lähestytään käyttäjälähtöisen suunnittelun näkökulmasta. Käyttäjälähtöisen suunnittelun ja palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen voidaan saavuttaa parempia palvelukokemuksia ja tarjota oikein kohdennettuja matkailuelämyksiä. Matkailijat ovat myös valmiita maksamaan palveluista enemmän, mikäli ne vastaavat heidän tarpeisiinsa ja ylittävät heidän odotuksensa eli luovat lisäarvoa heidän elämäänsä. (Stickdorn ym. 2018, 6; Tuulaniemi 2013, 37, 97.) Käyttäjälähtöisen suunnittelun keskiössä on aina ihminen eli käyttäjä. Näin varmistetaan, että lähdetään ratkaisemaan oikeaa ongelmaa, oletetun ongelman sijaan, ja kehittämään palveluita, jotka vastaavat käyttäjien todellisiin tarpeisiin. (Stickdorn ym. 2018, 14–15.)

Palvelumuotoilun lähtökohdat ovat muotoiluajattelussa. Empatia tuodaan mukaan suunnitteluun ja piilossa olevia asioita nostetaan esiin ja hyödynnetään niitä suunnittelussa. Olennaista on ihmiskeskeisyys ja käyttäjätiedon hyödyntäminen suunnitteluprosessissa. Palveluja kehitetään jatkuvasti, ja testataan nopeiden prototyyppien avulla. Suunnitteluprosessi on siis iteratiivista ja yhteiskehittämistä. Palvelumuotoilussa yhdistetään käyttäjien tarpeet ja odotukset liiketoiminnallisiin tavoitteisiin ja näin ollen saavutetaan toimiva palvelu kaikkien osapuolien kannalta. Visualisoinnilla saadaan aineettomat palvelunosat näkyviksi. (Miettinen 2011, 26–27; Stickdorn ym. 2018, 12–13; Tuulaniemi 2013, 25.) Konseptisuunnittelu on osa palvelumuotoiluprosessia. Konseptisuunnittelussa yhdistyvät käyttäjakeskeinen suunnittelu, tutkimustieto, luonnokset, kuvat ja mallit, eli muotoilun menetelmiä ja työkaluja hyödyntämällä syntyy ideointivaiheen jälkeen konsepti. Palvelukonsepti kuvaa palvelun keskeisiä ominaisuuksia, kuitenkin pureutumatta yksityiskohtiin tai määritellen kokonaisvaltaisesti palvelua. Konseptin avulla voidaan kuvata käyttäjien tarpeita ja tehdä niistä ymmärrettäviä visualisoimalla. (Miettinen 2011, 107–108.)

Opinnäytetyössä käytetään palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja. Niiden avulla pyritään selvittämään matkailijoiden tarpeita ja millaisia odotuksia ja kokemuksia he hakevat. Menetelmien ja työkalujen avulla pyritään tavoittamaan ihmisten taustalla vaikuttavia odotuksia ja ymmärtämään mistä elementeistä elämyksellisyys ja kokemuksellisuus muodostuvat. Tavoitteena on saavuttaa ymmärrys, miten matkailijat viihtyisivät Linnanniemen alueella ja millaisia palveluja heille tulisi tarjota, jotta heidän odotuksensa täyttyisivät tai jopa ylittyisivät, ja jotta matkailijat saisivat sellaisia kokemuksia, kuin ovat ehkä tiedostomattaankin tulleet hakemaan.

#### Menetelmät

Opinnäytetyössä tullaan käyttämään seuraavia käyttäjälähtöisen suunnittelun tutkimusmenetelmiä.

#### Dokumenttianalyysi

Dokumenttianalyysi on menetelmä, jossa kirjallisesta aineistosta kerätään taustatietoa ja lisänäkökulmia tutkittavalle ilmiölle. Aineisto voi koostua esimerkiksi artikkeleista, raporteista, www-sivuista, markkinointimateriaaleista ja keskusteluista. Kerätty tutkimusaineisto analysoidaan järjestelmällisesti, jotta siitä voidaan tehdä luotettavia johtopäätöksiä. (Oppariapu 2016.) Opinnäytetyössä dokumenttianalyysia hyödynnetään taustatiedon keräämisessä ja luodaan ymmärrystä tutkittavaan kohteeseen (matkailija) ja matkailukohteeseen (Turun Linnanniemen alue). Dokumenttianalyysin avulla tutkitaan myös trendejä ja ilmiöitä. Kerättyä aineistoa analysoimalla voidaan päätellä mitkä trendeistä ja ilmiöistä vaikuttavat matkailuun, matkailijaan ja toimintaympäristöön. Kokemuksellisuuteen syvennyttään kirjallisuuden ja artikkeleiden kautta.

#### Benchmarking

Benchmarkingin eli vertailuanalyysin avulla voidaan oppia muilta ja kehittää omaa toimintaa kartoittamalla ja vertailemalla olemassa olevia palveluita, tuotteita, strategiavalintoja ja toimintatapoja. Benchmarkingin avulla voidaan luo-

da positiivisesti erottuvia palveluita, tuntemalla markkinatarjonta. (Tuulaniemi 2013, 138–139.) Opinnäytetyössä hyödynnetään benchmarkingia, keräämällä tietoa olemassa olevista matkailupalveluista, kartoittamalla ja havainnoimalla millaisia muut satamakaupungit ovat, mitä matkailijat hakevat ja tekevät matkoillaan.

## Haastattelut

Haastattelu on etnografinen keino havainnoida haastateltavien elämää ja löytää heidän todellisia toimintansa motiiveja (Tuulaniemi 2013, 147). Haastatteluiden avulla pyritään selvittämään kohderyhmän tarpeita, tunteita ja odotuksia. Valikoidulle kohderyhmälle kohdennetut haastattelut auttavat syventämään käyttäjäymmärrystä, muodostamaan persoonia ja luomaan uusia ideoita kehitettävälle tuotteelle tai palvelulle. (Stickdorn ym. 2018, 121–122.) Opinnäytetyössä käytetään Turun matkailukehityksen ja Turun kaupunkikehityksen asiantuntijoiden haastatteluita. Asiantuntijahaastattelut auttavat määrittämään suunnittelutyön tavoitteet ja rajaamaan tutkittavaa aihetta. Ilmenneiden ongelmakohtien avulla pystytään kohdentamaan tutkimusta ja ratkaisemaan oikeaa ongelmaa. Asiakasymmärryksen syventämiseksi suoritetaan kohdennettuja haastatteluita turkulaisille ja Turussa vierailleille matkailijoille.

## Workshop

Workshop eli työpajatyöskentely on menetelmä, minkä avulla pyritään kehittämään toimintaa tai ratkaisemaan määriteltyä haastetta. Työpajatyöskentelyn onnistuessa saadaan koottua yhteen usean tahon ideoita ja tarpeita. (Lippo ym. 2022.) Opinnäytetyön tekijä osallistui Turun kaupungin järjestämälle Turku Future Forum: Turun Linnanniemi – merellinen osa laajenevaa keskustaa -tapahtumaan. Se oli yleisölle avoin Linnanniemen kehittämis- ja ideointitilaisuus. Tapahtumapaikkana oli Forum Marinum ja tilaisuus järjestettiin 14.2.2019. Tapahtumassa oli workshop eli työpajatyöskentelyosuus. Osallistujien avulla selvitettiin ja pohdittiin keinoja, miten uudistuvasta Linnaniemestä voitaisiin saada houkutteleva sekä asukkaille että matkailijoille. Tapahtumasta kerättyä tietoa analysoidaan ja käytetään asiakasymmärryksen syventämiseen ja apuna matkailupersoonien luomisessa.

## Havainnointi

Havainnointi on yksi etnografisen tutkimuksen ja empaattisen muotoilun menetelmä, jonka avulla pyritään löytämään ihmisten käyttäytymistapoja omassa luontaisessa arkisessa ympäristössään. Menetelmän avulla voidaan vahvistaa asiakasymmärrystä ja se on apuna suunnitteluprosessissa, kun ideoidaan ja kehitetään asiakkaiden todellisia tarpeita vastaavaa palvelua. Havainnointi voi auttaa löytämään myös uusia asiakastarpeita ja liiketoimintamahdollisuuksia, kun tuloksia analysoidaan ja kootaan yhteen. (Miettinen 2011, 31–32, 50, 67, 73.) Opinnäytetyössä havainnointia käytetään tunnistamaan miten ihmiset käyttävät kaupunkiympäristöä ja syventämään ymmärrystä käyttäjätarpeista Linnanniemen alueella.

## Samankaltaisuuskaavio

Tutkimusaineistosta pyritään löytämään samankaltaisuuksia. Tämä helpottaa tutkimustiedon jäsentelemisessä. Saadut tutkimustulokset ryhmitellään ja järjestellään teemoittain ja aihealueittain. Ryhmittelyn avulla voidaan löytää olennaiset asiat käyttäjien kannalta, mikä auttaa viemään suunnitteluprosessia oikeaan suuntaan. (Tuulaniemi 2013, 154.) Samankaltaisuuskaavion käyttö opinnäytetyön tutkimus- ja ideointivaiheessa auttaa jäsentämään isoja aihealueita helpommin ymmärrettävään muotoon. Ryhmittelyn avulla eri aiheista saadaan poimittua samankaltaiset ja toistuvat teemat.

## Työkalut

Opinnäytetyössä tullaan käyttämään seuraavia palvelumutoilun työkaluja.

## Mindmap

Mindmapin eli käsitekartan avulla muodostetaan kokonaiskuva tutkittavasta aiheesta kaaviokuvan muodossa (Tuulaniemi 2013, 140). Opinnäytetyössä mindmapia käytetään jäsentämään tutkittavaa aihetta, hahmottamaan ja yksinkertaistamaan isoa asiakokonaisuutta, kokoamaan syy-seuraussuhteita ja keräämään ideoita. Käsitekartta auttaa myös matkailijapersoonien muodostamisessa, kokoamalla matkailun trendit ja yhdistämällä ne tavoiteltuun Linnanniemen brändimielikuvaan.

## Käyttäjäpersoonat

Tutkimuksessa saatu tieto ja löydökset käyttäjistä tiivistetään käyttäjäpersoonien muotoon luomalla hahmot, joihin on kiteytetty yhteiset tarpeet ja yleiset käyttäytymismallit. Käyttäjäpersoonat voidaan visualisoida, nimetä, esitellä heidän persoonalliset piirteensä ja tyypillinen toimintansa. Käyttäjäpersoonat auttavat empatian rakentamisessa ja asiakasymmärryksen kehittämisessä. Niiden avulla suunnittelussa voidaan eläytyä paremmin asiakkaan rooliin. Näin ollen asiakkaiden odotuksiin ja tarpeisiin pystytään vastaamaan paremmin. Asiakkaiden arvomuodostuksen ymmärtäminen on keskeistä käyttäjälähtöisessä suunnittelussa. (Tuulaniemi 2013, 154–156; Stickdorn ym. 2018, 40–41.) Tutkimuksessa syntyneen aineiston analysoimisen ja työstämisen jälkeen laaditaan käyttäjäpersoonat tulevaisuuden matkailijoista. Niiden avulla saadaan eläydyttyä matkailijoiden tarpeisiin ja tarkasteltua ideoinnin jälkeen laadittuja palvelukonsepteja ja niiden toimivuutta kohdennetuille matkailijaryhmille.

## Tarinallistaminen

Tarinallistamisella voidaan tukea elämyksellistämistä, tuotteistamista ja erilaisumista ja tuoda palveluihin inhimillisyyttä ja merkityksiä. Tarinallistamisella tarkoitetaan esimerkiksi palveluiden ja konseptien muokkaamista tarinaksi. Tarinalähtöinen palvelumuotoilu on yksi palvelumuotoilun keinoista, minkä avulla palvelukokemus eli palveluympäristö ja palveluprosessi suunnitellaan tarinan muotoon. Tarinan avulla voidaan sitoa yhteen ympäristö, tuotteet ja palvelut, jolloin se kokoaa yhteen ideat ja muodostaa punaisen langan ja auttaa tuottamaan uudenlaisia palvelukokemuksia. Tarinat eivät ole ainoastaan fiktiota vaan pohjautuvat aitoihin arvoihin, liiketoiminnan lähtökohtiin ja tavoitellun kohde-ryhmän tyyliin ja tarpeisiin. (Kalliomäki 2014, 5, 7, 10, 13, 73.)

TURKU

LINNANNIEMI

## 4 KEHITTYVÄ TURKU

Tässä luvussa käsitellään kehittyvän Turun brändiä, vetovoimatekijöitä ja Linnanniemen alueen tulevaisuuden suunnitelmia.

### 4.1 Turku

Varsinais-Suomessa sijaitseva Turku on Suomen vanhin kaupunki ja 198 143 asukkaallaan se on Suomen kuudenneksi suurin kaupunki. Turun ikärakenne on kohtuullisen nuori. Eniten kaupungissa asuu 20–29-vuotiaita ja toiseksi eniten 30–39-vuotiaita. Turku onkin elinvoimainen, vireä, kestävän kehityksen opiskelu- ja kulttuurikaupunki Aurajoen varressa ja Itämeren rannalla. Monipuolinen palvelutarjonta ja saaristo houkuttelevat kaupunkiin sekä asukkaita, että matkailijoita. Turku onkin yksi Suomen suosituimmista matkailukaupungeista. (Turun kaupunki 2023a; Turun kaupunki 2023b.)

#### 4.1.1 Turun brändi

Turun kaupunki määrittelee brändikäsikirjassa Turun brändin kulmakiviä osamisen, historian, kulttuurin ja merellisyyden. Turku kuvaillaan vastakohtien kaupungiksi missä historia ja tulevaisuus kohtavat. Turku on täynnä samaan aikaan kauneutta ja karuutta, arvokkuutta ja arkisuutta sekä kansainvälisyyttä ja nurkkakuntaisuutta. (Turun kaupunki 2023d 8,14.) Näiden teemojen lisäksi Turun kaupunki kertoo tavoitteekseen tulla kestävien ratkaisujen mallikaupungiksi (Turun kaupunki 2023c). Turun brändin ydin (kuvio 3.) tiivistyy sloganissa ”Turku – parasta aikaa” (Turun kaupunki 2023d, 17).



Kuvio 3. Turun brändin tasot (Turun kaupunki 2023d, 17).

### Historia

”Turussa historia tuntuu kaikkialla” (Turun kaupunki 2023d, 9).

Turku on Suomen vanhin kaupunki ja sinne ovat saapuneet aina ensimmäisenä eurooppalaisen kulttuurin, tieteen, uskonnon ja politiikan vaikutukset, minkä jälkeen ne ovat saavuttaneet muun maan. Turussa sijaitsee mm. Suomen vanhin koulu, ensimmäinen yliopisto, soittokunta, teatteri, Turun linna ja yhtäjaksoisesti järjestetty rockfestivaali Ruisrock. (Turun kaupunki 2023d, 9.)

### Merellisyys

”Maailman kauneimman saariston pääkaupunki” (Turun kaupunki 2023d, 10).

Itämeren rannalla sijaitseva kaupunki haluaa korostaa merellisyyttä, mikä rakentuu 40 000 saaren muodostamasta saaristomerestä ja sen luonnosta, Aurajoen rannasta, laivanrakennusteollisuudesta ja Linnanniemestä Ahvenanmaalle ja Tukholmaan liikennöivistä ruotsinlaivoista. (Turun kaupunki 2023d, 10.)

Merellisyyttä tutkitaan myös Turun yliopiston elinkeinotoiminnan yksikkö Aistilan tutkimuksessa ”Miltä merellinen Turku tuntuu? Moniaistinen tutkimus Turusta merellisenä kokemuksena”. Tutkimuksesta saatua aineistoa tullaan hyödyntämään opinnäytetyössä, sillä sen toivotaan antavan syvempää ymmärrystä asukkaiden ja matkailijoiden kokemuksista ja toiveista palvelukonseptia kehitettäessä. Tutkimus auttaa myös nostamaan esille ongelmia mihin kaivataan ratkaisua. Tutkimuksessa havaittuja kehityskohtia merellisyyden kokemuksen parantamiseksi olivat näköala merelle, mahdollisuus päästä saaristoon yleisillä kulkuvälineillä ja kävelyreitit rannoilla ja mahdollisuus uimiseen. (Forsman & Pohjanheimo 2019.)

### Kulttuuri

Turun kaupunkikulttuurin ydin koostuu monipuolisesti erilaista tapahtumista, urheilusta, teattereista, museoista, konserteista ja ruokakulttuurista. Turku on tunnettu myös elokuvien kuvauslokaationa. Turku toimi 2011 Euroopan kulttuuripääkaupunkina. (Turun kaupunki 2023d, 11.)

## Osaaminen

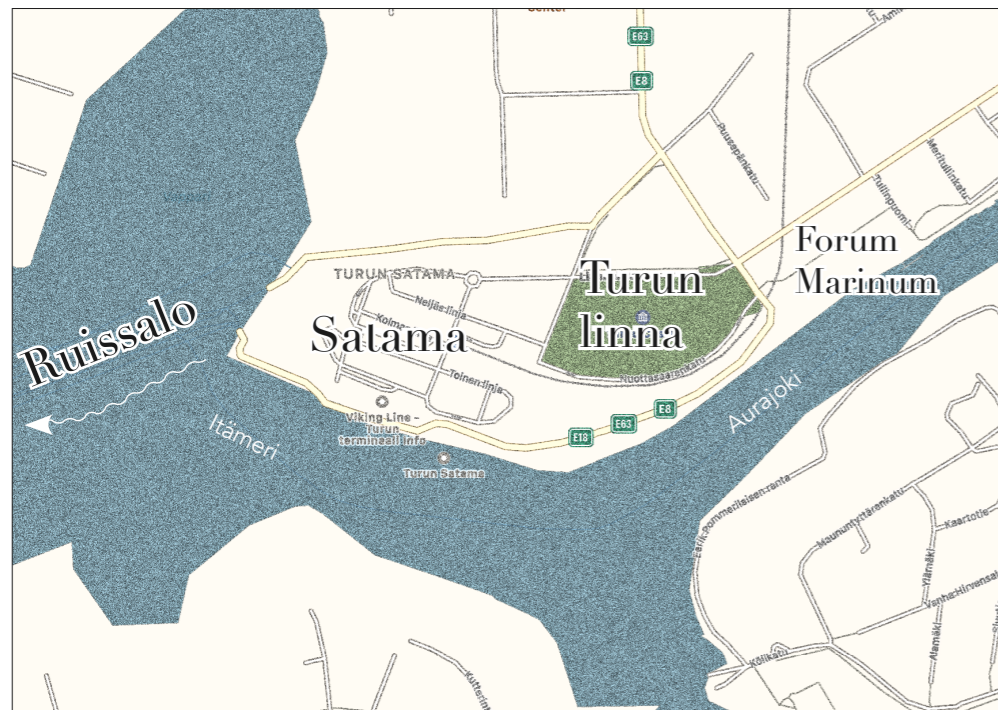
*“Vahvuksina koulutus, tiede ja elinkeinoelämä”* (Turun kaupunki 2023d, 12).

Turku on innovaatiokeskittymä, jossa toimii kymmeniä tuhansia yrityksiä ja useita tiede- ja ammattikorkeakouluja sekä ammatillisia oppilaitoksia. Turkulaisista jopa joka neljäs on opiskelija. (Turun kaupunki 2023d, 12.)

