



Turkuun suunnitellun
Historian ja tulevaisuuden museon
**aluetaloudellisten
vaikutusten
arviointi**

Maija Urponen ja Seppo Laakso,
Kaupunkitutkimus TA

Toimeksiantaja: Turun kaupunki

Sisällys

Johdanto	3
Taloudellisten vaikutusten arviointi panos-tuotos-mallilla	5
Tietolähteet	6
Museohankkeen rakentamis- ja toimintavaiheen vaikutukset tuotantoon, työllisyyteen ja verotuloihin Turussa ja muualla Suomessa	8
Museon rakentaminen	8
Museon toiminta	9
Matkailu ja museovieraiden kulutus	10
Yhteenveto.....	14
HTM-hankkeen merkitys Turun ja Linnanniemen vetovoimalle....	16
Museohankkeen vaikutuksia Turun kaupungin tunnettuuteen ja vetovoimaan	16
Museo osana Linnanniemen alueen kehittämistä.....	20
Katsaus museoiden hyvinvointivaikutuksiin	24
Kulttuuribarometri 2022: suomalaiset museokävijöinä.....	25
Museoliiton tilaama tutkimus museokäynnin aikaansaaman hyvinvoinnin arvosta.....	28
ArtWell-hanke ja kulttuurihyvinvointitoiminnan taloudelliset vaikutukset	30
Mittaamisen haasteita	31
Hyvinvointivaikutusten sosiaalinen jakautuminen Renaissance North West - hankkeessa (UK)	33
Kulttuurihyvinvointi Turun kulttuuripääkaupunkivuoden perintönä	35
Yhteenveto ja johtopäätökset	37
Museon rakentamisen ja toiminnan sekä museovieraiden kulutuksen aluetaloudelliset vaikutukset	37
HTM:n merkitys Turun vetovoiman ja Linnanniemen alueen kehittämisen kannalta	38
Museoiden hyvinvointivaikutukset	40
Kirjallisuus	42

Turkuun suunnitellun Historian ja tulevaisuuden museon aluetaloudellisten vaikutusten arviointi

Raportin tuottaja: Maija Urponen ja Seppo Laakso, Kaupunkitutkimus TA

Taitto: Turun kaupunki, Laura Sarlin

Piirroskuvat: Hansdotter

Julkaistu: toukokuussa 2023

Johdanto

Turun kaupunginhallitus päätti vuonna 2017 Turun ja Suomen historiasta kertovan elämyskeskustyyppisen Historian ja tulevaisuuden museon (HTM) perustamisesta. Museo on päätetty rakentaa Turun linnan ja satama-alueen ympäristöön uudelle Linnanniemen alueelle, jonka asemakaavaehdotusta valmistellaan parhaillaan. Uudisrakennuksesta järjestetään avoin kansainvälinen arkkitehtuurikilpailu vuoden 2023 aikana.

Tässä raportissa tarkastellaan HTM-hankkeen aluetaloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia Turussa ja Turun seudulla. Johdannon jälkeen raportin ensimmäinen osa keskittyy museon rakentamisen, toiminnan ja museovieraiden kulutuksen taloudellisiin vaikutuksiin. Toisessa osassa tarkastellaan HTM:n merkitystä Turun vetovoiman ja Linnanniemen alueen kehittämisen kannalta. Kolmas osa kattaa lyhyen katsauksen museoiden hyvinvointivaikutuksia käsitteleviin tutkimuksiin ja selvityksiin. Raportin päättää tiivis yhteenveto ja johtopäätökset.

Museotoiminta ei ole ensisijaisesti taloudellista toimintaa. Museoiden rahoituksesta säättävän museolain (314/2019) tavoitteena on muun muassa kulttuuria, historiaa ja ympäristöä koskevan ymmärryksen ja osallisuuden ylläpitäminen ja vahvistaminen, kulttuuri- ja luonnonperinnön säilyttäminen sekä yhteisöllisyyden, jatkuvuuden, kulttuurisen moninaisuuden, sivistyksen, hyvinvoinnin, yhdenvertaisuuden ja demokration edistäminen. Museotoiminnan tarkoitus on määritelty lain tavoitteiden mukaisesti. Yksi edellytys museon hyväksymiselle valtiosuuden saajaksi on, että museota ei ylläpidetä taloudellisen voiton tavoittelemiseksi.

Tästä huolimatta museoiden toiminnalla on myös taloudellinen ulottuvuutensa. Museot tarvitsevat rahoitusta ja tuloja toimintansa ylläpitämiseen, ne työllistävät henkilökuntaa ja ostavat palveluita, ja ne ovat myös itsessään kulutuksen kohteita. HTM-hankkeen kannattavuutta ja liiketaloudellisia vaikutuksia on tarkasteltu jo aiemmin.¹ Nyt käsillä olevassa selvityksessä tarkastelun kohteena ovat HTM-hankkeen aikaansaamat välittömät ja välilliset aluetaloudelliset vaikutukset, joita syntyy museon rakentamisesta ja sen toiminnasta sekä museovieraiden kulutuksen seurauksena. Menetelmänä selvityksessä on käytetty ns. panos-tuotos-mallia, joka auttaa arvioimaan investointien, talousyksiköiden toiminnan ja kulutuksen taloudellisia kokonaisvaikutuksia. Selvityksessä ei oteta kantaa vaihtoehtoiskustannuksiin eli siihen, mihin rahat olisi voitu vaihtoehtoisesti käyttää.