Edellä mainitut Turun kaupungin määrittelemät bränditavoitteet luovat suuntaviivat opinnäytetyön suunnitteluprosessille ja osaltaan määrittävät millaista tulevaisuuden Linnanniemeä aletaan muotoilla asukkaille ja matkailijoille.

### 4.2 Linnanniemi

Linnanniemi sijaitsee (kuvio 4) Aurajokisuun länsirannalla ja se on osa kehittyvää Turun keskustaa. Alue rajautuu satama-alueen niemenkärjestä itäpäässä sijaitsevalle Forum Marinum museolle ja etelässä Aurajoen varteen. Keskelle sijoittuu historiallisesti arvokas Turun linna. Alueen halki kulkee junarata päärautatieasemalta satamaan. Linnanniemen lähiympäristössä on aiemmin sijainnut teollisuus-, varasto-, konepaja-, logistiikka-, ja telakka-alueita. Ympäröivää aluetta on jo uudistettu ja muun muassa rakennettu asuinkortteleita. (Turun



Kuvio 4. Linnanniemen nykytilanne (mukaillen Apple karttapalvelu).

kaupunki 2020, 27.) Linnanniemen alueen uudistuminen mahdollistuu nykyisten matkustajalaivaliikenteen terminaalien siirtämisellä uudelle paikalle, jolloin laajoja liikenne- ja lastauskäytössä olevia maa-alueita vapautuu julkiseksi kaupunkitilaksi ja tulevaisuuden- ja historian museolle (Turun kaupunki 2020a, 24). Satama-alue on Turun kaupungin omistuksessa ja vuokrattuna laivayhtiön tukialueeksi. Vuokrasopimus umpeutuu 2025 ja uuden yhteisterminaalin rakentaminen olisi mahdollista käynnistää 2026, jolloin museohanke voisi valmistua kaupungin juhlavuodeksi 2029. Alueen kautta kulkee lähes neljä miljoonaa matkustajaa joka vuosi. Turun linnan ja Merikeskus Forum Marinumin yhteenlasketut kävijämäärät ovat noin 230 000 vierailijaa vuositasolla. (Turun kaupunki 2019.)

### Turun keskustan kaupunkivisio ja Linnanniemen alueen ideakilpailu

Turun kaupungin vuonna 2017 julkaistussa “Keskusta 2050 kaupunkivisiossa” suunnitelmissa on laajentaa keskustamaista aluetta satamaa kohti. Visiona on luoda Linnanniemestä merelle avautuva uusi keskustamainen alue, säilyttäen kuitenkin sille ominainen luonne ja identiteetti. (Turun kaupunki 2017.) Linnanniemi onkin yksi keskeisimmistä alueista Turun keskustan kehittämisen kärkihankkeessa (Turun kaupunki 2020a).



Kuva 1. Linnanniemen ideakilpailun After Party-työryhmän voittajatyö “Kolme palaa” (Turun kaupunki 2020a, 60).

## 5 MATKAILU

Turun kaupunki järjesti 35 hehtaarin kokoiselle Linnanniemen alueelle kansainvälisen ideakilpailun vuonna 2020. Kilpailun avulla etsittiin toteuttamiskelpoisia ideoita ja kehittämisvaihtoehtoja asemakaavoituksen pohjaksi. Kilpailuohjelmassa painotettiin Turun linnan historiallista ja maisemallista arvoa, merellisyyttä, kulttuuria ja matkailun merkitystä Linnanniemen alueella. Muita tärkeitä teemoja olivat kestävä rakentaminen, saavutettavuus, elävä ja viihtyisä ympäristö ja vetovoimaiset tekijät kuten ruoka, urheilu ja historian ja tulevaisuuden museo. Kilpailun voittajaksi valittiin (kuva 1) liettualaissuomalainen After Party-työryhmä ehdotuksellaan ”Kolme palaa”. (Turun kaupunki 2020a, 18–19, 22, 31–34; Turun kaupunki 2020b.)

Kilpailutyössä Linnanniemen alue on jaettu kolmeen osioon. Sataman tapahtuma-alueeseen, Turun linnan puistoalueeseen ja Forum Marinumin monitoimialueeseen, missä sekoittuvat asuminen ja liiketoiminnot. Aurajoenranta ja merenranta jäävät vapaaksi julkiseksi tilaksi. Puistoalue laajenee kohti Aurajoen suuta. (Turun kaupunki 2020a.) Kilpailutyön idealuonnossuunnitelma tulevaisuuden Linnanniemestä otetaan suuntaa antavaksi ja löyhästi ohjaavaksi pohjaksi laadittaessa opinnäytetyöhön palvelukonseptia.

Tässä luvussa kerrotaan matkailualasta, trendeistä ja niiden vaikutuksesta matkailuun ja matkailijaan ja avataan ilmiöitä, kuten kestävä matkailua.

### 5.1 Matkailuala

Maailman matkailujärjestö World Tourism Organization määrittelee matkailuksi arkielämästä poikkeavaan ympäristöön matkustamisen, joko henkilökohtaisen, työhön tai vapaa-aikaan liittyvän syyn vuoksi. Matkailu voi tapahtua sekä kotimaassa että ulkomailla. Matkailua ovat päivävierailut ja yöpymistä sisältävä matkailu. (UNWTO 2010, 9–10.) Työ- ja elinkeinoministeriön selvityksen mukaan kotimaan matkailun kohderyhmiä on viisi (TEM 2021a, 107):

- kaupunkilomailijat
- kyläilijät ja mökkeilijät
- aktiivilomailijat
- nautiskelijat
- kulttuurista ja luonnosta nauttivat

Matkailuala kasvoi Suomessa tasaiseen tahtiin vuosien 2015–2019 aikana, kunnes maailmanlaajuinen koronapandemia pysäytti matkailun lähes kokonaan keväällä 2020 (TEM 2021). Venäjän aloittama hyökkäyssota Ukrainaan on tuonut haasteita ja vaikuttanut myös osaltaan matkailuun. Matkailu Venäjältä Suomeen on pysähtynyt ja saavutettavuus Aasiasta on heikentynyt. Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun ennustetaan kuitenkin elpävän 2024 loppuun mennessä. Kotimaan matkailu on kasvattanut suosiotaan ja kotimaisten matkailijoiden osuus on kasvanut, mikä selviää myös yöpymistilastoista. (TEM 2022a; Kaihola 2023, 9,13.) Vuonna 2023 maaliskuussa Turussa yöpyi eniten kotimaan matkailijoita, toiseksi eniten rekisteröityjä yöpymisiä oli ruotsalaisilla. Yöpymisten määrä on noussut yhteensä 10 % vuodesta 2022. Vapaa-ajanmatkailijoiden osuus matkailijoista on edelleen suurin. (Visit Turku 2023.)

Vuonna 2019 matkailu työllisti 154 000 henkilöä ja alalla toimivia yrityksiä oli 28 000. Matkailualan yrityksistä suurin osa on mikroyrityksiä. Matkailu on edelleen merkittävä elinkeino. Matkailun avulla luodaan myös paikallisille asukkaille monipuolisia ja laadukkaita palveluita. Matkailulla voidaan myös tukea kulttuuria, kulttuuriperinnön ja -ympäristön säilymistä ja näin ollen vahvistaa alueiden omaa kulttuuri-identiteettiä. (TEM 2022b, 13–14.) Suomi asetti tavoitteekseen

kehittää matkailuelinkeinoa pandemian jälkeen panostamalla kestävään ja vastuulliseen matkailuun, digitalisaatioon sekä edistämällä ja hyödyntämällä innovaatioita (TEM 2021b; Kaihola 2023, 18–19).

## 5.2 Matkailun trendit ja tulevaisuus

Matkailualalla on tärkeää tunnistaa yhteiskunnassa ja markkinoilla tapahtuvat muutokset ja pyrkiä ennakoimaan niitä, jotta matkailijoiden tarpeisiin voidaan vastata myös tulevaisuudessa. (Tonder 2013, 21–22.)

### Megatrendit

Opinnäytetyön aloituksen aikaan 2020 Sitra nosti megatrendeiksi ekologisen jälleenrakennuksen ja ekologisen kestävyuden, väestön ikääntymisen ja monimuotoistumisen, verkostomaisen vallan voimistumisen, teknologian sulautumisen kaikkeen ja talousjärjestelmän uuden suunnan etsimisen. (Dufva 2020, 13–45). Näiden voidaan todeta olevan linjassa myös vuoden 2023 megatrendien kanssa. Sitran julkaisussa vuonna 2023 megatrendejä käsiteltiin viiden eri teeman kautta:

- Luonto: Luonnon kantokyvyn mureneminen, ekologinen jälleenrakennus.
- Ihmiset: Hyvinvoinnin haasteiden kasvaminen, väestön ikääntyminen.
- Valta: Demokratian kamppailun koveneminen.
- Teknologia: Digivallan kilpailun kiihtyminen, teknologia ja data osaksi arkea.
- Talous: Talouden perustan rakoileminen, ruoka- ja energiakriisi. (Dufva & Rekola 2023.)

Megatrendejä tulee tarkastella kokonaisuutena, sillä niistä jokainen vaikuttaa toisiinsa.

### Matkailun trendit

Matkailuun ja matkailijoihin vaikuttavat maailmanlaajuiset megatrendit. Mika Tonder jakaa matkailuun vaikuttavat tekijät kuuteen isoon kategoriaan melko yhtenäisesti Sitran listaamien megatrendien kanssa. Nämä tekijät ovat talous, politiikka, ympäristöasiat, teknologia, demografia eli väestörakenne ja sosiokulttuuriset tekijät. (Tonder 2013, 22–34.) Työ- ja elinkeinoministeriön julkai-

lussa arvioidaan, että ilmastonmuutos ja siihen liittyvät ekologiset arvot voivat vaikuttaa yksilöiden matkustusvalintoihin. Muita matkailijoiden käyttäytymistä muokkaavia trendejä ovat uudet, yksilölliset elämykset, aineeton luksus, omasta hyvinvoinnista huolehtiminen, kulttuurit ja autenttisuus sekä kaikkialla läsnä olevan digitalinen yhteys. (TEM 2022b, 16, 18, 21.) Seuraavaksi avataan muutamia matkailun trendejä kategorioittain.

### Ilmastonmuutos

Matkailun trendeiksi voidaan poimia ilmastomuutoksen myötä muuttuneet asenteet matkailua kohtaan. Kuluttamisen ja suorittamisen sijaan haetaan laatua, yksilöllisyyttä, uusia kokemuksia ja matkailuelämyksiä myös lähialueilta. Tätä ilmiötä voidaan kutsua ”slow tourismiksi” eli hitaaksi matkailuksi. Myös junamatkailu on yksi hitaan matkustamisen tapa ja se kasvattaakin suosiotaan, sillä suhtautuminen lentomatkailuun on muuttunut kriittisemmäksi ja lentomatkailua halutaan vähentää sen ilmastovaikutuksien vuoksi. (Tonder 2013, 22–34; Kallionpää 2018.) Facebookissa toimii aktiivinen Maata pitkin matkustavat-ryhmä, jolla on jäseniä yli 36 000 (18.5.2023). Jäsenet vaihtavat ajatuksia matkailusta ja matkustamisesta, ja antavat toisilleen neuvoja junalla matkustamiseen ja vertailevat eri matkustusmuotojen, kuten laivojen päästövaikutuksia. Tulevaisuudessa ympäristöystävällisemmät energiamuodot mahdollistavat kestävämpien valintojen tekemisen liikkumisen suhteen ja matkustaminen eri kulkumuodoilla saattaa lisääntyä (TEM 2022b, 18).

### Sosiokulttuuriset tekijät

Ihmisten arvot, asenteet ja käyttäytyminen vaikuttavat matkailuun. Yksilöllisyyden tavoittelun nähdään kasvavan tulevina vuosina. Matkoja halutaan räätälöidä ja matkailijat odottavat yksilöllisiä lisäpalveluita. (Tonder 2013, 31–33; Kallionpää 2018.) Ihmiset ovat enenevässä määrin kiinnostuneita elämyksistä, uuden oppimisesta, henkilökohtaisesta kehittymisestä ja valinnanvapaudesta, niin matkoillaan kuin arjessaan. Matkailijat ovat kokeneempia ja määrän sijaan haetaan laatua. Ihmiset ovat myös tiedostavia ja kiinnostuneita raaka-aineista ja niiden alkuperästä ja vaikutuksesta ympäristöön ja ympäröivään yhteisöön. Myös matkoilta haetaan ympäristöystävällisesti, eettisesti ja kestäväällä pohjalla tuotettuja tuotteita ja palveluita. (Tonder 2013, 33.) Esimerkkinä vaikutuksesta ympäröivään yhteisöön on liikaturismi. Tyypilliset esimerkit löytyvät Barcelonasta ja Venetsiasta, jossa paikalliset asukkaat protestoivat matkailua sen mukanaan tuomien ongelmien vuoksi. Suomi saattaakin hyötyä maailmalla yleistyneis-

## 6 KOKEMUKSELLISUUS JA ELÄMYKSELLISYYS

tä liikaturismi-ilmiöstä, jos matkailijat suuntaavat hakemaan aitoja elämyksiä tunnettujen eurooppalaisten kaupunkien sijaan Suomalaisista kaupungeista. (Kallionpää 2018.) Vastareaktionakin syntynyt "Live like a local" ilmiö. Tällä tarkoitetaan matkailijoiden halua kokea matkakohteensa kuin paikallinen. Matkailijat haluavat kokea kohdemaan kulttuurille tyypillisiä paikallisia elämyksiä, aitoja ja arkisia kokemuksia - oikeaa elämää. Matkoilla ei haluta käydä turisteille suunnatuissa kohteissa vaan aikaa vietetään paikallisten tapaan. Jos paikalliset viihtyvät kaupungissa, niin viihtyvät matkailijatkin. (Koutonen 2018.)

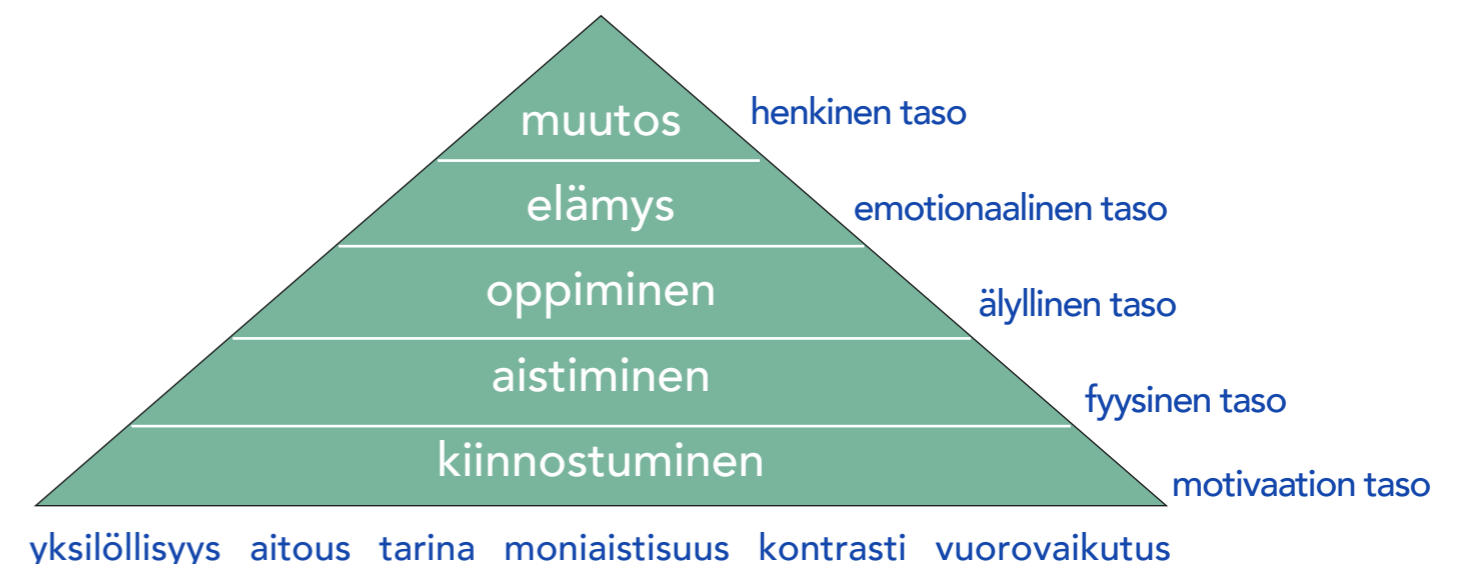
### Väestörakenne

Matkailuelinkeinon kannalta keskeistä on väestörakenteissa tapahtuvat muutokset. Väestö ikääntyy länsimaissa, mutta vanheneva väestö käyttäytyy enenevässä määrin samalla tavalla kuin nuoremmatkin kuluttajat. Perheet monimuotoistuvat ja tulevat ydinperheiden rinnalle ja tämä muuttaa tapoja käyttää palveluja. Kaupungistumisen myötä matkailupalveluiden kysyntä kasvaa ja keskittyy pienemmille alueille. Kaikki nämä edellä mainitut tekijät lisäävät tarvetta erilaisille matkailukonsepteille. (Tonder 2013, 29.)

### 5.3 Kestävä matkailu

Kestävästä matkailusta puhuttaessa yksi tärkeimmistä asioista on päästöjen vähentäminen. Suurin osa matkailun päästöistä syntyy liikkumisesta (75 %) ja majoituksesta (20 %). Veden käyttöön, jätteiden minimoiseen ja ruuan tuotannon vaikutuksiin tulisi kiinnittää huomiota ja kehittää niitä hiilineutraaliin ja resurssitehokkaaseen suuntaan. Kestävä ja vastuullinen matkailu on ympäristönkääntäjänsä lisäksi kuitenkin muutakin, sosiaalista, kulttuurista ja taloudellista kestävyttä. Tämä tarkoittaa kulttuuriperinnön vaalimista, osallistamista ja vuorovaikuttamista paikallisten kanssa, tasavertaisuutta ja tasa-arvoa, lähiruuan suosimista ja paikallisten tuotteiden palveluiden ja yritysten tukemista. Kuten jo matkailun trendeissä todettiin, kuluttajat ovat yhä tiedostavampia ja vastuullisempia. Matkustaessaan he haluavat vaalia sekä ympäristöä, että sosiaalista hyvinvointia. (TEM 2022b, 17–18; Visit Finland 2019.) Suomen merkittävin matkailullinen vetovoimatekijä on luonto, yhdessä kaupunki- ja kulttuurielämysten kanssa (TEM 2022b, 17–18).

Elämys on henkilökohtainen ja omakohtainen kokemus (Miettinen 2011, 118). Ihmiset kokevat maailmaa aistien kautta. Kokemukset muodostuvat ajatuksista, mielikuvista ja tunnetiloista, yhdistyen erilaisiin yhteen kytkettyihin aistimuksiin. Kokemuksen muodostuminen on samanlaista riippumatta siitä, onko kyseessä elintarvike, ympäristö vai matkailuelämys. (Forsman & Pohjanheimo 2019.) Matkailijan henkilökohtainen tuntemus onkin merkittävintä onnistuneessa matkailukokemuksessa. Tuntemuksiin vaikuttavat usein aineettomat tekijät esimerkiksi tunnelma, mielenrauha ja kumppanuus. Hyvä matkailukokemus ei muodostu ainoastaan positiivisista elämyksistä, vaan se voi muodostua yleisesti negatiivisiksi mielletyistä erikoisista tapahtumista tai ruokaan liittyvistä elämyksistä. Etenkin seikkailunhaluiset ja aitoja elämyksiä hakevat matkailijat rakentavat identiteettiään tällaisilla matkailutarinoilla. (Koskinen 2014.) Elämys onkin muistoihin tallentunut kokemus, josta halutaan kertoa eteenpäin. Keskeistä elämysten luomisessa on itsensä toteuttaminen, oppiminen ja tunne- ja muutokokemus. (Miettinen 2011, 118.) Lapin elämysteollisuus on kehittänyt elämysten rakentamisen tueksi elämyskolmiomallin (kuvio 5). Siinä kokemusta tarkastellaan käyttäjälähtöisesti. Onnistunut kokemus etenee kiinnostumisen, aistimisen, oppimisen ja elämyksen kautta, saavuttaen mahdollisesti jopa muutokokemuksen. (LEO 2009, 11.) Tällöin palvelun tulee olla yksilöllinen, aito, moniaistinen, synnyttää vuorovaikutusta, erota arjesta sekä sisältää tarinan. Elämyksen ja kokemuksen muodostumisen ymmärtäminen on tärkeää, sillä sen avulla voidaan luoda lisäarvoa matkailijoille ja luoda unohtumattomia ja uniikkeja elämyksiä. Matkailijat ovat myös valmiita maksamaan enemmän, jos heille tarjotaan elämyksiä. (Kalliomäki 2014, 27-28.)



Kuvio 5. Elämyskolmio (mukaillen LEO 2009, 11).

## 7 MATKAILUN TULEVAISUUS LINNANNIEMEN ALUEELLA

Opinnäytetyön empiirisessä tutkimusosiossa käsitellään matkailun tulevaisuutta Linnanniemen alueella. Tutkimuksessa syvennettiin ymmärrystä matkailuun, matkailijoihin ja matkailukokemuksiin sekä selvitettiin Linnanniemen alueen tulevaisuusodotuksia. Menetelminä oli käytössä benchmarking, havainnointi, asiantuntijahaastattelut (liite 1) ja asukkaiden ja matkailijoiden haastattelut (liite 2). Visit Turun kehityspäällikkö Päivi Pohjolainen toimi matkailun asiantuntijana. Visit Turku tuottaa Turun kaupungin matkailusuunnittelua ja -neuvontaa, ja he jakavat tietoa internetsivuilla tapahtumista, majoituksesta ja palveluntuottajista. Kaupunkikehityksen ja brändin asiantuntijana toimi Turun kaupungin kaupunkikehitysryhmän hankepäällikkö Riitta Birkstedt. Haastatteluiden ja kirjallisen aineiston avulla pyrittiin selvittämään, millaisena Turku näyttää asukkaille ja matkailijoille, toisin sanoen millainen imago ja brändi Turulla on tänä päivänä vierailijoiden ja asukkaiden silmissä. Opinnäytetyön tutkimusaiheesta muodostettiin kokonaiskuva ja käyttäjälähtöisen suunnittelun työkalujen avulla poimittiin ilmenneet samankaltaisuudet.

### 7.1 Turku matkailukaupunkina

Turun matkailu on painottunut vahvasti kotimaan matkailuun. Vuonna 2019 ennen pandemiaa, matkailusta 80 % oli kansallista eli suomalaista ja 20 % kansainvälistä matkailua. (Pohjolainen 5.3.2019.) Matkailu painottuu kesäkauteen etenkin saaristossa. Tämä vaikuttaa osaltaan vierailuihin Turussa, sillä Turkuun tullaan saaristosta ja täältä lähdetään saaristoon. Voisikin sanoa, että Turku on saariston kaupunki. Haasteena on saada pidennettyä matkustuskesäkausi ja tehdä matkailusta helppoa ja ympärivuotista. (Pohjolainen 5.3.2019.)

### Matkailijaryhmät Turussa

Pohjolan mukaan yleisimmät matkailijaryhmät Turussa ovat (Pohjolainen 5.3.2019):

- Paikalliset lähimatkailijat
- Kokeneet matkailijat, jotka ovat nähneet paljon ja matkustavat yksin, kaksin tai pienissä ryhmissä. He arvostavat pientä ja kaunista ja hakevat uniikkeja kokemuksia, elämyksiä, luontoa, raitista ilmaa ja puhdasta vettä.
- Työperäiset matkailijat

Turku soveltuu hyvin matkailuun edellä mainituille kohderyhmille, sillä kompaktin kokonsa ja monipuolisen kulttuuri- ja ruokatarjonnan vuoksi se on oiva kaupunkilomakohde. Turusta löytyy ainutlaatuista luontoa ja upea saaristo. Kesäaikaan lähiseuduilla on paljon mökkeilijöitä, osin saariston vuoksi ja myös vierailevia veneilijöitä. Turussa järjestetään myös paljon tapahtumia ja aktiivilomailijat voivat osallistua esimerkiksi Paavo Nurmi maratonille. Opinnäytetöissä matkailijaryhmät rajattiin vapaa-ajan matkailijoihin, sillä niiden osuus Turun matkailijoista on edelleen suurin ja painopiste matkailijaryhmissä on kansallinen eli kotimaanmatkailu. (Pohjolainen 5.3.2019.)

## Turun matkailubrändi

*“Turun matkailubrändi on kaupungin, luonnon ja saariston yhdistelmää ja merellisyyttä” (Pohjolainen 5.3.2019).*

Asiantuntijahaastattelussa (liite 1) Pohjolainen ja Birkstedt korostivat lähes samoja asioita, kuin mitä dokumenttianalyyseissä esitellyissä Turun bränditavoitteissa oli tuotu esiin. Aihetta käsitellään luvussa 4.2 Turun brändi. Pohjolainen ja Birkstedt (5.3.2019; 20.3.2019) näkivät Turun brändi-identiteetissä seuraavia teemoja

- Saaristokaupunki
- Merellisyys ja saaristo
- Rennot ja kivat ihmiset
- Nuorekas hyvän fiiliksen kaupunki johon tullaan pitämään hauskaa
- Pyöräilykaupunki
- Historia
- Eurooppalaisuus
- Luontoympäristö, saaristo, meri
- Monipuoliset ja kiinnostavat kulttuurisisällöt:  
Tapahtumat, urheilutapahtumat, musiikki, kulttuuri
- Mielenkiintoiset ostokset
- Turun autenttinen tunnelma
- Ruokakaupunki

Brändin tulee ohjata myös suunniteltaessa tulevaisuuden Linnanniemen aluetta ja sen täytyy näyttäytyä sekä asukkaille että matkailijoille. Brändimielikuva on lunastettava ja sen on vastattava todellisuutta. Pohjolainen ja Birkstedt nostavat molemmat merellisyyden haasteeksi Linnanniemen alueella, johon on tulevaisuudessa kiinnitettävä huomiota. Aurajoen rannalla merellisyys koetaan jopa voimakkaampana kuin satamassa.

## Matkailun trendit Turun matkailussa

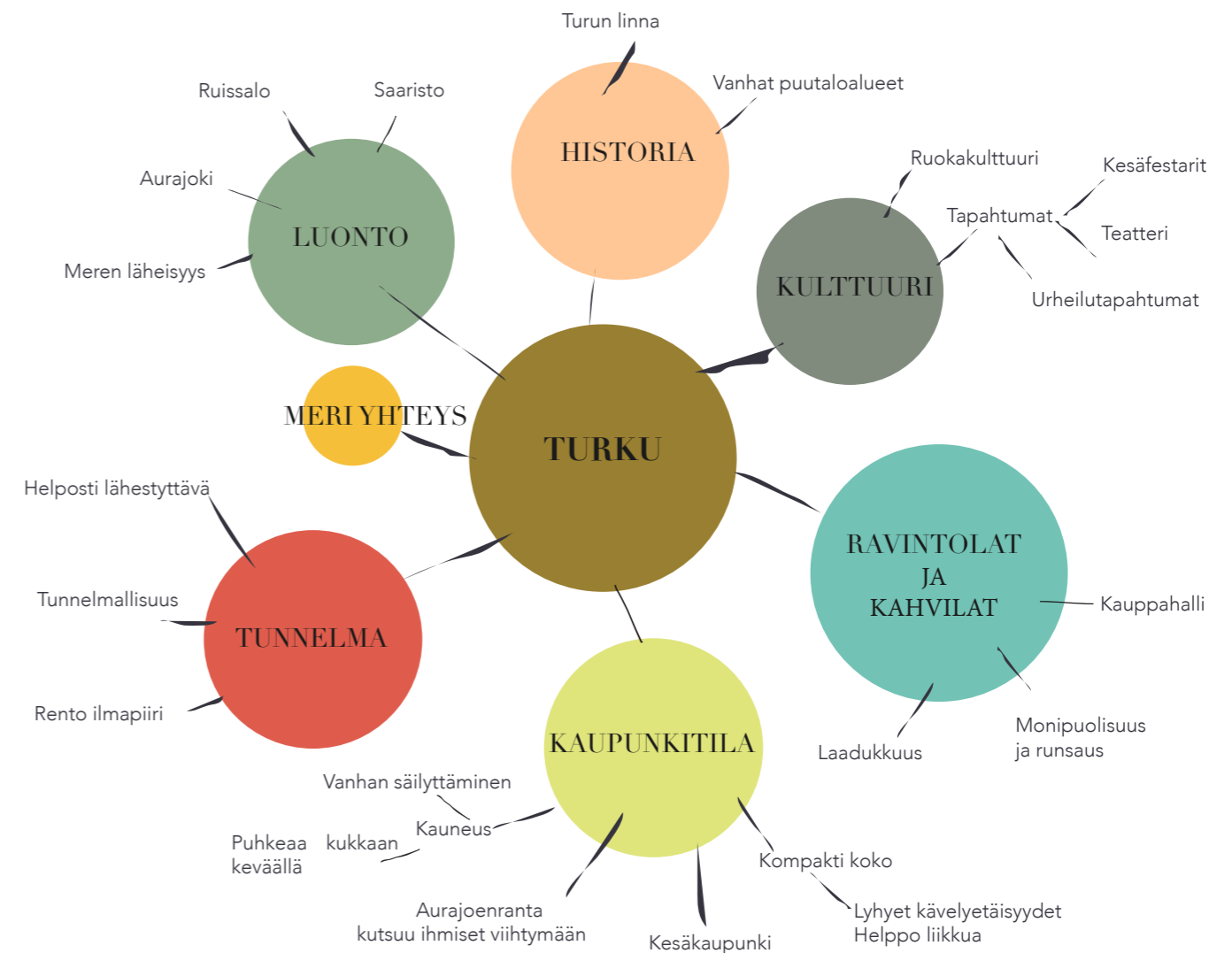
Yleiset matkailun trendit, joita käsiteltiin luvussa 5.2 näkyvät myös Turun matkailussa. Pohjolainen listasi haastattelussa vahvimmin näkyviksi trendeiksi “Live like a local” ilmiön. (Pohjolainen 5.3.2019.) Live like a local -ilmiötä voisi hyödyntää myös saaristomatkailussa. Jos paikalliset asukkaat kokevat saaristoon matkustamisen helpoksi, seuraavat matkailijatkin perässä. Toinen iso trendi on “City break” eli viikonloppu ja lyhytlomat. Turku soveltuukin lyhyeen lomailuun. Ihmiset haluavat viettää aikaa myös omalla lähiseudulla. Tästä nousee trendiksi lähimatkailu. (Pohjolainen 5.3.2019.) Myös luvussa 5.1 käsitelty kansallisen matkailun suosio tukee lähimatkustamisen trendiä. Osaltaan tähän on varmasti vaikuttanut poikkeukselliset vuodet ja se, että matkailijat ovat ilmasto- ja ympäristötietoisia, mikä on lisännyt kotimaanmatkailun houkuttelevuutta ja arvostusta. Myös Pohjolainen toi esille kestävän matkailun, kiertotalouden ja kulttuurillisen kestävyuden. Itämeren tila vaikuttaa voimakkaasti Turkuun. (Pohjolainen 5.3.2019). Kuten luvussa 4.1 kerrottiin, Turku on halunnut profiloitua kestävän kehityksen kaupungiksi, mikä täytyy huomioida myös suunniteltaessa matkailupalveluita.

## Matkailijoiden Turku

Opinnäytetyössä toteutetut haastattelut matkailijoille ja paikallisille (liite 2) tukevat myös asiantuntijoiden nostamia mielikuvia Turusta. Haastattelut toteutettiin keväällä 2023 pienelle 16 hengen ryhmälle puhelimitse ja kasvotusten. Haastatteluun osallistuneiden ikä oli 7–70 vuoden välillä. Vanhempaa ikäluokkaa edustavia haastateltavia oli sekä matkailijoissa että paikallisissa asukkaissa. Vastaajista 4 oli miehiä ja naisia 12. Vastaajista kaksi oli lapsia, iältään 7 ja 10-vuotiaita, edustaen kumpaakin sukupuolta. Turussa asuvia oli viisi henkilöä, heistä yksi oli mies. Lähialueella Kaarinassa ja Liedossa asuvia matkailijoita oli viisi henkilöä. Matkailijoista kaksi henkilöä asui Helsingissä, kaksi henkilöä Kouvolassa, loput haastateltavista asuivat Salossa ja Valkeakoskella.

Vastauksissa Turku koettiin pääasiassa positiivisten mielikuvien kautta ja monet Turun brändin kulmakivistä nostettiin esiin (kuvio 6). Mindmapin avulla on kuvattu haastatteluissa ilmenneet kuusi eniten toistuvaa teemaa, ja niihin linkittyvät ilmiöt ja alahaarat. Luonto oli lähes jokaiselle vastaajalle tärkeä tekijä Turussa. Aurajoen ranta kutsuu ihmisiä ja elämää, jota on mukava seuraila. Yhteys saaristoon ja merenläheisyys koettiin tärkeäksi. ”Mansesta tämä ei onnistu” letkautti yksi vastaajista. Ihmiset arvostivat etenkin monipuolista, runsasta ja laadukasta ravintola- ja kahvilatarjontaa ja niiden tunnelmaa. Turku koetaan erinomaisena ruokamatkakohteena. Ruoka on yksi kulttuuriin liitettävistä tekijöistä. Muita ilmenneitä kulttuuriteemoja olivat yleisesti ottaen tapahtumat ja erityisesti mainitut kesäfestivaalit, teatteri ja urheilutapahtumat. Historia kiinnosti vastaajia ja erityisesti Turun linna ja vanhat puutaloalueet. Yksi haastateltavista esitti huolen vanhan säilyttämisestä. Turkua pidetään kompaktin kokoisena kaupunkina missä on helppo liikkua paikasta toiseen kävellen. Hyvä tunnelma, tunnelmallisuus ja rento ilmapiiri tekevät Turusta houkuttelevan.

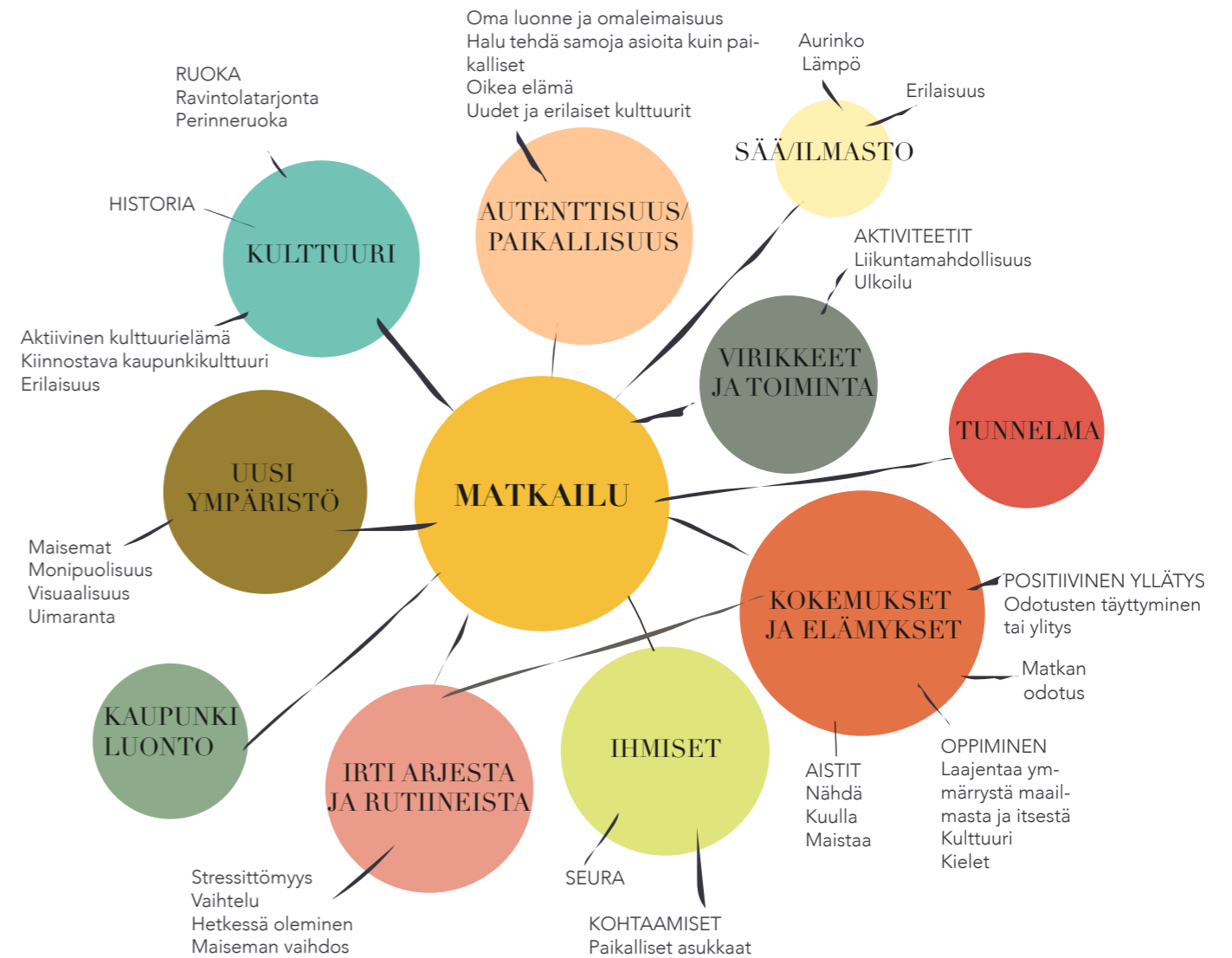
Dokumenttianalyysin ja kerätyn tutkimustiedon pohjalta voidaan todeta, että Turun brändi näyttäytyy melko samanlaisena sekä asukkaille että matkailijoille. Turkua pidetään helppona matkailukohteena kompaktin kokonsa vuoksi ja runsaan ja monipuolisen kulttuuritarjonnan ansiosta. Kaupunkialueelle tullaan tunnelmoimaan veden äärelle ja nauttimaan eläväisestä kaupunkielämästä. Erityisesti kiinnostavat ravintola- ja kahvilapalvelut niiden laadukkaan tarjonnan ja tunnelmallisen ympäristön vuoksi. Historia ja kerroksellisuus luo osaltaan omaleimaista tunnelmaa ja mielenkiintoa. Luontoarvot ja yhteys saaristoon koetaan myös tärkeäksi.