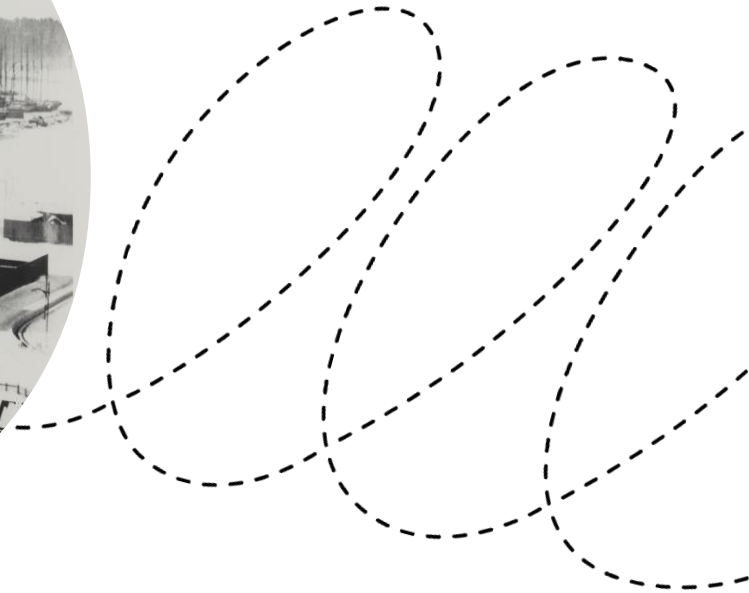
¹ Turkuun mahdollisesti toteutettavan museon liiketaloudellisia vaikutuksia ja liiketoimintasuunnitelman luonnos. Ville Tuomi & Taina Hautamäki, Levón-instituutti, Vaasan yliopisto.

Taloudellisten kokonaisvaikutusten tarkastelu tuo esille sen, että museon rakentamiseen ja ylläpitämiseen käytetyt rahat eivät ole vain kuluja, vaan ne kanavoituvat osaksi kansantalouden kiertokulkua. Selvitys osoittaa, että merkittävä osa hankkeen rahoittajien panostuksista palautuu alue- ja paikallistalouteen tuotannon, työllisyyden, palkkojen ja kulutuksen kautta. Näistä kertyy verotuloja kunnille (kunnallisvero ja osa yhteisöverosta) sekä valtiolle (tulovero, suurin osa yhteisöverosta sekä arvonnisävero). Vaikka museo rakennetaan ja se toimii Turussa, osa taloudellisista vaikutuksista leviää Turun seudulle ja laajemmalle koko Suomeen.

Taloudellisten vaikutusten arvioinnin lisäksi raportissa tarkastellaan lyhyesti museohankkeen vaikutusta Turun tunnettuuteen ja vetovoimaan erityisesti matkailun kannalta sekä hankkeen merkitystä uuden Linnanniemen kaupunginosan kehittämisessä. Jälkimmäisessä huomio on alueen kaupunkilaisille tarjoamissa elinkeino- ja vapaa-ajanviettomahdollisuuksissa. Raportin päättävä katsaus museoiden hyvinvointivaikutuksista käsittelee hyvinvointia sekä yksilöiden että laajemman yhteisön näkökulmasta.



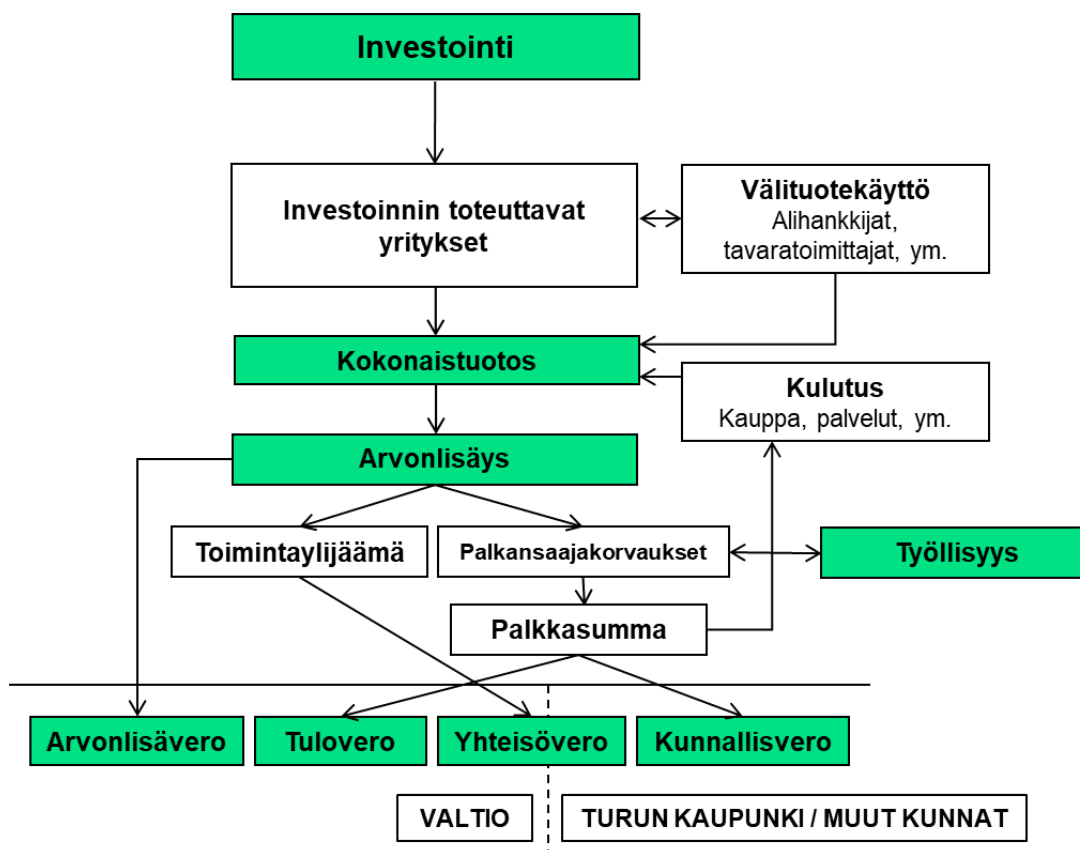
Kuva: Gustaf Welin



Taloudellisten vaikutusten arviointi panos-tuotos-mallilla

Museon rakentamiseen ja toimintaan ja museokäynteihin liittyvät taloudelliset tapahtumat aikaansaavat taloudellista toimintaa henkilökunnan palkkojen, näyttelytoiminnan, hallinnon, rakennusten huollon ja muiden museon ylläpitämiseen liittyvien toimintojen kautta. Taloudellisesta toiminnasta muodostuu pitkiä ketjuja, joihin osallistuu lukuisia yrityksiä ja muita organisaatioita palveluiden tuottajina, tavarantoimittajina ja alihankkijoina. Näiden ketjujen vaikutuksesta taloustapahtumien vaikutukset leviävät eri toimialoille ja eri alueille.

Tätä mekanismia, jossa investoinnin, toiminnan tai kulutuksen kulut kanavoituvat osaksi kansantalouden kiertokulkua, voidaan kuvata niin sanotulla panos-tuotos-mallilla. Mallissa arvioidaan Tilastokeskuksen ylläpitämien kansallisten panos-tuotostaulukoiden avulla, kuinka paljon jonkin tietyn hankkeen kustannukset vaikuttavat kansantalouden kokonaistuotokseen. Alla (Kuva 1) on esitetty esimerkkinä museorakennuksen investoinnin kustannusten palautuminen talouden kiertoon, mutta vastaavalla tavalla voidaan tarkastella museon toiminnan kustannusten ja museokävijöiden kulutuksen aikaansaamaa talouden kiertoa.



Kuva 1 Investoinnin kustannusten palautuminen talouden kiertoon panos-tuotos-mallissa.

Kokonaistuotos syntyy taloudellisten tapahtumien suorista vaikutuksista sekä kerrannaisvaikutuksista. HTM-hankkeen yhteydessä suoria vaikutuksia ovat museon uudisrakennuksen rakentamisen kustannukset, jotka koostuvat työpanoksesta suunnittelussa ja rakennustyömaalla sekä rakennusmateriaalien ja muiden tuotantopanosten kustannuksista. Toiminnan aikaisia suoria vaikutuksia ovat vastaavasti toiminnan kustannukset henkilöstön työpanoksesta, hallinto- ja ostopalveluista, näyttely- ja ohjelmatoiminnasta sekä kiinteistön ylläpidosta. Museokävijöiden aiheuttamia suoria vaikutuksia ovat mm. kulttuuri- ja virkistys- ym. palveluita, majoitus-, ravintola- ja kuljetuspalveluita tarjoavien sekä vähittäiskaupan kustannukset. Kerrannaisvaikutuksia syntyy kahdella tavalla: yritysten hankintaketjuista, kuten ali-hankinnasta ja tavaroiden tuotantoketjuista, sekä hankkeen suoraan tai välillisesti työllistämien työntekijöiden palkkasumman välittymisestä kulutukseen.

Kun kaikkien ketjuun osallistuvien toimijoiden yhdessä aikaansaamasta kokonaistuotoksesta vähennetään ketjun eri vaiheessa toteutunut välituotekäyttö, saadaan arvio HTM-hankkeen suorista vaikutuksista ja kerrannaisvaikutuksista arvonlisäykseen, eli HTM-hankkeen synnyttämästä arvosta. Arvonlisäys jakautuu pääasiassa palkansaajakorvauksiin, yritysten toimintaylijäämään ja kiinteän pääoman kulumiseen. Arvonlisäys kuvaa parhaiten hankkeen taloudellista nettovaikutusta yhteiskunnan kaikille toimijoille.

Kokonaistuotoksen perusteella arvioidaan työllisyyttä lisäävät suorat ja kerrannaisvaikutukset ketjun eri vaiheissa. Työntekijöiden bruttotuloja ketjun eri vaiheissa kuvaavasta palkkasummasta merkittävä osa kohdistuu kulutukseen. Lisäksi tuotanto- ja työllisyysvaikutuksen perusteella voidaan laskea, kuinka paljon hanke vaikuttaa valtion ja kuntien verotuloihin. Vaikutuksia kohdistuu valtion osalta arvonlisäveroon, tuloveroon ja yhteisöveroon sekä kuntien osalta kunnallisveroon ja yhteisöveroon. Laskelmat eivät sisällä mahdollisia kiinteistöveroja rakennuksesta tai tonttimaasta, koska tämän selvityksen laadinnan aikana kiinteistön omistusta koskevat suunnitelmat ovat vielä valmisteltavana.