Kuvio 6. Mindmap Turku.

## Matkailijoiden odotukset

Asukkaille ja matkailijoille suoritetuissa haastatteluissa (liite 2) toistuvat teemat matkailuodotuksista ryhmiteltiin ja koostettiin yhteen mindmapin avulla (kuvio 7). Yleiset matkailun trendit, joita käsiteltiin luvussa 5.2 näkyivät myös selkeästi haastatteluvastauksissa, kuten uusien matkailuelämysten ja kokemusten hakeeminen, uuden oppiminen ja henkilökohtainen kehittyminen sekä halu kokea autenttisuutta ja paikallisuutta sekä tutustua erilaisiin ja uusiin kulttuureihin ja ihmisiin. Matkailun parhaita puolia ovat ympäristön vaihdos, uusista maisemista nauttiminen joko luonnossa tai kaupungissa, kulttuurikokemukset, ruokaelämykset ja osallistuminen johonkin aktiviteettiin. Vastauksissa toistui arjesta ja rutiineista irtautumisen tärkeys. Kohtaamisten ja matkaseuran positiivinen vaikutus tuli myös esiin vastauksissa. Yksi haastateltavista mainitsi myös matkan odottamisen tärkeyden. Matkailupalveluita suunniteltaessa tuleekin muistaa, että matka alkaa jo ennen fyysistä matkustamista.



Kuvio 7. Mindmap matkailu.

## 7.2 Linnanniemen alueen nykytila

Havainnoinnin ja benchmarkingin avulla tutkittiin Linnanniemen alueen nykytilannetta ja kartoitettiin olemassa olevaa palvelutarjontaa ja sitä, miten ihmiset käyttävät aluetta. Aluetta valokuvattiin. Havainnointia on tehty 2019-2023 eri vuodenaikoina. Viimeisin havainnointi toteutettiin keväällä 2023. Havaittiin, että terminaalien aukioloaikojen ulkopuolella ihmisiä ei liiku juurikaan satama-alueella. Alue on varattu suurimmaksi osaksi liikenteelle (kuva 3), jolloin oleskeluun tarkoitettuja viihtyisiä alueita ei synny. Tämä ei houkuttele paikallisia asukkaita, ja satama-alue toimii matkustajien kauttakulkupaikkana. Turun linnan seutu on jo viihtyisämpi linnaa ympäröivän puistoalueen ansiosta. Linnan seutu (kuva 2) on myös eläväisempi ja ihmisiä liikkuu alueella runsaammin. Myös Forum Marinumin kohdalla ihmisiä lenkkeilee ja liikkuu enemmän. Suuri parkki-alue ja moottoriajoneuvojen kulku laivalle tekevät kuitenkin alueesta kolkon ja latistavat viihtyisyyttä (kuva 4).



Kuva 2. Turun linnan alue.



Kuva 3. Turun satama.



Kuva 4. Forum Marinum.

## Linnanniemen alueen palvelut

Linnanniemen alueella toimivat yritykset ja palvelut kartoitettiin havinnoimalla keväällä 2023. Yritykset rajattiin palveluja tuottaviin yrityksiin ja ne on jaoteltu kategorioittain. Yritysten aukioloajat vaihtelevat ja esimerkiksi osa ravintoloista palvelee ainoastaan lounasaikaan tai satamasta kulkevien alusten aikataulujen mukaan. Ostosmahdollisuuksia alueella ei ole museokauppojen ja pienen päivittäistarvarakaupan lisäksi.

### Terminaalit

- Viking Line. Terminaalin yhteydessä on kahvila matkustajien käyttöön. Kahvila on avoinna matkustusaikoina.
- Silja Line. Terminaalin yhteydessä on kahvila matkustajien käyttöön. Kahvila on avoinna matkustusaikoina.

### Museot

- Turun linna on avoinna tiistaista sunnuntaihin ja kesäaikaan joka päivä. Museoon on pääsymaksu, mutta linnan pihalle on avoimet ovet. Museo tarjoaa opastettuja kierroksia myös lapsille.
- Forum Marinum ja museolaiva Suomen joutsen palvelevat kesäaikaan maanantaista sunnuntaihin. Museo järjestää opastettuja kierroksia.

### Ravintolat

- Nick's Food Design on erikoistunut gluteenittomiin ruokiin. Ravintola on avoinna arkisin lounasaikaan.
- Ravintola 3. Linja tarjoaa monipuolista ruokaa. Ravintola on suljettu sunnuntaisin ja auki supistetuin aukioloajoin maanantaisin ja tiistaisin.
- Linna Burgers & Coffee toimii kesäkautena vanhassa lippakioskissa ja on avoinna joka päivä. Ravintolan valikoimissa on hampurilaisia, ranskalaisia ja juomia. Annoksissa käytetään lähituottajien raaka-aineita. Ravintola järjestää myös pienimuotoisia musiikkitapahtumia. Ruokailu tapahtuu ulkona.
- Ravintola Göran Forum Marinum toimii museon yhteydessä ja tarjoaa saaristolaislounasta sekä à la carte tyylistä ruokaa iltaisin ja viikonloppuisin. Ravintola on avoinna joka päivä.
- Juhana Herttuan Kellari Turun Linnan yhteydessä. Arkisin tarjolla lounasta ja viikonloppuisin se toimii kahvilana, ja on avoinna tiistaista sunnuntaihin.
- Gastro Pub Seaport ja Seaport Bar toimivat Hotelli Seaportin yhteydessä. Tarjolla on juomia ja muun muassa kalateemaisia ruoka-annoksia. Ravintola ja baari ovat avoinna joka päivä.
- Satama Kebab & Pizzeria toimii vanhassa grillikioskissa junalaiturin vieressä.

## Majoituspalvelut

- Best Western Hotel Seaport sijaitsee satama-alueella terminaalien vieressä vanhassa kunnostetussa varastorakennuksessa.
- Laivahostel S/S Bore sijaitsee Forum Marinumia vastapäätä. Vanha rahtilaiva on otettu majoituskäyttöön ja telakoitu Aurajoelle. Huoneina toimivat vanhat hytit.

### Liikkuminen

- Turun kaupungin paikallisliikenne: Linja-autot, Föli-fillarit.
- Kaukoliikenne: Juna-asema ja linja-autoasema sijaitsevat satama-alueella terminaalien läheisyydessä.
- Taksiasema terminaalien yhteydessä.
- Autovuokrauspalvelu satama-alueella.
- Pysäköintialueet Forum Marinumin edessä ja satama-alueella.
- Sähköpotkulaudat on vuokrattavissa puhelimen sovelluksen avulla.

### Ostokset

- Pieni päivittäistavaraliike sijaitsee lähialueella Linnanfältissä. Laajat aukioloajat maanantaista sunnuntaihin ympäri vuoden.
- Museoiden yhteydessä toimii museokaupat, jotka ovat avoinna museoiden aukioloaikojen mukaan. Kaupoista on mahdollisuus ostaa merihenkisiä tuotteita.

### Aktiviteetit

- Tanssistudio Flama järjestää tanssiopetusta.

### Muuta

- Yleinen WC Linna Burgers & Coffee vieressä on ilmainen.

Tulevaisuudessa nykyiset palvelut eivät tule vastaamaan asukkaiden ja matkailijoiden tarpeisiin. Ravintoloiden aukioloaikojen tulee olla laajemmat, jotta paikalliset asukkaat viihtyvät myös alueella viikonloppuisin ja matkustajalaivojen reittiaikataulujen ulkopuolella. Paikalliset asukkaat vetävät myös matkailijoita puoleensa, kuten osiossa 5.2 matkailun trendit ja tulevaisuus todettiin. Jos paikalliset viihtyvät, niin viihtyvät matkailijatkin. Palveluja tulee myös monipuollistaa ja lisätä alueen viihtyisyyttä.

### 7.3 Palvelutarpeet ja kokemuksellisuus Linnanniemen alueella

Linnanniemen alueen palvelutarpeita ja kokemuksellisuutta selvitettiin ja tutkittiin workshop-tilaisuuteen osallistumalla, becnmarkingilla ja haastatteluilla. Lisäksi menetelminä ja työkaluina olivat samankaltaisuuskaavio ja mindmap.



Kuva 5. Turku Future Forum materiaali.

#### Linnanniemen alueen tulevaisuus Workshop

Turun kaupunki järjesti kaikille avoimen Turku Future Forum: Turun Linnanniemi – merellinen osa laajenevaa keskustaa -tapahtuman 14.2.2019. Tapahtumassa haettiin kehitysehdotuksia ja ideoita Linnanniemen alueen kehittämiseen tulevaisuutta varten. Tapahtumassa toimivat asiantuntijoina Turun kaupungin kaupunkisuunnittelujohtaja Timo Hintsanen, Juho Grönholm ALA arkkitehdeilta ja Turun kaupungin yhteysjohtaja Antti Kirkkola. He alustivat tilaisuuden puheenvuoroillaan. Asiantuntijoiden puheenvuoroissa korostuivat halu parantaa matkustajien tyytyväisyyttä ja matkailukokemusta, mahdollistaa merellisyyden kokeminen vahvemmin ja ainutlaatuisen saariston merkitys Turulle. Linnanniemen alueesta on tarkoitus rakentaa globaalisti kiinnostava julkinen kaupunkitila ja kohtaamispaikka, eräänlainen olohuone sekä kaupunkilaisille että matkailijoille, ekologista näkökulmaa unohtamatta. Alueen historiallinen ja maisemallinen arvo sekä kulttuurin merkitys nostettiin myös esiin. Asuminen ei ollut ensisijainen tavoite alueen kehityksessä. Tapahtumassa oli workshop-osuus, johon

opinnäytetyöntekijä osallistui. Workshop-osuudessa osallistujien avulla etsittiin keinoja luoda Linnanniemestä houkutteleva sekä asukkaille että matkailijoille. Tapahtumasta kerätty tieto (kuva 5) analysoitiin ja jäseneltiin, jotta sitä saatiin hyödynnettyä asiakasymmärryksen ja palvelutarpeiden syventämisessä. Osallistujien ideat ryhmiteltiin aihealueittain ja niistä poimittiin samankaltaisuudet ja visualisoitiin hahmottamaan kokonaisuutta (kuvio 8). Workshop ideointitilaisuudessa eniten kehitysideoita annettiin ravintola- ja kahvilapalveluihin, erilaisiin kulttuuritapahtumiin, sujuvaan liikkumiseen, saariston saavutettavuuteen ja vesiliikenteeseen, viheralueisiin, merellisyyteen ja näkymiin sekä muistutettiin historiallisen arvon kunnoittamisesta.

## LUONTO

- Yhteys luontoon.
- Koko niemen rannan ympäri kulkeva rantapromenadi, jonka ympärille vehreyttä ja luontoa.
- Aluksia, joilla pääsee saaristoon esimerkiksi eri teemaisia retkiä: hyljebongaus, linturetket.
- Vesireitit saavutettavaksi, saaret ja vastaranta.

## MERI

- Pääsy meren äärelle laitureilta.
- Portaat veteen.
- Aava näkymä ja pääsy rantaan ja merelle.
- Pääsy veden ylle.
- Pääsy rannalle.
- Yhteys merelle.
- Ranta ja merellisyyden kaikille.
- Hiekkaranta
- Uimaranta, josta näkymät merelliseen satamaan.
- Avantouintipaikka

## AURAJOKI

- Vierasveneet ja laiturialueet jokivarteen.
- Avantouintipaikka

## SAUNA

- "Löyly" Turku.
- Avantouintipaikka

## AKTIVITEETIT

- Talviurheilua ja muuta toimintaa talviaikana.
- Merellinen leikkipuisto.
- Kohtaamispaikkoja
- Piknik hengailua.
- Tekemistä ei pelkkää oleilua.
- Avantouintipaikka
- Tapahtumia läpi vuoden.

## KULTTUURI

### Musiikki

- Konsertti ja tapahtumapaikka.
- Esiintymislava erityyppisille artisteille.
- Uusi konserttisali/musiikkitalo
- Avointa tilaa musiikille.
- Tapahtuma-alueet.

### Museot

- Museo tai muu kulttuurirakennus.
- Merellinen Heureka ja historian museo.
- Avoin museo.

### Taide

- Avoin näyttelytila.
- Valencian kaltainen tiede ja taidekaupunki.
- Tapahtuma-alueet
- Avoin kulttuurikeskus.

### Muu kulttuuri

- Tilaa kaupunkikulttuurille ja tapahtumille.
- Tapahtuma-alue isoille tapahtumille.
- Suomen joutsenelle tapahtuma-alue.
- Avointa tilaa kulttuuritapahtumille.
- Elämyskeskus
- Tapahtumia läpi vuoden.

## NÄKYMÄT

- Näkymä kaupunkiin ja merelle.
- Majakka näköalatornina ja sieltä avautuvat näkymät.
- Näköalapaikka merelle päin.
- Etelärantaan uimaranta, josta näkymät merelliseen satamaan.

## HISTORIA

- Alueen historia, kerrostumat, vaiheet (muillekin kuin museokävijöille).
- Turun linnan ja alueen historian korostaminen.
- Historia näkyväksi ulkoa päin eri kausilta.
- Alueella sijaitsevat ennen meritaistelun muistomerkkinä obeliski, sen voisi rakentaa uudelleen historian museon yhteyteen.
- Laivakulttuurin erikoisalue: perinteet, museo, aluksia.
- Turun linnan puiston kehittäminen arvoiseensa käyttöön eri aikakaudet huomioiden.

## MILJÖÖ

### Puisto- ja viheralueet

- Merellinen leikkipuisto.
- Puistot kohtaamispaikkoina.
- Puistoa rantaan asti linnan kohdalla.
- Viherkäytävälle jatkoa.
- Koko niemen rannan ympäri kulkeva rantapromenadi, jonka ympärille vehreyttä ja luontoa – viereen ravintoloita, kahviloita.
- Vihreänä keitaana turisteille ja asukkaille.
- Puiston kehittäminen linnan ympärille
- Turun linnan puiston kehittäminen myös matkailijoita varten.
- Eri aikakausien huomioiminen lisäksi viihtyisyyttä.
- Merelliset kasvit mukaan vihersuunnitteluun.

### Kohtaamiset

- Ihmisläheinen ympäristö ja riittävästi pysähdyspaikkoja.
- Puistot kohtaamispaikkoina.

### Tilallisuus ja arkkitehtuuri

- Ekologinen kaupunginosa mainittiin useamman kerran.
- Avointa tilaa ja väljyyttä.
- Alueen historialliset kerrokset.
- Julkinen alue, ranta ja merellisyyden kaikille.
- Yhteys merelle.
- Kaikille saavutettava ja viihtyisä, vihreä ja vetovoimainen pikku Venetsia.
- Kalastajakylä.
- WOW arkkitehtuuria, joka keskustelelee linnan kanssa
- Mittakaava harkiten.
- Maltillisesti matalaa asumista.
- Käytettävyys myös talvella.
- Linnan ympärille kanavakaupunki, jonka varrella ravintoloita, kauppiaita ja muita palveluita.

### Taide

- Turku Valoteos Telakkarantaan
- Contemporary space/place, joka muuttuu ajan myötä.

### Kulkureitit

- Houkuttelevat reitit alueelle.
- Saavutettavuus.
- Juhana Herttuan puistotie/ bulevardi
- Viihtyisät rantapromenadit.

### Tunnelma

- Alue, jossa tekee mieli olla ja viipyä.
- Asukkaat ja jukinentila tekevät elävän kaupunginosan.
- Viihtyisiä paikkoja, ei pelkkästä laajaa aukeaa.
- Ruotsalaisille turisteille houkutteleva paikka.

## PALVELUT

### Ruoka

- Toritoimintaa, saaristolaistori
- Kalastajakylä
- Rantalaituri ravintolat.
- Food market alue
- Pop up- tai tilapäisiä ravintolalaitoja
- Ruokaa suoraan merestä
- Piknik merellä
- Linnan ympärille kanavakaupunki, jonka varrella esimerkiksi ravintoloita.
- Viihtyisät rantapromenadit, missä kahviloita ja ravintoloita.
- Merimieskapakka, satamakapakat.
- Korkea hotelli, minkä ylimmässä kerroksessa sky bar, josta näkymä merelle.

### Majoitus

- Laadukas hotelli terminaalin yhteyteen "kuivin jaloin hotellista laivalle".
- 20 kerroksinen hotelli.

### Kulttuuri

- Taide, musiikki, muu kulttuuri ja elämykset

### Ostokset

- Toritoiminta, saaristolaistori.
- Lähikauppa ja peruspalvelut.
- Tallinnan Telleskivi-alueen kaltainen kulttuuri ja design keskittymä.
- Kalastajakylä
- Pienet putiikit ja kaupat.

### Aktiviteetit

- Avantouintipaikka

### Retket ja kulkeminen

- Vierasvenesatama, poikkeamalaituri
- Aluksia, joilla pääsee saaristoon esimerkiksi eri teemaisia retkiä: hylje bongaus, linturetket
- Vesireitit saavutettavaksi, saaret ja vastaranta

### Museo

- Historiallista tietoa eri aikakausista myös Turun linnan ulkopuolelle puistoalueelle.

## LIKKUMINEN

### Vesiliikenne

- Föri- lautta joen.
- Vesibussi, joka pysähtyy bussin tavoin.
- Yhteys Ruissaloon ja Hirvensaloon mahdollistaisi merellisyyden kokemuksen.
- Vesiliikennekeskus: lautat, vesibussit, föli.
- Veneillä saapuvien matkailijoiden vierasvenelaiturialue Linnanaukion tuntumaan. Neljän tunnin saaristolaisparkki.
- Ilmainen lautta Linna-Korppoolaismäki-Hirvensalo-Ruissalo-terminaali-Turun linna.
- Suomenlinnan tapainen perinnealus.
- Aluksia, joilla pääsee saaristoon.
- Vesireitit saavutettavaksi, aluksia joilla pääsee saaristoon ja vastarannalle.

### Pyöräily

- Koko vuoden ympäri avoimet pyöräkaistat.

### Kävely

- Kiinnostava reitti satamasta keskustaan kävellen.
- Rantareitti, viihtyisyyteen ja toiminnallisuuteen panostettava.
- Rantapromenadi kävelijöille.

### Kevyenliikenteenväylät

- Jokiranta julkiseksi pyöräily- ja kävelyväyläksi sekä sähköisillä kulkuneuvoilla liikkuville.
- Väljät pyörä- ja jalankulutiet keskustan ja Turun linnan välillä
- Kevyelle liikenteelle paremmat väylät keskusta - linna välillä.

### Julkinen liikenne

- E-bussi
- Rengaslinja Linnankatu-satama-puutarhakatu molempiin suuntiin bussilla torille.
- Toimiva joukkoliikenne.

### Autoilu

- Riittävästi parkkipaikkoja.
- Autopaikoitus laitoksiin tai maanalaiseksi pysäköinniksi.