Tietolähteet

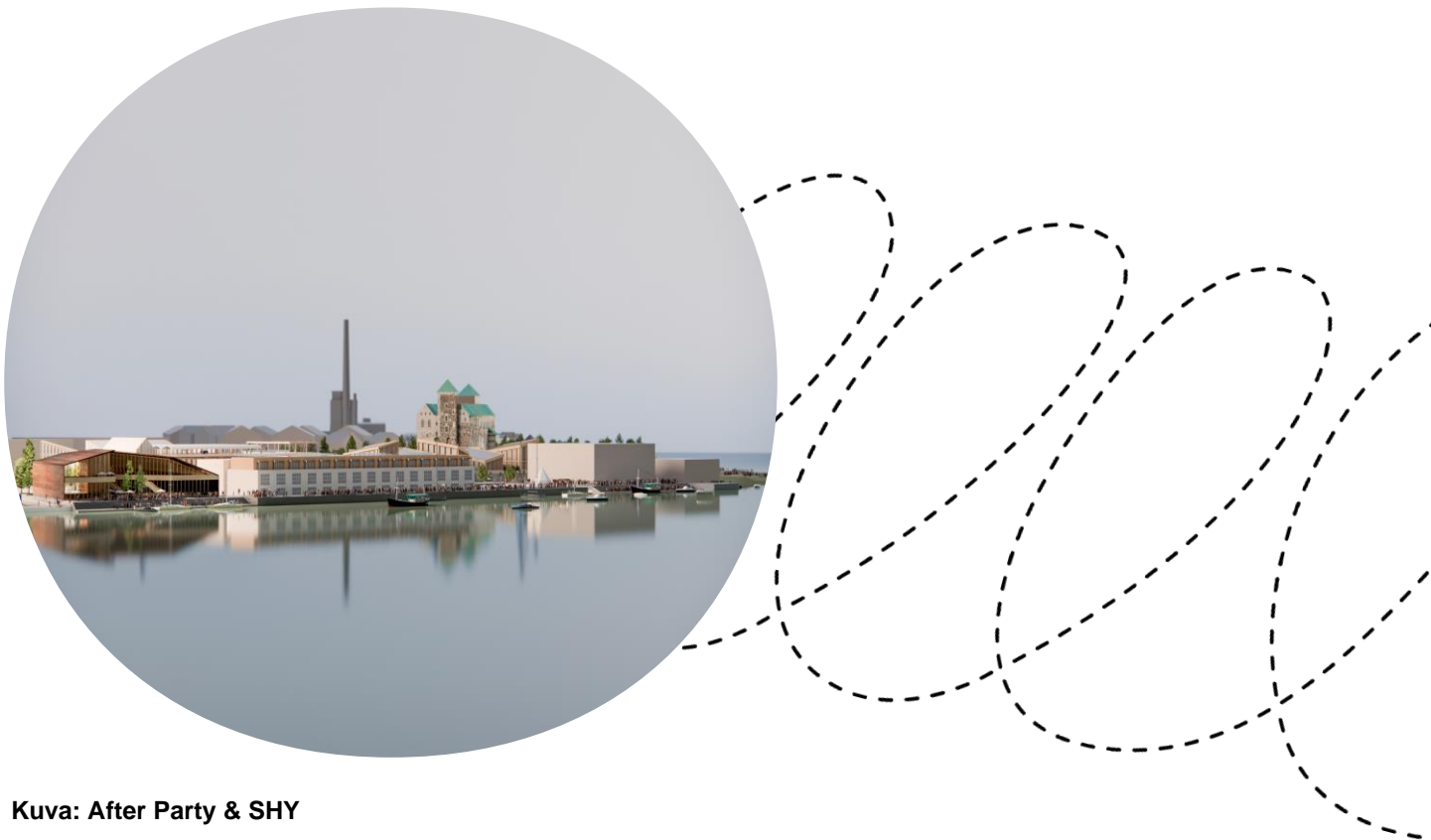
Panos-tuotos-mallin laskelmien parametrit perustuvat Tilastokeskuksen julkaisemiin valtakunnallisiin panos-tuotostauluihin. Laskelmien pohjana on käytetty HTM-hankkeesta saatuja tietoja uudisrakennuksen kustannusarviosta ja toiminnan aikaisesta taloudesta.

Museovieraiden määrien arvioinnissa on hyödynnetty olemassa olevia selvityksiä ja tilastoaineistoja matkailijoiden ja muiden museovieraiden kulutuksesta ja rahankäytöstä. Turun osuus eri osatekijöiden vaikutuksista on arvioitu aiempien arviointien ja eri panostekijöiden aluejakaumaa koskevien tietojen perusteella.

Vaikutukset verotuloihin on arvioitu työllisyysvaikutusten sekä kulutusta ja yritysten toimintaylijäämää koskevien laskelmien kautta. Tuloksena on saatu arvio koko maahan, Turun kaupunkiin ja Turun seudulle kohdistuvasta työllisyyden (työvuosina) lisäyksestä. Tätä arviota on edelleen käytetty pohjana arvioinnissa tulonsäyksestä, josta on laskettu kaupungille tuleva kunnallisverotulojen muutos verotulojen laskentamallilla. Verotulolaskelmissa on otettu huomioon sote-uudistuksen vaikutus kunnallisverotukseen ja valtion tuloverotukseen (kunnallisveroprosenttien alennus 12,64 %-yksikköä ja vastaava korotus valtion tuloveroihin).

Laskelmien tulokset on esitetty rakentamisesta koko rakentamisajalta sekä museon toiminnasta ja kävijöiden lisäkulutuksesta vuositasolla. Laskelmat on laadittu maaliskuun 2023 hintatasossa. Museon toimintaa ja kävijöiden kulutusta koskevat luvut kuvaavat vaikutuksia vakiintuneen toiminnan vuosina. Tämän lisäksi laskelmat on tehty 30 vuoden ajalta nykyarvoon diskontattuna.

Arviot hankkeen merkityksestä Turun tunnettuuden ja vetovoiman sekä Linnanniemen alueen kehittämisen kannalta perustuvat asiantuntijankemyksiin sekä johtopäätöksiin aikaisemmista hankearvioinneista ja alan tutkimuskirjallisuudesta. Arvioiden lähtökohdaksi on otettu Linnanniemen alueen kehittämisen tavoitteet. Museoiden hyvinvointia koskevan kirjallisuuskatsauksen pohjaksi on poimittu joukko viimeaikaisia selvityksiä ja tutkimuksia, joissa museoiden hyvinvointivaikutuksia on tarkasteltu paitsi yksilön hyvinvoinnin myös laajempien sosiaalisten vaikutusten ja kaupunkikehittämisen sekä toiminnan strategisen suunnittelun näkökulmasta.



Kuva: After Party & SHY



Luku 1

Museohankkeen rakentamis- ja toimintavaiheen vaikutukset tuotantoon, työllisyyteen ja verotuloihin Turussa ja muualla Suomessa

Museohankkeen taloudelliset vaikutukset koostuvat kolmesta lähteestä:

- museon rakentamisesta (talonrakennus, maanrakennus, laitteiden valmistus, suunnittelu & valvonta ym.)
- museon toiminnasta (henkilöstön toiminta, näyttely- ja ohjelmatoiminta, kiinteistön ylläpito ja muut palvelut), sekä
- museon Turkuun houkuttelemien matkailijoiden ja muiden kävijöiden kulutuksesta.

Näitä kutakin tarkastellaan seuraavassa ensin erikseen ja lopuksi tulokset esitetään yhtenä kokonaisuutena.

Museon rakentaminen

Rakentamisen taloudelliset vaikutukset kohdistuvat pääasiassa rakennusalaan, rakennusaine- ja muuhun teollisuuteen, kuljetustoimintaan sekä arkkitehti- ja insinööripalveluihin. Vaikka museo rakennetaan Turkuun, yli puolet rakentamisen taloudellisista vaikutuksista kohdistuu muualle Suomeen ja osin ulkomaille. Syynä tähän on se, että osa rakennusmateriaaleista valmistetaan muualla Suomessa ja työvoimaa rakennustyömaalle tulee myös Turun ja Turun seudun ulkopuolelta, noin kymmenesosa myös ulkomailta.

Museon rakentamisen arvioidaan kestävän neljästä viiteen vuotta. Mukaan ei ole laskettu aikaa tai kustannuksia, jotka liittyvät nykyisellä satama-alueella sijaitsevan museotontin muuttamiseen rakentamiskelpoiseksi. Rakentamisen investointikustannusten arvioidaan tällä hetkellä olevan noin 46 M€. Summaan sisältyvät

varsinaisen rakentamisen lisäksi rakennustyömaan suunnittelu- ja valvontakustannukset, laitteet ja kalusteet sekä uudisrakennuksesta järjestettävän arkkitehtuurikilpailun kustannukset ja Turun Museopalveluiden projektihallinnon kustannukset rakentamisen ajalta. Sitä vastoin siinä ei ole huomioitu arkkitehtonisista ratkaisuista mahdollisesti aiheutuvia lisäkustannuksia eikä mahdollisia myöhemmin tapahtuvia peruskorjauskustannuksia.

Panos-tuotos-mallilla laskettuna museon rakentamisvaiheen työllisyysvaikutus koko rakentamisajalta on noin 488 henkilötyövuotta. Rakentaminen kerryttää palkkasummaa noin 21 M€ ja verotuloja noin 8,2 M€.

Turun osuus työllisyydestä ja palkkasummasta on noin kaksi viidesosaa. Noin viidennes kohdentuu muualle Turun seudulle ja loput muualle Suomeen sekä noin kymmenesosa ulkomaille. Palkkasummasta suuri osuus – arvioiden mukaan 70 % – välittyy kulutukseen, mikä heijastuu myös arvonlisäverotuloihin. Koko rakentamisajalta kunnat saavat rakentamisen ansiosta verotuloja noin 1,6 M€ (kunnallis- ja yhteisöverot); Turun osuus rakentamisen kerryttämistä verotuloista on noin 0,7 M€. Selvästi suurimman osan – noin 6,5 M€ – verotuloista kerää valtio (tulo- ja yhteisövero, arvonlisävero).

Museon rakentaminen aikaansaa merkittäviä taloudellisia vaikutuksia sinä aikana kuin rakentaminen on meneillään. Rakentaminen ei kuitenkaan tuota tulovirtaa enää hankkeen valmistuttua.