### Muut kulkumuodot

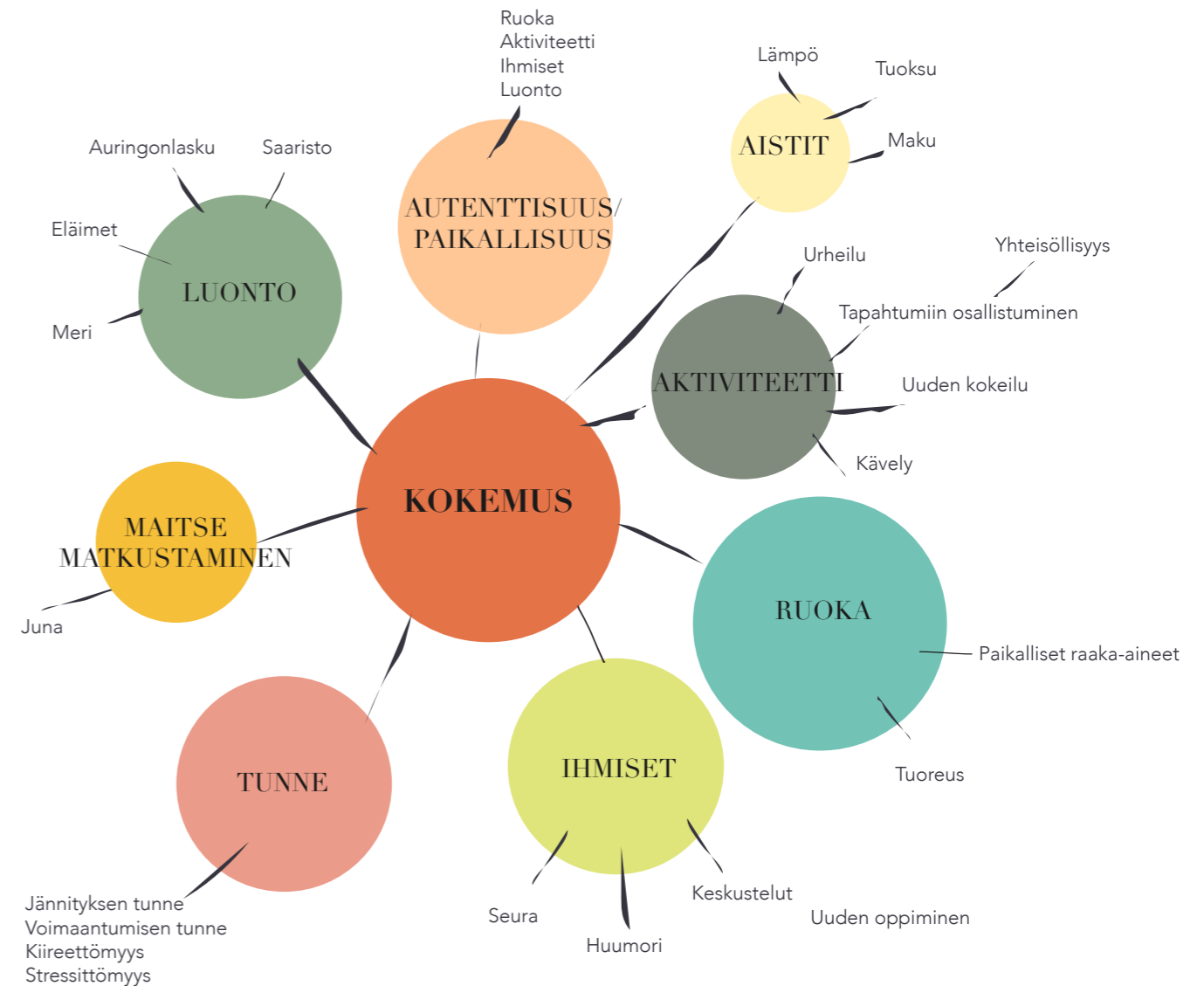
- Köysirata: Ruissalo, Satama terminaali, Kakola, joen yli
- Käytöstä poistuva rata museorautatieksi, jossa kesäaikaan kulkisi laivojen liikennöintiä aikana höyryjuna satama- keskusta välillä.

Kuvio 8. Workshop samankaltaisuuskaavio.

## Kokemuksellisuus matkailussa

Matkailijoiden ja asukkaiden haastatteluissa (liite 2) pyrittiin selvittämään mistä elementeistä matkailukokemus syntyy. Haastatteluista tullut tieto analysoitiin ja jäsenneltiin sekä koostettiin visuaaliseen mindmap muotoon (kuvio 9). Tämä auttoi hahmottamaan samankaltaisuuksia ja toistuvia teemoja. Teemat jaettiin kahdeksaan yläkategoriaan: luonto, autenttisuus, aktiviteetti, ruoka, ihmiset, maitse matkustaminen, tunne ja aistit. Yläkategorioihin liittyvät samankaltaiset asiat ja ilmiöt yhdistettiin ja pilkottiin pienemmiksi alakategorioiksi. Mielenpainuvat matkailukokemukset liittyivät usein ruokaan ja ruokailuun liittyvään tunnelmaan, autenttisuuteen, paikallisten ihmisten kohtaamisiin ja niiden ansiosta uuden oppimiseen ja maailman avartumiseen. Luonnon merkitys oli suuri kaikille vastaajista, ja osa vastaajista kertoi mieleenpainuviin kokemuksiin liittyvän myös vaaran tunnetta, kuten sarvikuonon hyökkäys safarilla tai maan sortumisvaara levadoilla Madeirassa. Osalle vastaajista tapahtumiin osallistuminen tai uuden aktiviteetin kokeilu oli ollut mieleenpainuvien matkailukokemus. Tapahtumiin osallistumiseen liittyi osalla vastaajista yhteisöllisyyden kokemus. Isona osana matkailukokemusta oli aistit kuten hajuaisti, maku ja tuntoaistin kautta syntynyt lämmön tuntemus. Myös arjesta irtautumisen tunne, kiireettömyyden kokemus ja jännityksen tunne tulivat esiin vastauksissa.

Haastattelut auttoivat syventämään asiakasymmärrystä ja vahvistivat taustatutkimuksessa luvussa 6 elämyksellisyys ja kokemuksellisuus, saatua tietoa siitä, mitkä tekijät ovat tärkeitä matkailukokemuksen syntymisessä. Kuten luvussa 6 elämyksellisyys ja kokemuksellisuus todettiin, aina mieleenpainuva matkailukokemus ei ole puhtaasti positiivinen vaan siihen voi liittyä myös jännityksen tunnetta - sama ilmiö tuli esiin myös haastatteluissa. Aineettomat tekijät kuten aistit, mielenrauha ja kumppanuus olivat iso osa matkailukokemusta. Näihin tekijöihin voi olla vaikea vaikuttaa matkailupalveluita suunniteltaessa. Ruokaan, aktiviteetteihin, luontoelämyksiin ja kohtaamiseen pystytään vaikuttamaan helpommin suunniteltaessa kaupunkitilaa, palveluita ja saavutettavuutta. Elämyskolmiossa (kuvio 5) mainittu moniaistisuus voidaan ottaa mukaan suunnitteluun, ja näin ollen pyrkiä suunnittelemaan ympäristöä ja palveluja, mikä huomioi mieleenpainuvan kokemuksen syntymiseen vaikuttavat aistit.



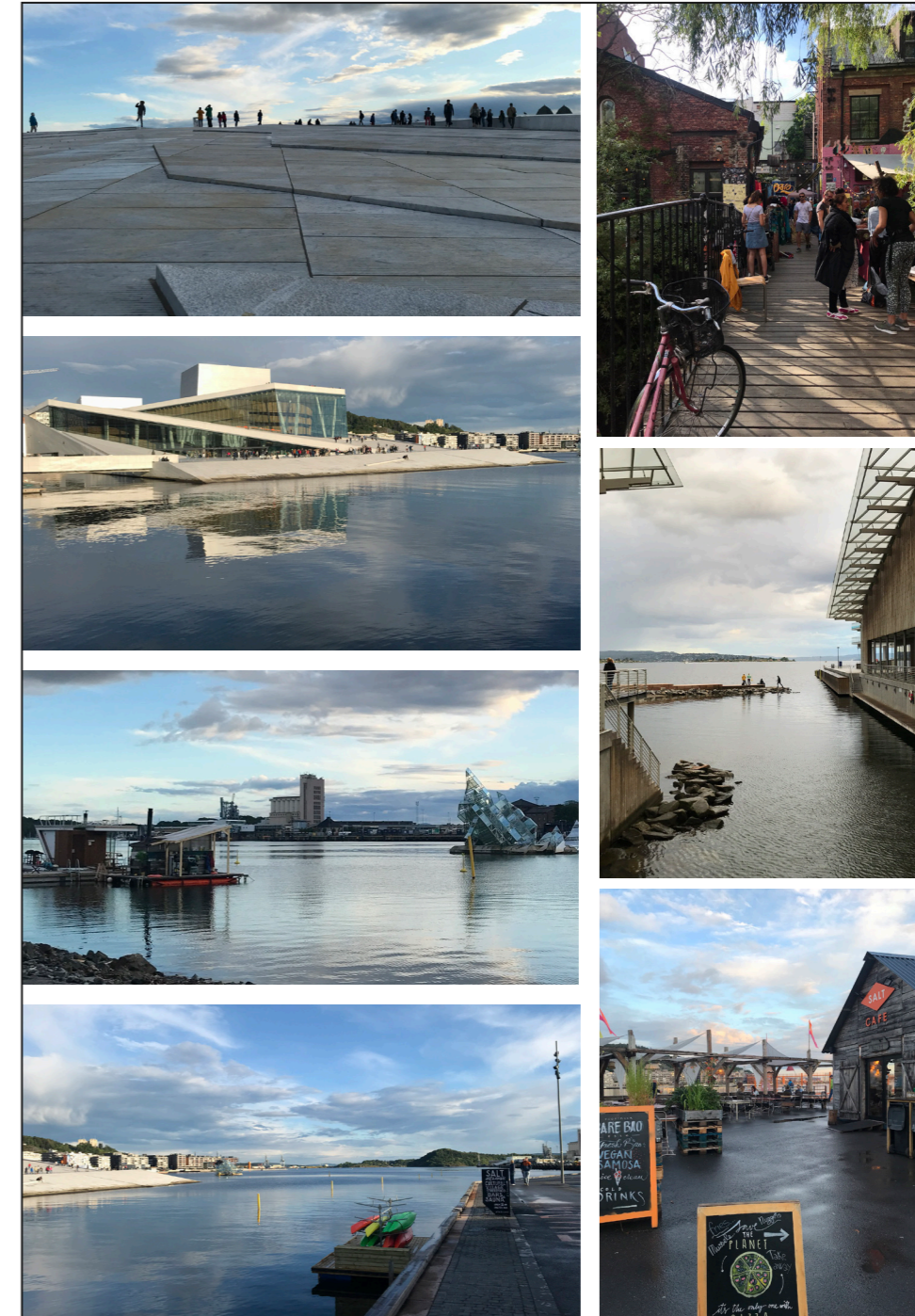
Kuvio 9. Mindmap kokemuksellisuus matkailussa.

## 7.4 Satamakaupunkien palvelutarjonta

Opinnäytetyön empiirisessä tutkimuksessa kartoitettiin satamakaupunkien ympäristöä ja palveluita benchmarkingin ja havainnoinnin avulla. Menetelmien avulla pyrittiin löytämään ideoita Linnanniemelle soveltuvista palveluista ja jaloistamaan niitä palvelukonseptia varten. Kaupungit valikoitiin sijainnin ja ilmaston mukaan ja niiden tuli olla kokoluokaltaan lähellä Turkuja ja sijaita meren rannalla. Havainnointi toteutettiin Oslossa vuoden 2019 heinäkuussa, Kööpenhaminassa ja Malmössä vuoden 2019 lokakuussa ja Helsingissä syksyllä 2021 ja kesällä 2022. Kerättyä tietoa tarjottavista palveluista ja kaupunkisuunnittelusta hyödynnettiin opinnäytetyön ideointi- ja konseptivaiheessa.

### Oslo

Oslossa Björvikan satama-alueella sijaitsee maailman kuulu Oopperatalo merenrannassa, minkä katolla pääsi kävelemään (kuva 6 vasen yläkulma). Se mahdollisti kauniit näkymät merelle ja vuoristoon. Oopperatalon edustalla merestä pilkisti taideteos joka näytti lasiselta jäävuorelta. Vieressä sijaitsi kaksi saunaa, joista toinen oli ponttonien varassa kelluva saunalautta. (kuva 6 vasemmalla toinen alhaalta) Ulkonäöltään saaristolaiskylää muistuttavassa saunassa oli ruokatarjoilua ja baari. Asiakkailla oli myös mahdollisuus vuokrata kajakit melomista varten (kuva 6 alareuna). Molemmista saunoista oli mahdollista pulahtaa mereen uimaan. Merenrannalla sijaitsee myös taidemuseo (kuva 6 oikealla toinen alhaalta), jonka reunoilla kiersi jalankulkuväylä. Ihmisille tarjoutui pääsy veden äärelle ja muutama henkilö olikin kalastamassa museon edustalla kivipenkeleillä. Oslossa oli tarjolla paljon katuruokakulttuuria ja tapahtumia (kuva 6 oikea yläkulma). Yksi eri maiden katuruokaa tarjoilevista ravintolakeskittymistä sijaitsi vanhassa kylpylässä, mikä oli muutettu ruokatoriksi. Oslo oli täynnä ravintoloita ja kahviloita ja kaupungista löytyi lisäksi paljon kulttuuria vehreitä puistoalueita.



Kuva 6. Benchmarking ja havainnointi Oslo.

## Kööpenhamina

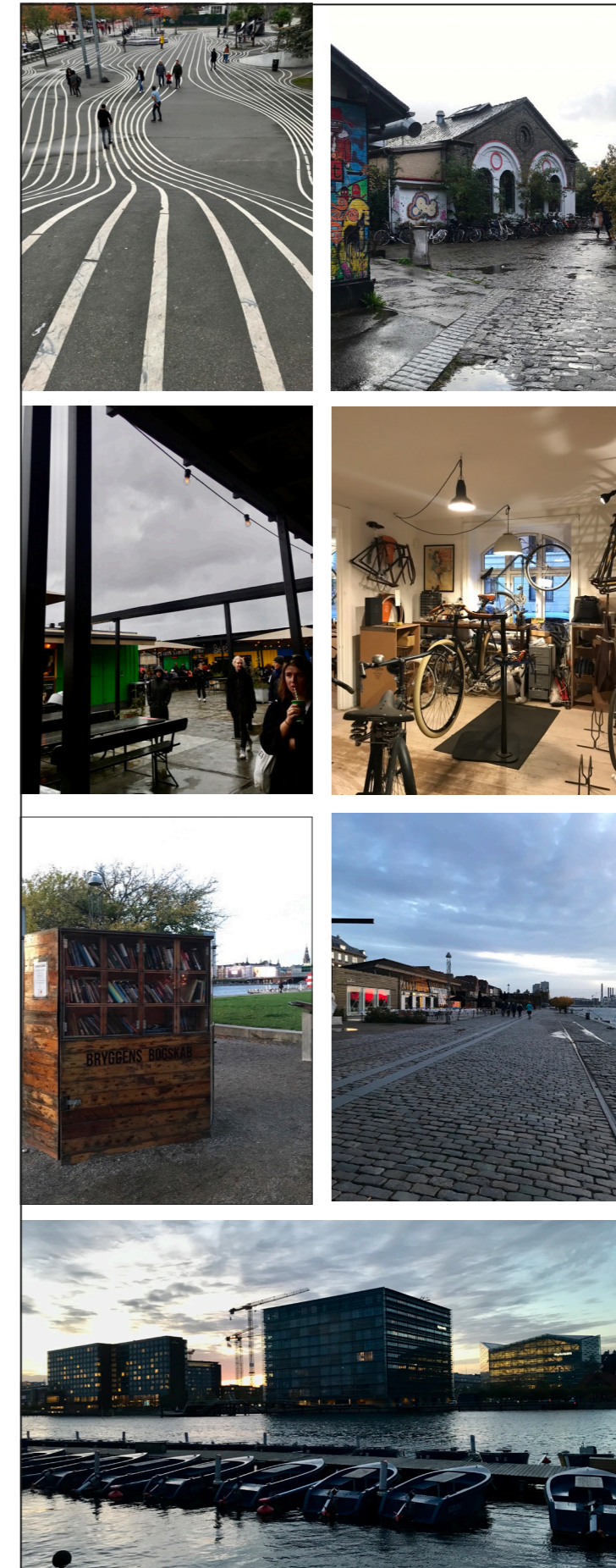
Kööpenhamina oli täynnä eri tyyliä kahviloita ja ravintoloita, ja ihmiset kulki-  
vat paljon kävellen ja pyöräillen säätä riippumatta. Vanhalle satama-alueelle oli  
toteutettu värikkäistä merikonteista ravintola-alue (kuva 7 vasemmalla toinen  
ylhäältä) ja niissä sijaitsi useita myyntipisteistä. Ruokailu tapahtui ulkona ja sa-  
teesta huolimatta kaiken ikäiset ihmiset olivat tulleet nauttimaan katuruuasta.  
Alueella oli muutama katettu alue, jotka suojasivat tuulelta ja sateelta. Myös  
fuusiokahvilat olivat yleisiä esimerkiksi pyöräkorjaamon ja kahvilan yhdistelmä  
(kuva 7 oikealla toinen ylhäältä). Veden äärelle vanhojen rautatiekiskojen vie-  
reen oli rakennettu jalankulkuväylä (kuva 7 oikealla toinen alhaalta), mikä oli  
lenkkeilijöiden suosiossa. Vieressä sijaitsi ravintoloita terasseineen ja pienten  
veneiden vuokrausta ja itsepalvelukirjahylly, mihin ihmiset saivat tuoda omia  
kirjoja ja valita mieleisensä kirjan tilalle. Christiania (kuva 7 oikealla ylhäällä) on  
kuuluisa boheemi vapaakaupunki, missä asuu paljon taiteilijoita ja siellä sijaitsi  
heidän työpajojaan ja ravintoloita. Alueen tapahtumalavalla järjestettiin myös  
esityksiä. Norrebrossa paikalliset ovat saaneet osallistua urbaanin Superkilen  
park-puistoalueen suunnitteluun. Alueella oli eri näköisiä ja erilaisiin aktiviteet-  
teihin soveltuvia alueita, kuten kävelyyn, rullalautailuun, oleskeluun ja shakin-  
pelaamiseen soveltuva raidoitettu alue (kuva 7 ylhäällä vasemmalla). Myös ur-  
heilulle, musiikille, piknikille ja oleskelulle oli varattu omia alueita, ja puistosta  
löytyi muun muassa nyrkkeilykehä ja moderneja puutarhakeinuja.

## Malmö

Malmön Västra Hamnenin merellisessä kaupunginosassa toimi uudenlainen  
hotellikonsepti (kuva 8), missä jokaiselle yöpyjälle kuului polkupyörä ja sitä  
sai käyttää vapaasti. Hotellihuone oli pieni kaksikerroksinen asuinhuoneisto ja  
maantasossa sijaitsevan ulko-oven sai auki puhelimeen toimitetulla numero-  
koodilla. Vastaanotto oli auki päiväsaikaan. Ylemmissä kerroksissa oli asuinhuo-  
neistoja. Alueella ei ollut juurikaan autoteitä.



Kuva 8. Benchmarking ja havainnointi Malmö.