Museon toiminta

Myös museon toiminta itsessään saa aikaan taloudellisia vaikutuksia. Toisin kuin museon rakentaminen, jonka kesto rajautuu 4–5 vuoteen, **museon toiminnan taloudelliset vaikutukset ovat luonteeltaan pitkäkestoisia ja ulottuvat usean vuosikymmenen päähän.** Museo toimii Turussa ja myös sen vaikutukset kohdistuvat pääosin Turkuun. Taloudelliset vaikutukset kohdistuvat pääasiassa kulttuuritoimintaan, liike-elämän palveluihin sekä ravintola-alaan.

Taloudelliset vaikutukset voidaan yhdistää museon toimintaan vain, jos niitä ei synnyisi Turussa tai Turun seudulla ilman HTM-hanketta ja museon perustamista. Laskelmien vertailukohtana on näin tilanne, jossa museota ei rakennettaisi. Kokonaan uutta museota perustettaessa on lähdetty siitä oletuksesta, että museon näyttely- ja ohjelmatoiminta on paitsi uutta, myös sellaista toimintaa, joka ilman HTM-hanketta jäisi Turussa suuressa määrin ja ainakin lähitulevaisuudessa toteutumatta.

HTM:n toimintakustannuksista on tehty kaksi erilaista talousarviota.

Talousarviossa 1 (TA1) toiminnan kustannukset olisivat noin 1,2 M€. Tästä henkilöstö- ja hallintokulujen sekä ostopalveluiden osuus on 796 000 €, näyttely- ja

ohjelmatoiminnan osuus 90 000 € ja kiinteistön ylläpitokulut noin 297 000 €. Henkilöstön määrä on arviolta 18 henkilötyövuotta.

Talousarviossa 2 (TA2) toiminnan kustannukset olisivat noin 2,1 M€, mistä henkilöstö- ja hallintokulut sekä ostopalvelut noin 1,4 M€, näyttely- ja ohjelmatoiminta 400 000 € ja kiinteistön ylläpito, kuten talousarviossa 1, noin 297 000 €. Henkilöstön määrä on 30 henkilötyövuotta.

Henkilöstökuluihin sisältyy vakituisen ja määräaikaaisesti palkatun henkilöstön lisäksi freelancerien, harjoittelijoiden ja palkkioperusteisten työntekijöiden henkilöstökulut. Palveluiden ostot kattavat mm. asiantuntijapalveluiden, majoitus- ja ravitsemuspalveluiden, matkakustannusten ja muiden ostopalveluiden kustannukset. Näyttely- ja ohjelmatoiminta kattaa myös yleisötyön ja tapahtumatoiminnan. Kiinteistökuuluihin ei ole sisällytetty pääomavuokraa eikä maanvuokraa, jotka käyttökorkvauksina eivät vaikuta aluetalouteen vastaavalla tavalla kuin palkat työntekijöille tai palveluiden ostot yrityksiltä.

HTM:n toiminnan aikaansaama työllisyyden lisäys on noin 24 (TA1) / 40 (TA2) henkilötyövuotta vuodessa. Museon toiminnan vaikutuksesta syntyvä palkkasumma on arviolta 0,9 M€ / 1,5 M€ vuodessa ja verotulot kokonaisuudessaan noin 0,3 M€ / 0,5 M€ vuodessa. Diskontattu nykyarvo 30 vuoden ajalta lasketulle palkkasummalle on 16 M€ / 28 M€ ja verotuloille 5,9 M€ / 10 M€. Diskonttokorkona on käytetty 5,5 % ja inflaatio-oletus on 2 % vuodessa.

Museotoiminnan työllisyysvaikutus perustuu varsinaisen museotoiminnan sekä näyttelyiden ja ostopalveluiden sekä kiinteistön ylläpidon työllistävyyteen. Työllisyysvaikutuksesta ja palkkasummasta kolme neljäsosaa kohdistuu Turkuun. Palkkasummasta suuri osa välittyy kerrannaisvaikutuksina kulutukseen. Vuosittaisesta palkkasummasta Turun osuus on 0,7 M€ (TA1) / 1,1 M€ (TA2) ja verotulosta 30 000 € / 60 000 €. Diskontattu 30 vuoden ajan nykyarvo Turun osuudelle on palkkasumman osalta 12 M€ / 20 M€ ja verotulojen osalta 0,6 M€ / 1,0 M€.

Matkailu ja museovieraiden kulutus

Museon kävijämäärillä on ratkaiseva merkitys museon taloudellisten vaikutusten kannalta. Vertailtaessa Suomen museoiden aluetaloudellisia vaikutuksia kävi selväksi, että suurin aluetaloudellinen vaikutus on nimenomaan kävijämäärältään suurilla museoilla.²

Kävijät voidaan jakaa museolipun lunastaviin museovieraisiin sekä muihin museorakennuksessa kävijöihin, joiden vierailu rajoittuu museokaupassa tai ravintolassa

² Piekkola ym. 2013.

asiointiin tai rakennukseen tutustumiseen. Suuri osa kumpaankin ryhmään kuuluvista kävijöistä saa aikaan aluetaloudellisia vaikutuksia lisäkulutuksen kautta.

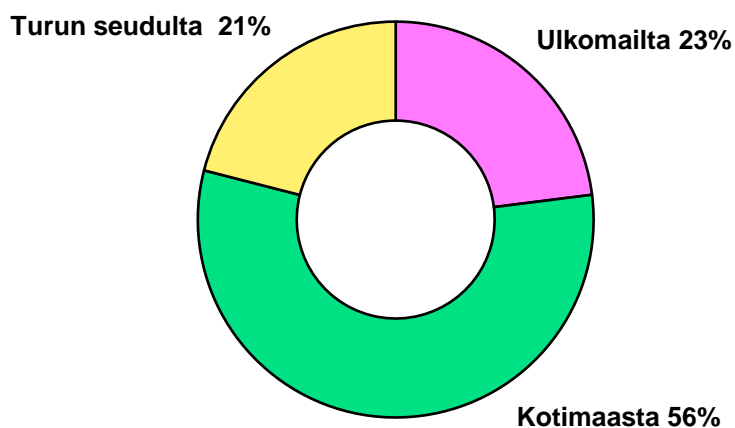
HTM-hankkeessa on määritelty kolme skenaariota museon erilaisille kävijämäärille museon avaamisen jälkeen normaalina toimintavuotena. Perustason skenaariossa HTM:ssa olisi kävijöitä vuosittain noin 260.000. Selkeä onnistuminen olisi, jos museon kävijämäärässä päästäisiin 330.000 vuosittaiseen kävijään. 200.000 vuositaisista kävijää taas tarkoittaisi, ettei hanke ole täysin onnistunut saavuttamaan tavoitteitaan.

Laskelmissa kävijöitä ei erotella pääsylipun maksaviin ja muihin kävijöihin, vaan kävijöillä tarkoitetaan niitä museorakennuksessa vierailevia ihmisiä, joiden lisäkulutus saa aikaan aluetaloudellisia vaikutuksia.

Skenaario	Kävijämäärä /vuosi
Varovainen skenaario	200 000
Perustason skenaario	260 000
Kunnianhimoinen skenaario	330 000

Taulukko 1 HTM:n kävijämäärät eri skenaarioissa.

Skenaarioiden kävijämäärät on laskelmissa lisäksi jaettu kotimaasta, ulkomailta ja Turun seudulta lähtöisiin oleviin kävijöihin. Koti- ja ulkomaisista kävijöistä on lisäksi erotettu ne, jotka tulevat Turkuun varta vasten museon takia. Kaiken kaikkiaan kävijöistä 21–25 % oletetaan olevan ulkomaisia matkailijoita ja 55–57 % kotimaisia matkailijoita, jolloin loput 20–22 % vieraista tulisivat Turun seudulta.



Kuva 2 Arvio kotimaasta, ulkomailta ja Turun seudulta olevien kävijöiden prosenttiosuuksista 260 000 kävijän perustason skenaariossa.

Eri kävijäryhmiä koskevat arviot perustuvat tietoihin Turun ja verrokkikaupunkien vertailukelpoisten museoiden kävijämääristä, selvityksiin ulkomaisten matkailijoiden

määristä, matkailijoiden museokäynneistä ja matkakohteeseen valintaan vaikuttaneista motiiveista, kotimaisen yleisön kulttuuriin kohdistuvasta kulutuskäyttäytymisestä sekä Turun ja lähimaakuntien väestöskenaarioihin.

Eniten taloudellisia vaikutuksia syntyy silloin, kun museo on matkan tärkein motiivi. Näin ollen erittäin suuri merkitys on sillä, kuinka paljon HTM houkuttelee kävijöitä, jotka tulevat Turkuun nimenomaan HTM:ssa vierailukseen. Museokävijöiden kulutus tapahtuu pääosin Turussa ja muualla Turun seudulla. Näin ollen vaikutuksetkin painottuvat Turkuun ja Turun seudulle.

Museokävijät kuluttavat Turussa muuhunkin kuin museon palveluihin. Taloudelliset vaikutukset kohdistuvat pääasiassa majoitus- ja ravitsemisalalle, liikennepalveluihin, vähittäiskauppaan sekä näiden alojen tavara- ja palvelutoimittajille.

Jos museokävijä tulee Turkuun nimenomaan Historian ja tulevaisuuden museon takia, koko matkan aikainen kulutus Turussa voidaan laskea museon vaikutukseksi. Tässä tapauksessa toisin sanoen museovieraan kaikki kulutus Turussa on lisätuloa aluetaloudelle. Laskelmissa oletetaan, että ulkomaisista kävijöistä 12–14 % ja kotimaisista kävijöistä noin 18 % tulee Turkuun nimenomaan museon takia. Museo on usein osamotiivi matkakohteen valinnalle. Lisäksi museon uutuusarvo houkuttelee todennäköisesti kaikenlaisia kävijöitä enemmän alkuvuosina. Turun seudun asukkaista koostuvan kävijämäärän voi olettaa kasvavan sitä mukaa, kun Linnanniemen ja Linnakaupungin alueet valmistuvat. Laskelmissa ei kuitenkaan ole otettu huomioon eri kävijäryhmien suhteellisten osuuksien muuttumista ajan myötä.

Museon Turkuun houkuttelemien matkailijoiden lisäkulutuksen arvoksi on arvioitu 418 €/matka ulkomaalaisille ja 109 €/matka kotimaisille kävijöille. Luvut perustuvat matkailijoiden rahankäyttöä koskeviin tutkimuksiin ja selvityksiin. Matkailijoiden museoihin kohdistuvaa kiinnostusta ja museovierailuihin vaikuttavia tekijöitä avataan kohdassa ”Museohankkeen vaikutuksia Turun kaupungin tunnettuuteen ja vetovoimaan”.