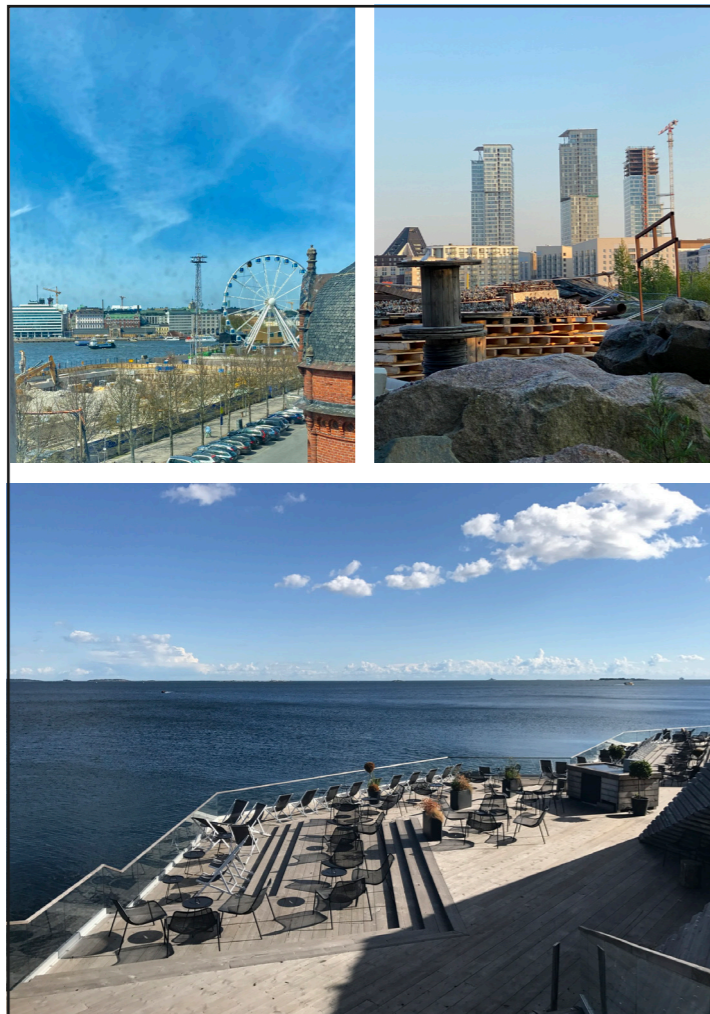
Kuva 7. Benchmarking ja havainnointi Kööpenhamina.

## Helsinki

Helsingin Kauppatorilla sijaitsee maksullinen Helsinki SkyWheel maailmanpyörä (kuva 9 vasen yläkulma), ympäri vuoden auki oleva urbaani kylpylä Allas Sea Pool merivesialtaineen, saunoineen ja ravintola- ja tapahtumapalveluineen. Kauppatorilta lähtevät lautat Suomenlinnaan ympäri vuoden sekä viereisille saarille Lonnaan ja Vallisaareen alukset kuljettavat matkustajia keväästä syksyyn. Vallisaarella järjestettiin 2021 taidetapahtuma, jossa saaren ympäri kulki taidepolku. Helsingissä useampi toimija tarjoaa meriristeilyitä, jolloin sekä matkailijoilla että asukkailla on mahdollisuus päästä tutustumaan Helsingin saaristoon ja vieraila saarilla. Hernesaaren satama-alueella meren rannalla sijaitsee Löyly. Yritys tarjoaa ravintolapalveluita ja mahdollisuuden saunomiseen ja uimiseen. Rakennus itsessään on nähtävyys ja Oslon oopperatalon tapaan sen katolle pääsi kiipeämään ja ihailemaan aavaa merta (kuva 9 alareuna). Yksi Helsingin ominaispiirteistä on ollut vapaalle kaupunkikulttuurille suunnatut julkiset alueet, kuten Suvilahti. Verkkosaarella (kuva 9 oikea yläkulma) järjestettiin kesällä 2022 kaupunkilaisten toimesta kaikille vapaita musiikki- ja tanssitilaisuuksia.

Benchmarkingin ja havainnoinnin avulla voitiin poimia seuraavat yhtäläisyydet eri satamakaupunkien aineettomista ja aineellisista palveluista ja kaupunkiympäristöstä.

- Saunat ja mahdollisuus uimiseen.
- Museopalvelut
- Kulttuurit- ja tapahtumat eri muodoissaan.
- Ravintolat ainutlaatuisissa paikoissa ja joissa on myös mahdollisuus ruokaila ulkotiloissa.
- Näkymät
- Uniikit ja ainutlaatuiset elämykset.
- Alueiden omalaatuisuuden korostaminen.
- Uudenlaisten, ekologisten tai sosiaalisesti kestävien konseptien toteutus.
- Mahdollisuus päästä aktiivisesti kokemaan meri.
- Eri palveluiden tuominen samojen seinien sisälle.



Kuva 9. Benchmarking ja havainnointi Helsinki.

## 8 PERSONAT JA PALVELUKONSEPTI

Tässä osiossa esitellään matkailijapersoonat ja Linnanniemen alueen matkailijoille kehitetty palvelukonsepti.

### 8.1 Matkailijapersoonat

Matkailijapersoonat laadittiin tutkimuksessa saatuun tietoon pohjautuen ja hyödyntäen mindmapeja ja samankaltaisuuskaaviota. Persoonat pohajutuvat matkailun trendeihin, matkailutilastoihin, dokumenttianalyseistä kerättyyn tietoon sekä asiantuntijahaastatteluihin ja käyttäjähaastatteluihin. Yhdistämällä ja jaotteleamalla kerätty tutkimusaineisto saatiin laadittua matkailijapersoonat. Matkailijapersoonien avulla pyritään eläytymään matkailijoiden palvelutarpeisiin ja siihen, millaisia kokemuksia ja elämyksiä he tavoittelevat. Matkailijapersoonat rajattiin vapaa-ajanmatkustajiin ja ulkopuolelle jätettiin työperäinen matkailu, vaikka työmatkalaisten palvelutarpeet voivat olla osaltaan saman kaltaisia vapaa-ajanmatkaajien kanssa. Turun Linnanniemen alueella vierailevia matkailijapersoonia (kuviot 10-12) muodostettiin kolme: hidas matkaaja, lähimatkailija ja lapsiperhe. Opinnäytetyöhön laadittuja matkailijapersoonia voidaan luonnehtia näin:

#### Hidas matkaaja

Hidas matkaaja liikkuu ekologisesti maita pitkin ja hakee aitoja kokemuksia ja on lomaillessaan aktiivinen.

#### Lähimatkailija

Lähimatkailijat saapuvat lähialueilta ja he ovat nautiskelijoita ja nauttivat kulttuurista ja luonnosta.

#### Lapsiperhe

Lapsiperheet saapuvat kaupunkilomalle ja hakevat kaupungin tarjoamia monipuolisia elämyksiä.

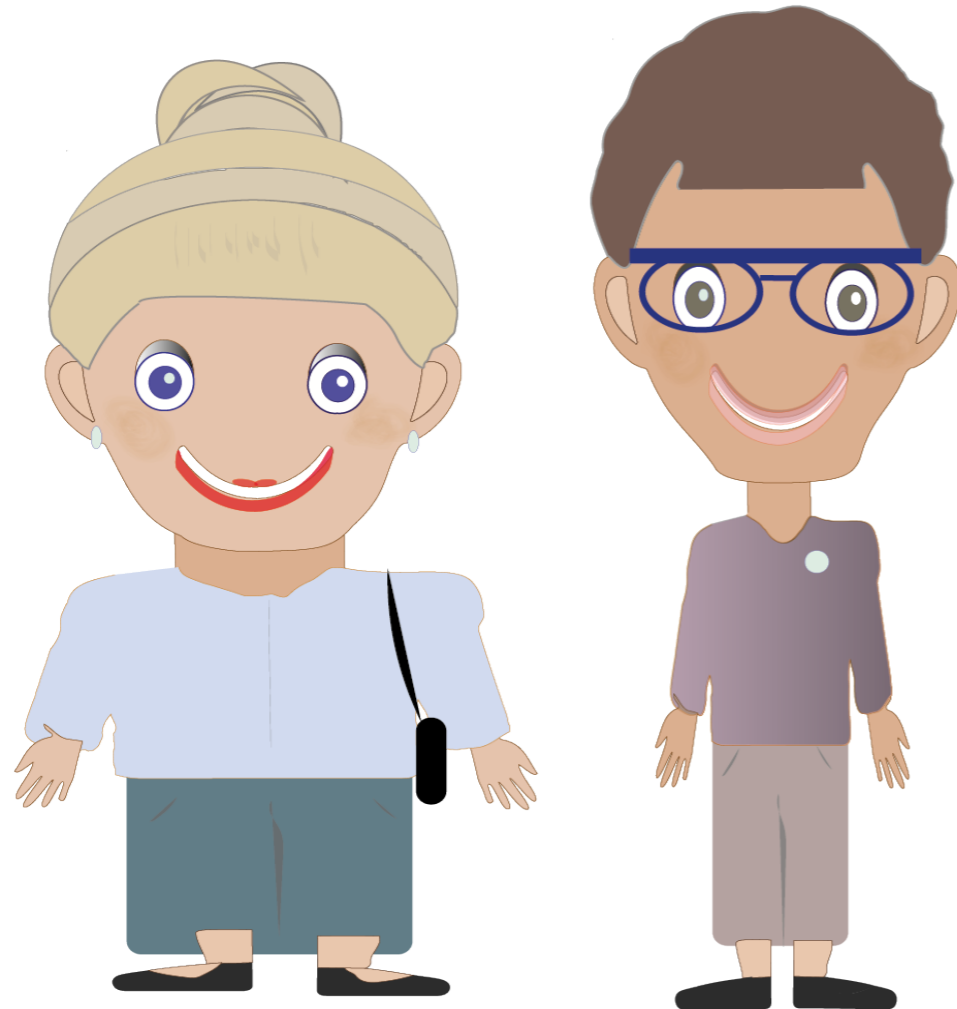
### HIDAS MATKAAJA

Arkkitehti, 31-vuotias, Helsinki  
Maailmaa nähnyt solomatkustaja, jolle matkanteko on olennainen osa matkustusta. Maita pitkin junalla matkustaminen on luontevinta ja omiin ekologisiin arvoihin sopivaa. Turusta suuntaa Eurooppaan. Hän majoittuu mieluiten paikallisten luona, joihin on tutustunut sosiaalisen median kautta. Etsii matkoilta autenttisuutta, uusia kulttuurikokemuksia ja nauttii kohtaamisista ja uuden oppimisesta. Kiinnostunut urbaanista kaupunkikulttuurista, taiteesta, musiikista ja erilaisista ruokakulttuureista. Kuluttaa mieluummin palveluihin ja elämyksiin kuin tavaraan. Vapaa-ajalla erittäin aktiivinen ja osallistuu mielellään tapahtumiin ja suuntaa luontoon. Harrastaa suunnistusta, kirpputoreja ja talvella kylmäuintia.



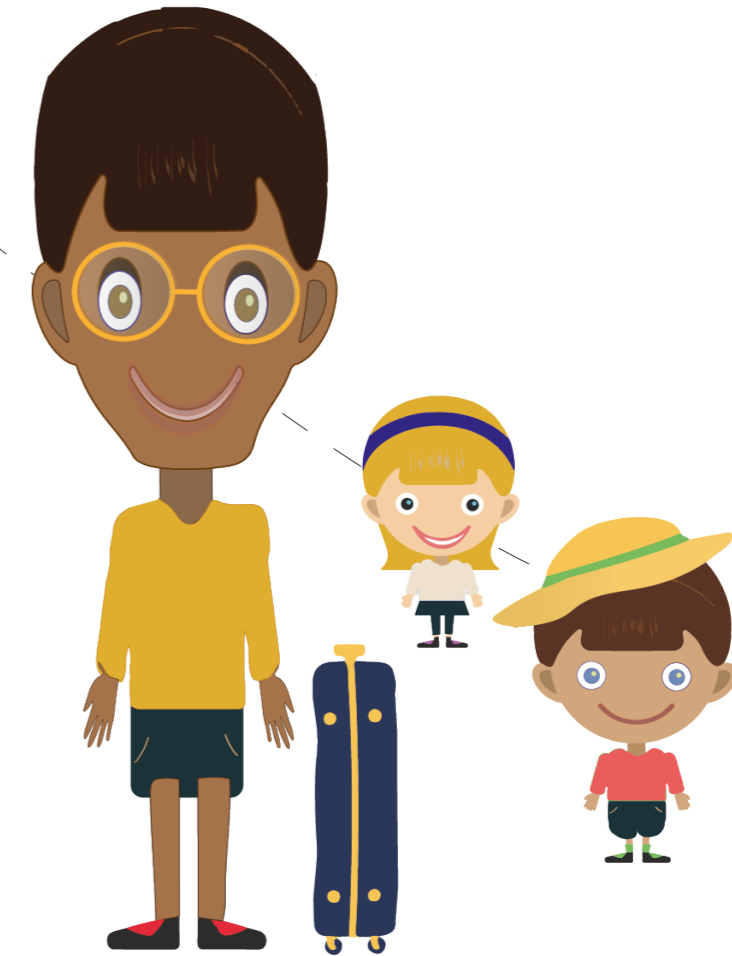
Kuvio 10. Matkailijapersoonana hidas matkaaja.

Osa-aikaeläkkeellä, 70 ja 65-vuotiaat  
Työskentelevät omassa vientialan yrityksessä edelleen joitain päiviä viikossa. Kiertäneet paljon maailmaa ja ovatkin kokeneita matkustajia. Erittäin kiinnostuneita ravintola- ja kahvilakulttuurista ja nauttivat niiden tunnelmasta. Matkoilta hakevat helpoutta, rauhallista ja kiireetöntä aikaa ja irtiotta arjesta. Luonto ja päiväretket saaristoon kiinnostavat, tapahtumien lisäksi. Harrastavat monipuolisesti uimista, lenkkeilyä, joogaa, lukemista ja kulttuurirentoja. Muina kiinnostuksen kohteina sisustaminen ja puutarhanhoito. Saapuvat Turkuun linja-autolla.



Kuvio 11. Matkailijapersoona lähimatkailija.

Sosiaalityöntekijä, 39-vuotias, Tukholma  
Yhden vanhemman perheessä kaksi aktiivista lasta iältään 7 ja 10-vuotiaita. Saapuneet viikonloppumatkalle Turkuun, mukanaan sähköauto. Perheen vanhempi hakee mahdollisuuksien mukaan aikatauluttomuutta ja stressittömyyttä lyhyellä lomallaan ja nauttiikin kaupunkimatkoista niiden monipuolisen tarjonnan vuoksi. Viikonlopun aikana ehtii kokea historiaa, ruokaelämyksiä, kulttuuria ja liikkuakin. Pienemmät ovat innoissaan uuteen paikkaan pääsystä ja toivovat näkevänsä eläimiä ja lisäksi he ovat kuulleet vanhasta linnasta. Vapaa-aikalla kaikki perheessä nauttivat liikkua monipuolisesti urheiluharrastusten parissa. Yhteisinä harrastuksina ovat luontoretket, pyöräily ja kiipeily. Ruuanlaitto ja kulttuuritapahtumat ovat myös lähellä sydäntä. Ekologiset arvot näkyvät arjen valinnoissa ja matkustaessa.



Kuvio 12. Matkailijapersoona lapsiperhe.

## 8.2 Palvelukonseptit Linnanniemen alueen matkailijoille

Palvelukonseptit pohjautuvat teoreettisessa- ja empiirisessä tutkimusosiossa kerättyyn tietoon. Aineisto on analysoitu ja jäsennelty ja siitä on pyritty tunnistamaan samankaltaisuudet ja toistuvat teemat. Koko prosessi on toteutettu käyttäjälähtöisen suunnittelun periaatteita noudattaen ja käyttäjä eli tässä tapauksessa matkailija on pidetty keskiössä koko suunnitteluprosessin ajan. Ideointivaiheessa pyrittiin muodostamaan mahdollisimman paljon ratkaisuehdotuksia ja suuri määrä ideoita tutkimuksessa havaittujen pääteemojen ympärille. Ideointi oli aluksi laajenevaa, jonka jälkeen ideat karsittiin ja jaoteltiin osiin (Tuulaniemi 2013, 182, 184.) Luvussa 8.1 esitellyt matkailijapersoonat ohjasivat ideointia ja konseptointia. Palvelukonsepteilla pyrittiin löytämään ratkaisuja matkailijoiden palvelutarpeisiin, ja niiden tuli vastata myös Turun brändilupaukseen ja matkailun trendeihin. Syntyneet palvelukonseptit pyrkivät tyydyttämään hitaan matkaajan, lähimatkaajan ja lapsiperheen palvelutarpeet, ja vastaamaan heidän hakemiinsa matkailukokemuksiin. Konseptit toteutettiin visualisoimalla keskeisimmät matkailuteemat (kuvio 14) ja matkailupersoonille räätälöidyt palvelukonseptit on toteutettu tarinankerronnan keinoin ja visualisoitu (kuviot 15-17).

Matkailupalveluiden tuli vastata eri matkailijaryhmien tarpeisiin, unohtamatta kuitenkin paikallisia asukkaita. Muuten on vaarana, että alue tulee edelleen olemaan vain kauttakulkupiste satamamatkustajille. Matkailupalveluiden tulee tarpeen mukaan olla räätälöitävissä eri vuodenaikoihin sopiviksi (kuvio 13), esimerkiksi keväinen kirsikkapuukierros voidaan muuttaa syksyllä ruskakävelyksi ja talvella alueella voidaan järjestää laskiaisrieha. Tapahtumat vetävät ihmisiä alueelle ja samoin riittävän erikoistuneet ja laadukkaat ruoka- ja kahvilatarjonnat. Asukkaille ja matkailijoille tulee varata tilaa vapaa-ajan harrastuksille. Opinnäytetyön osiossa 7.4 Satamakaupunkien palvelutarjonta, esiteltiin Kööpenhaminan Superkilen park-puistoalue. Sen asukkaita osallistavasta suunnittelutavasta voidaan ottaa mallia myös Linnanniemen alueen suunnittelussa, jolloin aktiviteettia tarjoavasta alueesta tulee oikeasti asukkaiden ja matkailijoiden tarpeita palveleva ja kohtaamisten mahdollistaja. Alueen suunnittelussa tulee huomioida historialliset arvot ja ympärivuotisuus. Alueelle tulee rakentaa sateelta ja tuulelta suojaavia paikkoja ja mahdollistaa myös talviset harrastukset ja leikkiminen, kuten luistelu ja pulkkamäestä lasku.

Turun matkailun markkinoinnissa voidaan hyödyntää ennakoivaa markkinointia ja kesäaikaan, kun matkailusesonki on kuumimmillaan, voidaan markkinoida syksyn, talven ja kevään tapahtumia. Näistä tulisi laatia visuaalisesti houkuttelevia esityksiä ja tarinallistaa palvelut, jotta kohderyhmällä olisi enemmän samaisutumispintaa.



Kuvio 13. Turun matkailun ympärivuotisuus.

## HISTORIA & VASTAKOHDAT

## RUOKAILUELÄMYKSET



## KULTTUURI & TAPAHTUMAT



## KOHTAAMISET JA AKTIVITEETIT

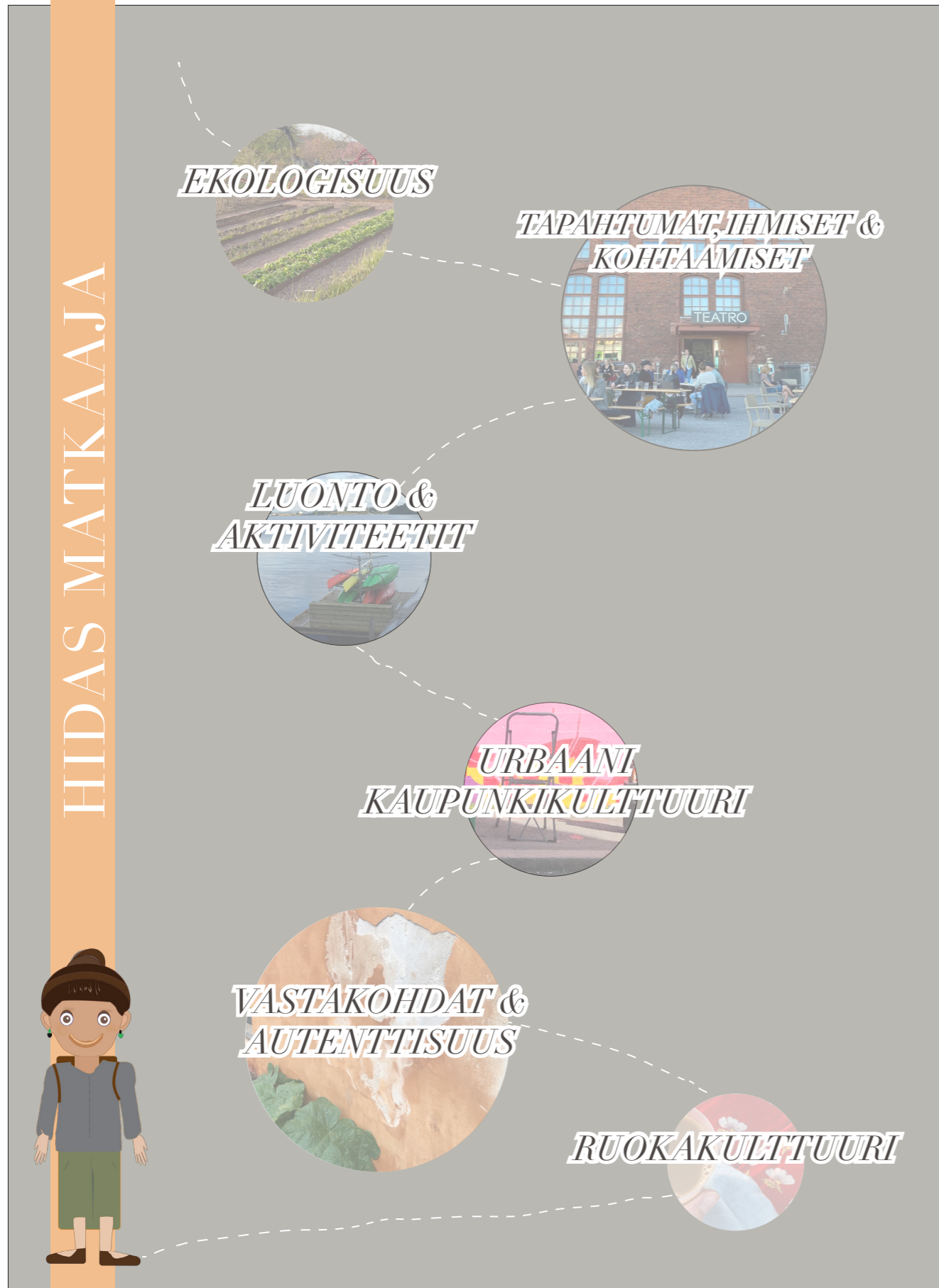


## MERELLISYYS & LUONTO



Kuvio 14. Matkailuteemat.

Matkailijapersoonille räätälöidyt tarinallistetut ja kuvitetut palvelukonseptit kuvaavat matkailukokemusta Linnanniemen alueella tulevaisuudessa. Jokaiselle persoonalle on poimittu omat teemansa. Konsepteja voi muokata eri vuodenaikoihin sopiviksi.



Kuvio 15. Palvelukonsepti hidas matkaja.

Hidas matkaja saapuu Turun sataman juna-asemalle varhaisella aamuvuorolla. Valokyltit toivottavat tervetulleeksi Turkuun. Matkailijaa hymyilyttää. Ilma on raikas ja aurinko paistaa. Hän huomaa juna-asemalla selkeän sähköisen informaatiotaulun, josta pystyy tarkistamaan helposti yhdellä kertaa kaikki alueen palvelut ja nähtävyydet. Matkailija on nähnyt sosiaalisesta mediasta, että Linnanniemeen on avattu uusi Puurobaari, ja päättää suunnata sinne nauttimaan aamupalaksi paikan erikoisuutta satamavahdin puuroannosta. Mutta ensin hän tarkistaa paikan sijainnin informaatiotaulusta ja QR-koodin avulla saa navigointiohjeet puhelimeensa. Matka taittuu helposti kävellen muutamassa minuutissa.

Puurobaarissa on jo asiakkaita ja hidas matkailija istahtaa annoksen tilattuaan pirttipöydän ääreen ja saa heti seuraa paikallisista asukkaista ja mielenkiintoisia vinkkejä. Maittavan aamiaisen jälkeen matkailija suuntaa viemään rinkansa varaamansa majoituspaikkaan. Hostelli on käytöstä poistettujen ratakiskojen päälle tehty junahostelli. Matkailija on tyytyväinen valintaansa ja siihen, että alueella on säilytetty vanhaa satamatunnelmaa ja rosoisuutta, se luo mielenkiintoista kontrastia uusien rakennusten joukkoon.

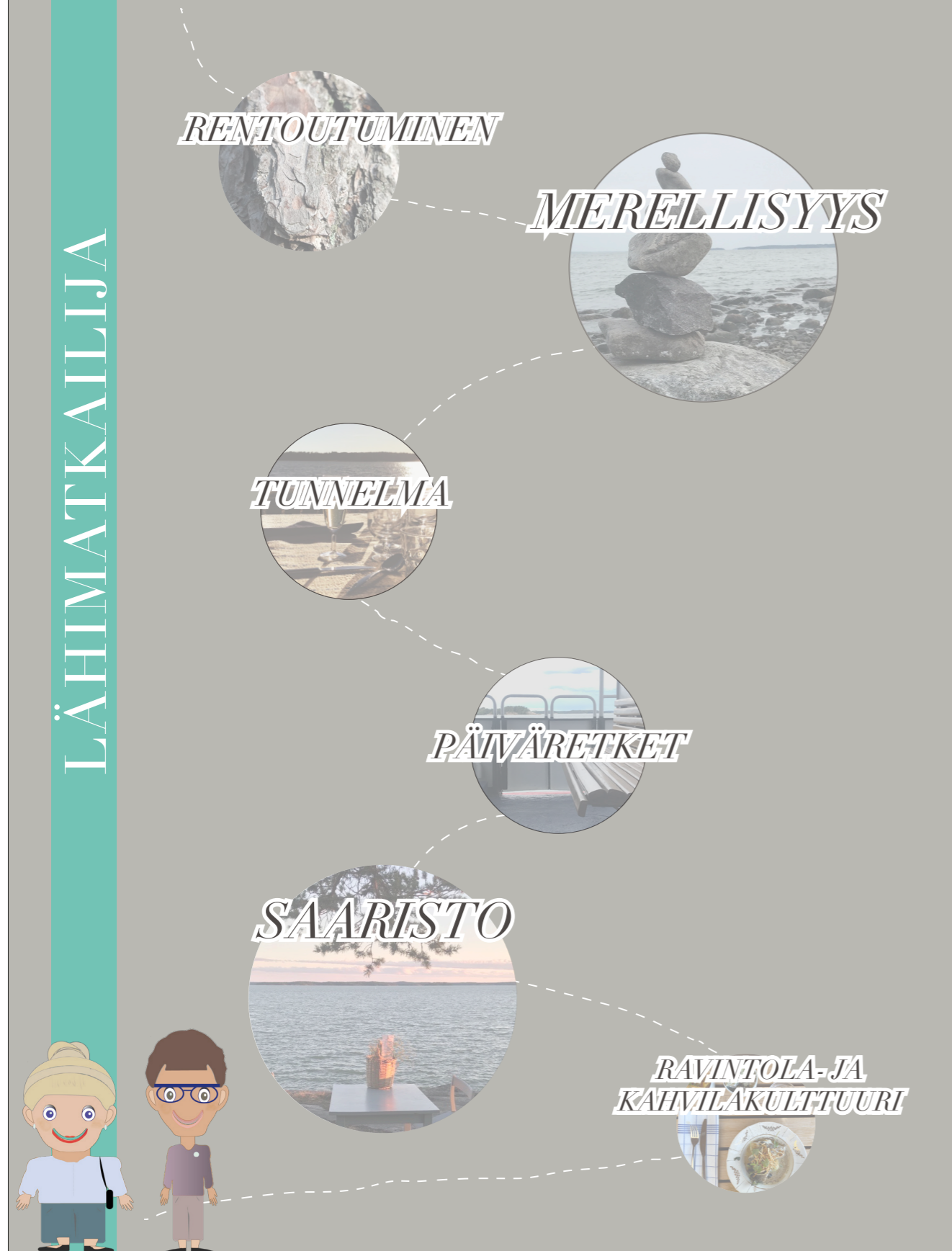
Seuraavaksi hidas matkaja lähtee tutustumaan lähialueeseen. Hän on kuullut alueella olevan ulkotaidetta ja uniikkia kaupunkikulttuuria. Teoksista ja niiden tekijöistä saa helposti lisätietoa soveluksen avulla. Yksi teoksista on osallistava taideprojekti, mihin hidas matkaja haluaa ehdottomasti antaa oman panoksensa.

Lounasaika lähestyy ja matkaja löytää kahvilan, jossa myydään piknik-koreja pakattuna täyteen herkullista vegaanista ruokaa. Mukaan saa räsymaton alustaksi. Seuraavaksi suuntana on Turun linnan laaja ja vihreä puistoalue mikä tarjoaa oivat puitteet puistopiknikille. Puistoon on saapunut muitakin ihmisiä viettämään aikaa ja tutkimaan perinnekasveja. Hitaasta matkajasta on mukava seurailta rentoa kaupunkielämää ja nauttia lounas ulkoilmassa.

Maittavan lounaan jälkeen on energiaa ja melontamatka rantalaitureilta kutsuu. Seuraan liittyy muitakin melojia. Suuntana on Pitkäsalmi ja Ruissalo. Mukaan saa ostaa juomia ja nuotiolla grillattavia eväitä. Seurueella on hauskaa keskenään ja kaikki nauttivat luonnossa olemisesta ja meren rauhoittavasta vaikutuksesta. Raitis ulkoilma tekee raukean olon ja hidas matkaja suuntaa hostellille lepäämään ja keräilemään voimia tulevaa illan tapahtumaa varten.

Tapahtuma järjestetään hämyisessä merimieskapakassa, johon matkaja saapuu odottavaisin mielin. Paikka on venemakasiinissa ja siellä on tunnelmaan sopivia musiikki- ja performanssiesityksiä. Ne olivat uudenlainen elämys ja paikan tunnelma autenttinen. Esitysten päätyttyä hidas matkaja suuntaa vielä Linnanniemen kärkeen ihaillemaan merta ja horisonttiin laskevaa helakan punaista aurinkoa ja pulahtaa uimaan.

Herättyään aikaisin aamulla, matkaja heittää rinkan selkäänsä ja napaa paperipussiin pakatun aamiaisen mukaansa. Monta muistoa ja kohtaamista rikkaampana voi hyvillä mielin suunnata tulevalle interrail-junamatkalle.



Kuvio 16. Palvelukonsepti lähimatkaaja.

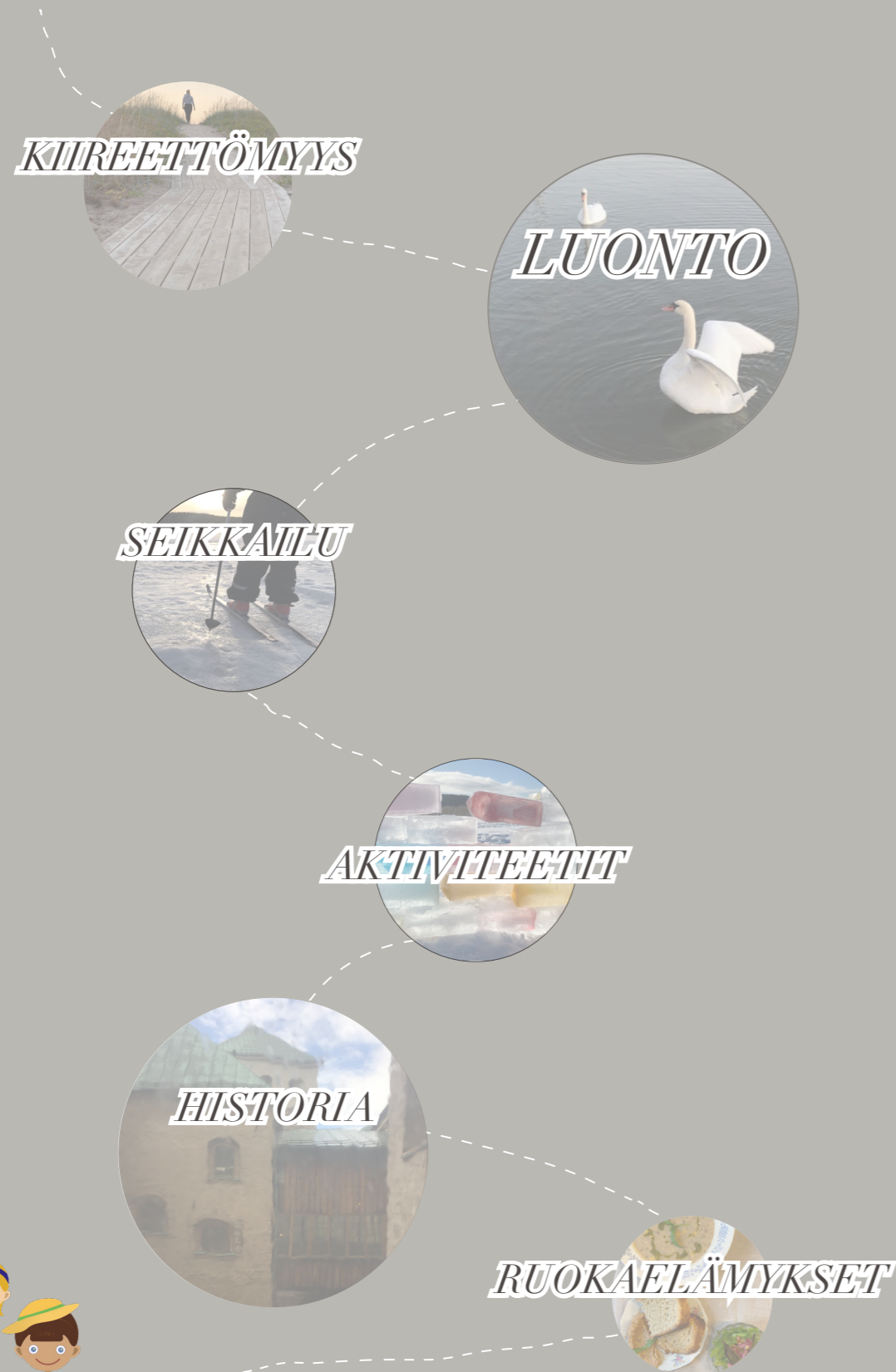
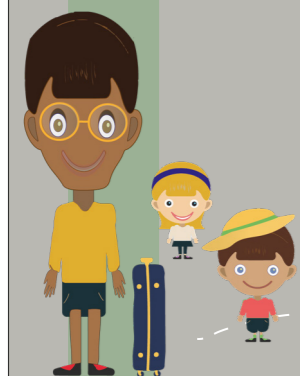
Lähimatkaajat saapuvat Turun satamaan kaukoliikenteen linja-autolla. He ovat päivämatkalla ja ovat lähdössä muutaman tunnin päästä Turun linnan edessä olevilta laitureilta saaristoajelulle. Linja-autoaseman luona matkaajat huomaavat mielenkiintoisen näköisen kirjahyllyn. Siellä on eri teemoilla olevia paperisia oppaita, joita saa halutessaan ottaa mukaan tai ladata QR-koodin avulla puhelimeen. He valitsevat keväiseen Turun päivävierailuun tehdyn lehtisen ja nappaavat sen laukkuun. Toinen seurueesta haluaa piipahtaa matkalla kahvilaan ihailemaan juuri täyteen kukkaloistoon puhjenneita kirsikkapuita. Kirsikkapuukierroksesta voi hyvinkin tulla joka vuotinen perinne.

Kahvihammasta jo kolottaa ja he etsivät viihtyisän näköisen kahvilan rantabulevardin varrelta ja jäävät nauttimaan terassille tuoreesta reilunkaupan kahvista ja merellisistä leipäannoksista, missä on hyödynnetty lähialueen raaka-aineita. Molemmilla on rentoutunut ja samalla odottavainen olo tulevasta saaristoristeilystä. He ovat kaivanneet merelle pääsyä ja retkiä saaristoon, luovuttuaan omasta veneestä. Vielä on kuitenkin aikaa nauttia kaupungin tunnelmasta ja viettää aikaa kahdestaan ja vaihtaa kuulumisia.

Rauhallisen kahvihetken jälkeen lähimatkaajat tekevät vielä pienen kävelykierroksen Linnanniemen alueella ja ihailevat sen monipuolista ravintola- ja kahvilatarjontaa. Museoihin he aikovat suunnata tulevalla matkallaan. Etenkin uusi tulevaisuuden ja historian museo kiinnostaa ja sen arkkitehtuurikin näyttää mielenkiintoiselta. Nyt on kuitenkin aika etsiä risteilyalus.

Aurajoen suulta rantalaiturilta lähtevälle risteilylle oli helppo löytää selkeiden opasteiden avulla. Enää täytyy nousta vain alukseen ja nauttia merellisestä tunnelmasta. Mukaan sai ottaa kiikarit, joilla voi halutessaan bongata lintuja tai jopa hylkeitä. Alus suuntaa Turun edustan saarille, joilla on mahdollista käydä jaloittelemassa ja tutustumassa luontoon.

Aluksen rantautuessa takaisin Linnanniemeen päättävät matkaajat pitää kiinni päivämatkan merellisestä teemasta ja nälän yllättäessä suunnata alueen kalatorille nauttimaan "ruokaa suoraan merestä". Tarjolla on useita vaihtoehtoja aina modernista saaristolaispöydästä, silakkapihveihin ja kalakeittoon. Raaka-aineet ovat yksinkertaisia ja tuoreita. Juuri oikeanlaista tunnelmaa satamassa, miettivät matkaajat. Maittavan illallisen, maisemavaihdoksen ja keväisen merielämyksen jälkeen tuntuu taas hyvältä suunnata arjen rutiineihin. Lähimatkaajat miettivät, että onneksi pian pääsee taas kuitenkin takaisin Turkuun, siellä kun on aina niin vaivatonta käydä ja upea eurooppalainen tunnelma.



Kuvio 17. Palvelukonsepti lapsiperhe.

Lapsiperhe saapuu varhain lauantaiamuna laivalla Tukholmasta Turun satamaan. Perheen aikuinen ajaa sähköauton ulos laivasta Linnanniemellä sijaitsevan pienen hotellin parkkihalliin. Yksi valintaperuste hotellille oli kestävän majoituksen lisäksi se, että hotellin asukkaat voivat ladata sähköautoa ilmaiseksi. Hotelli tarjoaa myös laadukasta aamupalaa ja huoneen saa käyttöön jo heti aamusta. Laivalla huonosti nukutun yön jälkeen lepo tulee kaikille tarpeeseen. Lapset ovat innoissaan hotellihuoneen parvisängystä ja näkymästä ihan oikealle linnalle.

Pienen levon jälkeen kaikilla on taas energiaa ja intoa lähteä tutustumaan lähialueelle. Lapset odottavat jo malttamattomina tulevaa seikkailua ja puhkuvat energiaa. Onneksi läheltä löytyy puisto missä kaikille perheenjäsenille riittää tekemistä ja mahdollisuuksia purkaa ylimääräistä energiaa. Perhe huomaa parveilevan joukon värikkään ja kimmeltävän jäisen rakennelman ympärillä. Ihmiset ovat värjäämässä ja jäädyttämässä tiilen mallisia jääkuutioita ja pinoamassa jäätyneitä kuutioita toistensa päälle. Koko perhe innostuu ajatuksesta ja he haluavat osallistua jäälinnan rakentamiseen. He kuulevat, että illalla rakennelma valaistaan ja linnan puistossa järjestetään valotaidetapahtuma. Aikuinen päättää ajoittaa museovierailut iltaan tapahtuman yhteyteen. He ovat hankkineet museoihin yhteisliput jo etukäteen ja liput ovat voimassa koko viikonlopun ajan.

Perhe jatkaa matkaa rantareittiä pitkin ja lapset huomaavat jättikokoisen lokin ja juoksevat sitä kohti. Selviää, että se on taideteos mikä esittää lokinpoikasta. Informaatiotaulussa kerrotaan, että aluetta on mahdollisuus tutkia lokinpoikasen matkassa ja oppia samalla alueen historiasta. Lapset haluavat osallistua seikkailulle. Ohjeet ja navigointireitin saa useammalla kielellä. Lapset yrittävät etsiä alueelta pienikokoisia lokkipatsaita, aikuisestakin se on hauskaa ja arjen murheet unohtuvat. Jokaisella pisteellä on tehtävä ja reitin suoritettuaan muodostuu kokonainen tarina, jonka saa muistoksi matkalta. Reitin lopussa tuoksu herkullinen ruoka. Koko perheelle maistuu höyryävän kuuma kalakeitto ja lasilliset kuumaa marjamehua.

On aika mennä lämmittelemään merenrannalla sijaitsevaan saunaan. Aikuinen haluaa testata kylmävesiuintia ja lapset pulahtavat lämminvesialtaaseen. Olo on kaikilla onnellinen ja raukea. Saunomisen ja uimisen jälkeen perhe grillaa nuotiolla paikallista haukimakkaraa ja tikkupullat, ihailien samalla kaunista maisemaa ja bongailien lintuja. On kuitenkin aika suunnata takaisin hotellille lepäämään hetkeksi, sillä illalla odottaa vielä vierailu yhteen museoista ja taidetapahtuma.

Museossa on huomioitu lapsivieraat ja se helpottaa aikuisenkin keskittymistä alueen historian oppimiseen. Antoisan museovierailun jälkeen lapset alkavat olla jo hieman väsyneitä päivän ohjelmasta, mutta haluavat vielä nähdä valotaidetta ja kuunnella siihen liittyvää musiikkia. Loman kunniaksi iltapalaksi saa paistettua ja karamellisoidut omenanekut. Lapset hihkuvat innosta. Aikuinen miettii, että olipa onnistunut päivä ja runsaasta ohjelmasta huolimatta olo on rentoutunut. Suuremmilta kommelluksiltakin vältyttiin.

## 9 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyön aiheena oli Turku tulevaisuuden matkailukaupunkina - matkailijoiden palvelutarpeet kehittyvällä Linnanniemen alueella. Tavoitteena oli kartoittaa tulevaisuuden matkailijoiden palvelutarpeita kehittyvällä Linnanniemen alueella ja selvittää mistä kokemuksellisuus syntyy. Tavoitteeksi asetettiin kehittää Turun Linnanniemen alueen matkailijoille palvelukonsepti ja tehdä alueesta houkutteleva, jotta matkailijat viihtyisivät alueella. Palvelukonseptin tuli vastata matkailijoiden palvelutarpeisiin ja kokemuksellisuuteen matkailussa. Konseptissa tuli myös huomioida Turun kaupungin asettamat bränditavoitteet.

Tutkimuskysymyksinä olivat: "Millainen on tulevaisuuden matkailija?", "Mistä syntyy kokemuksellisuus?" ja "Millaisella konseptilla Linnanniemen alue pystyy vastaamaan matkailijoiden tarpeisiin?" Asetettuja kysymyksiä lähestyttiin käyttäjälähtöisen suunnittelun keinoin, hyödyntäen palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen millainen on tulevaisuuden matkailija, pystyttiin suurimmalta osin vastaamaan, hyödyntämällä dokumenttianalyysia ja analysoimalla ja jäsentämällä toteutetut haastattelut. Tulevaisuus on kuitenkin aiheeltaan vaikea ja luotettavia ennusteita on lähes mahdoton tehdä. Vuonna 2023 näkymät maailmanlaajuisesti ovat hyvin epävarmat. Ilmastonmuutos, talous, pandemiat ja sota Euroopassa, voivat vaikuttaa voimakkaastikin tulevaisuuden matkailijoihin. Palvelukonseptin kannalta saatiin kuitenkin vastaus kysymykseen ja arvio siitä millaisia tulevaisuuden matkailijat mahdollisesti ovat. Toiseen tutkimuskysymykseen kokemuksellisuuden muodostumisesta pystyttiin vastaamaan hyödyntämällä dokumenttianalyysista kerättyä tietoa ja haastatteluvastauksia. Kolmanteen tutkimuskysymykseen matkailijoiden palvelutarpeista Linnanniemen alueella saatiin vastaus benchmarkingin, havainnoinnin, haastatteluiden ja workshop-tilaisuudesta kerätyn tiedon avulla. Alueen ympäristö ja palvelut tulee ensisijaisesti suunnitella asukkaille. Jos asukkaat viihtyvät alueella viihtyvät myös paikalliset. Käytettyjen menetelmien ja työkalujen avulla saatiin muodostettua kuva, minkälaisia palvelutarpeita ja odotuksia matkustajilla on, ja millaisella palvelukonseptilla niihin pystytään vastaamaan.

Voidaan todeta, että käyttäjälähtöisen suunnittelun menetelmät ja työkalut ovat toimivia välineitä osana matkailukonseptien suunnittelua. Matkailijapersoonien avulla pystytään eläytymään asiakkaan toiveisiin ja kokemuksiin ja analysoimaan matkailukonseptien toimivuutta.

Matkailijapersoonille kehitettyjä palvelukonsepteja voidaan jatkokehittää ja testata pilotoimalla. Näin ollen saadaan huomioitua asiakkaiden näkemykset palvelujen toimivuudesta, ennen palvelujen käyttöönottoa ja alueen lopullista suunnittelua. Turun kaupunki on hyödyntänyt asukkaiden näkemyksiä järjestämällä workshop-tilaisuuksia, joissa asukkailla oli mahdollisuus kertoa toiveensa ja mielipiteensä kaupunkisuunnittelusta. Osallistavaa toimintaa tulisikin jatkaa, jotta Linnanniemen alue täyttäisi tulevaisuudessa sekä asukkaiden että matkailijoiden toiveet ja tyydyttäisi heidän palvelutarpeensa tai jopa ylittäisi odotukset. Suunnitteluprosessia voidaan siis toteuttaa jatkossa palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja käyttäen, asukkaita osallistavalla suunnittelulla ja yhteistyössä sidosryhmien kanssa.

Opinnäytetyön prosessi oli opettavainen. Tutkimustyöhön valikoituneet aihealueet: matkailu, tulevaisuus ja vielä uudelleen kaavoittamaton Linnanniemen alue osoittautuivat haastavaksi kokonaisuudeksi. Matkailuala oli opinnäytetyöntekijälle ennestään vieras ja matkailupalveluiden muotoilu ja kehittäminen on jo itsessään vaikeaa, sillä alaan ja matkailijoihin vaikuttavat lähes kaikki maailman tapahtumat ja tulevaisuuden ennakoiminen on vaikeaa. Lisäksi Linnanniemen alue, jota ollaan vasta kehittämässä lisäsi haastetta, sillä valmiita raameja ei vielä ollut. Aiheen rajaaminen opinnäytetyöhön käytettävissä oleviin resursseihin nähden sopivaksi loi osaltaan omat haasteensa. Tutkimukseen valitut käyttäjälähtöisen suunnittelun menetelmät ja työkalut olivat toimivia ja käytettävissä oleviin resursseihin nähden riittävät. Luotettavamman tutkimustuloksen aikaansaamiseksi haastatteluja olisi voitu suorittaa enemmän satama-alueella liikkuville matkustajille ja asukkaille, jolloin olisi voitu saada vielä kohdenne-tumpaa tietoa palvelutarpeista ja -odotuksista Linnanniemen alueella. Haastavasta aihekokonaisuudesta ja käytettävissä olevista resursseista huolimatta saatiin vastaukset alussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin ja laadittua palvelukonseptit, joissa huomioitiin erilaisten matkailijapersoonien palvelutarpeet ja kokemuksellisuus.

# LÄHTEET

Apple karttapalvelu 2019. Viitattu 12.11.2019.

Birkstedt, R. 2019. Haastattelu. Hankejohtaja, KTT, kaupunkikehitysryhmä, Turun kaupunki  
Riitta Birkstedtiä haastatteli 20.3.2019 Heidi Lonka

Dufva M. & Rekola S. 2023. Megatrendit 2023 Ymmärrystä yllätysten aikaan. Viitattu 16.5.2023. <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2023/#esipuhe>

Dufva M. 2020. Sitran selvityksiä 162: Megatrendit 2020. Vantaa: Erweko. Viitattu 16.5.2023. <https://www.sitra.fi/app/uploads/2019/12/megatrendit-2020.pdf>

Forsman, L. & Pohjanheimo, T. 2019. Miltä merellinen Turku tuntuu? Moniaistinen tutkimus Turusta merellisenä kokemuksena. Turku: Turun kaupungin konsernihallinto Kaupunkikehitysryhmä. Viitattu 16.5.2023. [https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/milta\\_merellinen\\_turku\\_tuntuu\\_tutkimusraportteja\\_1-2019.pdf](https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/milta_merellinen_turku_tuntuu_tutkimusraportteja_1-2019.pdf)

Kaihola O. 2023. Toimialaraportit: Matkailun toimialaraportti 2023. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 16.5.2023. Saatavissa myös <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-621-5>

Kalliomäki A. 2014. Tarinallistaminen. Palvelukokemuksen punainen lanka. Talentum Media Oy.

Kallionpää K. 2018. Trendikäs lentää ensi vuonna Albaniaan, trendikkäin ei mihinkään. Asiantuntija listasi matkailun kehityssuunnat. Viitattu 16.5.2023. Helsingin sanomat 28.12.2018. Saatavilla <https://www.hs.fi/matka/art-2000005949111.html>

Kirjastot 2011. Kysy kirjastonhoitajalta. Mitä tarkoittaa teoreettinen viitekehys? Viitattu 4.5.2023. <https://www.kirjastot.fi/kysy/mita-tarkoittaa-teoreettinen-viitekehys-mista>

Koskinen P. 2014. Väitös: Hyvä matkailuelämys voi syntyä ikävistäkin tapahtumista. Yle 28.11.2014. Viitattu 16.5.2023. <https://yle.fi/uutiset/3-7655866>

Koutonen J. 2018. Nykymatkailija haluaa kokea paikallisten arkea. Yle 24.4.2018. Viitattu 16.5.2023. <https://yle.fi/a/3-10155221>

LEO 2009. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Oy Sevenprint Ltd Rovaniemi 2009.

Lippo, A.; Järvi, H.; Poikolainen, T. 2022. Osallistava työpaja yhteiskehittämisen menetelmänä. Viitattu 9.5.2023. [https://read.xamk.fi/2022/logistiikka-ja-merenkulku/osallistava-tyopaja-yhteiskehittämisen-menetelmana/](https://read.xamk.fi/2022/logistiikka-ja-merenkulku/osallistava-tyopaja-yhteiskehittamisen-menetelmana/)

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan. Helsinki: Teknologianinfo Teknova Oy.

Oppariapu. Dokumenttianalyysi. Viitattu 9.5.2023. <https://oppiapu.wordpress.com/kirjallisten-lahteiden-analyysi/>

Pohjolainen, P. 2019. Haastattelu. kehityspäällikkö, Visit Turku  
Päivi Pohjolaista haastatteli 5.3.2019 Heidi Lonka

TEM 2021a. Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali – selvitys kohderyhmistä ja kehittämistoimista. Viitattu 30.5.2023. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-631-4>

TEM 2021b. Toimialaraportti: Matkailu kasvoi tasaisesti ennen koronaa – Suomella edelleen useita kilpailuvaltteja. Viitattu 16.5.2023. <https://tem.fi/-toimialaraportti-matkailu-kasvoi-tasaisesti-ennen-koronaa-suomella-edelleen-useita-kilpailuvaltteja>

TEM 2022a. Toimialojen näkymät: Matkailuala. Viitattu 16.5.2023. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022060844641>

TEM 2022b. Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023. Helsinki: Valtionneuvoston julkaisuarkisto Valto. Saatavissa myös <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3>

Tonder M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi: Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Restamark Oy.

Turun kaupunki 2017. Keskustavisio: Kaupunkistrategia 2029. Viitattu 15.5.2023. [https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//20170814\\_visio\\_press\\_lac\\_s.pdf](https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//20170814_visio_press_lac_s.pdf)

Turun kaupunki 2019. Turun Historian museon paikaksi esitetään Turun linnan viereistä aluetta Aurajoen kupeessa. Viitattu 29.5.2023. [https://www.turku.fi/uutinen/2019-05-09\\_turun-historian-museon-paikaksi-esitetaan-turun-linnan-viereista-alueetta-aurajoen](https://www.turku.fi/uutinen/2019-05-09_turun-historian-museon-paikaksi-esitetaan-turun-linnan-viereista-alueetta-aurajoen)

Turun kaupunki 2020a. Turun Linnanniemen kansainvälinen ideakilpailu: Arvostelupöytäkirja. Viitattu 15.5.2023. <https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/linnanniemi-arvostelupoytakirja-29-10-2020.pdf>

Turun kaupunki 2020b. Tiedotteet. Linnanniemen ideakilpailun ykköspalkinto liettualais-suomalaiselle ryhmälle. Viitattu 15.5.2023. <https://www.epressi.com/tiedotteet/kaupungit-ja-kunnat/linnanniemen-ideakilpailun-ykkospalkinto-liettualais-suomalaiselle-ryhmalle.html>

Turun kaupunki 2023a. Turun väestörakenne. Viitattu 15.5.2023. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiOTUyOTU5YTYtNzAwOS00ZDI2LTg5MDEtOWIzZTM2YTEyMWWlIiwidCI6IjZjNWUyYzhhLWQzZjAtNGEwYi05NjU4LTQyNTAyYzZjZTE3YiIsImMiOiI9>

Turun kaupunki 2023b. Turku-tieto. Viitattu 15.5.2023. <https://www.turku.fi/turku-tieto>

Turun kaupunki 2023c. Media. Viitattu 15.5.2023. <https://www.turku.fi/media>

Turun kaupunki 2023d. Turun brändikäsikirja. Turku: Turun kaupunki. Viitattu 15.5.2023. <https://aineistopankki.turku.fi/SharedLinks.aspx?accesskey=500d8390eeb2a26095b78870ca30d87146e152c6c1a085364a3378744decf4e9&VaultGUID=AAFF46FC-E45D-421E-B472-AE2AB9A85036>

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Talentum Media Oy.

Stickdorn, M; Hormess, M; Lawrence, A & Schneider, J. 2018. This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World: A Practitioners' Handbook. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

UNWTO 2010. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Series M No.83/ Rev.1. New York: United Nations Publication. Viitattu 16.5.2023. Saatavilla myös [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf)

Visit Finland 2019. Kestävän matkailun periaatteet. Viitattu 18.5.2023. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kestavan-matkailun-periaatteet>

Visit Turku. Tilastot. Viitattu 22.5.2023. <https://visit-turku.fi/ammattilaisille/medialle/tilastot>

## LIITE I: HAASTATTELUKYSYMYKSET ASiantuntijoille

### Haastattelu Päivi Pohjolainen 2019. Kehityspäällikkö, Visit Turku .

Mikä on Turun brändi ja mitä sillä tavoitellaan?

Millainen Turun matkailutilanne on tällä hetkellä?

Mitkä ovat tärkeimmät matkailuryhmät?

Millaisia ovat matkailun trendit tulevaisuudessa Turun alueella?

Kestävyys, saaristo ja kestävämatkailu. Näetkö, onko eroa eri ikäisten matkailijoiden suhteen? Ovatko nuoret tiedostavampia kuin eläkeläiset?

Kolme tärkeintä matkailijaryhmää tulevaisuudessa (vuonna 2030)?

Miten Turun kaupunki pystyy vastaamaan matkailijoiden tarpeisiin paremmin tulevaisuudessa?

Mainitsit kaikki vuodenaajat. Mitä keinoja Turulla voisi olla, että matkailijoita voidaan houkutella kesäsesongin ulkopuolellakin?

Eroavatko kansainvälisten matkailijoiden ja kansallisten matkailijoiden tarpeet toisistaan?

Mikä olisi tärkeä asia mikä pitäisi ottaa huomioon, jos ajatellaan Turun satama-alueen kehitystä -Linnaniemeä?

### Haastattelu Birkstedt R. 2019. Hankejohtaja Kaupunkikehitysryhmä, Turun kaupunki.

Mikä on Turun brändi? Mikä on Turku?

Mistä Turun vetovoima syntyy?

Mitä ne sisällöt mitä mainitsit mahdollisesti voisivat olla?

Miten Turku erottautuu muista kaupungeista Suomen sisällä ja kansainvälisesti?

Mikä on Turun tärkein matkailuvaltti tai vetovoima, jos merellisyyttä tai saaristoa ei lasketa?

Kehittyvä satama. Mikä vetää sinne ihmisiä ja miksi ihmiset viihtyisivät siellä?

Onko eroa, että miten matkailijat ja paikalliset kokevat tai haluaisivat kokea Turun Linnanniemen alueen ympäristön tai onko heillä erilaiset tarpeet?

Mihin ja minkälaisiin asioihin kaavoituksella ja muulla kaupunkisuunnittelulla pystytään vaikuttamaan?

Mitä kaupunkisuunnittelun trendejä on nyt?

Miten Turun kaupunkivisiota lähdettiin tekemään?

Liikkuminen. Miten julkista liikennettä on ajateltu? Miten satamaan mennään?

Mitkä ovat tärkeitä asioita mitä pitäisi ottaa huomioon Linnanniemen alueella?

Millaisena näet Linnanniemen alueen brändin?

Olisiko jotain muuta mitä haluaisit kertoa?

## LIITE 2: HAASTATTELUKYSYMYKSET MATKAILIJOILLE JA ASUKKAILLE

Mikä on matkustamisessa parasta?

Mikä tekee matkailukohteesta mielenkiintoisen?

Mikä on mieleenpainuvuin kokemus matkoilta?

Jos olet vierailut Turussa, mikä on siellä parasta?