Muiden kuin juuri museon takia Turkuun matkustavien kävijöiden osalta museon taloudellinen vaikutus lasketaan museovierailuun suoraan liittyvän kulutuksen perusteella. Lisäkulutuksen näkökulmasta Turkuun jonkin muun syyn kuin uuden museon takia tulleiden jakaumilla kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden välillä ei ole lopputulosta ajatellen merkitystä, ja sen vuoksi lisäkulutusoletus on kaikilla sama, 56 € per matka.

Turusta ja Turun seudulta tulevilla museovierailuilla on aluetaloudelle verrattain pieni vaikutus, mutta museon toiminnan kannalta tämä on olennainen kävijäryhmä. Merkittävä osuus kävijöistä tulee lähialueilta, ja tämä korostunee alkuvuosien jälkeen. Taloudellisten vaikutusten näkökulmasta olennaista onkin, että museo pysyy

paikallisten näkökulmasta kiinnostavana vierailukohteena myös kulutusmahdollisuuksien näkökulmasta. Osa kävijöistä oletettavasti kuluttaa enemmän HTM-vierailun yhteydessä (mm. ravintolat, museokauppa) kuin kuluttaisi muuten. Lisäkulutusarvio on keskimäärin 36 €/käynti.

Museovieraiden lisäkulutusta koskevat arviot pohjautuvat eri tapahtumien (Helsinki Biennaali, Turku Tall Ships Race) yhteydessä toteutettuihin kävijäkyselyihin, Jyväskylän taide- ja kulttuurilaitosten kävijöiden kulutusta koskevaan selvitykseen³, Suomen museoiden taloudellista vaikuttavuutta koskevaan tutkimukseen⁴ sekä TAK Oy:n tekemiin ulkomaisten matkailijoiden rajahaastatteluihin (2019, 2020 ja 2021) ja tutkimuksiin kotimaan matkailusta (2020 ja 2021).

Kaikkien museokävijöiden kulutuksen taloudelliset vaikutukset eri kävijämääräskenaarioissa on esitetty taulukossa 2. Pienimmän kävijämäärän varovainen skenaario on vastaa Turun museokeskuksen maksettujen kävijöiden määrää vuonna 2019. Keskimäinen 260 000 kävijän perustason skenaarioita voidaan pitää pitkällä aikavälillä realistisena. Kunnianhimoisen skenaarion kävijämäärät ovat mahdollisia koko Linnanniemen alueen kehittämisen seurauksena, jos alue alkaa houkuttaa esimerkiksi ruotsalaisia risteilymatkailijoita jäämään päiväksi Turkuun ja vierailemaan museossa. Jos kävijämäärä vakiintuisi pitkällä aikavälillä korkeimman skenaarion mukaiseksi, se saisi aikaan merkittävän aluetaloudellisen vaikutuksen.

Taloudellinen vaikutus /vuosi	Varovainen skenaario	Perustason skenaario	Kunnianhimoisen skenaario
Kävijämäärä	200 000	260 000	330 000
Kävijöiden kulutus Turussa, M€	14,0	18,1	23,0
Työllisyysvaikutus, työvuosia	224	290	367
Turun osuus	148	193	244
Palkkasumma, M€	7,1	9,2	11,6
Turun osuus	4,7	6,1	7,7
Verotulot, M€	4,6	6,0	7,6
Kuntien osuus yht.	0,5	0,7	0,9
Turun osuus	0,4	0,5	0,6
Valtion osuus	4,1	5,3	6,7

Taulukko 2 Yhteenveto HTM:n kävijöiden vuosittaisen lisäkulutuksen aluetaloudellisista vaikutuksista.

³ Ruokolainen ym. 2021.

⁴ Piekkola ym. 2013.

Yllä oleva taulukko kuvaa museovieraiden kulutuksen vaikutuksia vuositasolla eri kävijämääräskenaarioissa. Keskimmaisessä vaihtoehdossa (260 000 kävijää vuodessa) 30 vuoden ajalta laskettu nykyarvo palkkasummalle valtiontaloudessa on 171 M€ ja verotuloille 111 M€. Turun osuuden diskontattu nykyarvo palkkasumman osalta on 113 M€ ja verotulojen osalta 8,7 M€.

Yhteenveto

Museon rakentamisen, toiminnan ja kävijöiden kulutuksen keskeiset taloudelliset vaikutukset on koottu yhteen alla olevaan taulukkoon.

	Rakentaminen	Museon toiminta /vuosi		Kävijöiden kulutus /vuosi		
	(rak.ajalta)	TA 1	TA 2	200.000	260.000	330.000
Arvonlisäys, M€	40,1	1,6	2,8	12,9	16,7	21,1
Turun osuus	13,6	1,0	1,7	8,5	11,1	14,0
Työllisyys, htv	488	24	40	224	290	367
Turun osuus	208	18	30	148	193	244
Palkkasumma, M€	20,7	0,9	1,5	7,1	9,2	11,6
Turun osuus	8,7	0,7	1,1	4,7	6,1	7,7
Verotulot yhteensä, M€	8,2	0,3	0,5	4,6	6,0	7,6
Turun osuus	0,68	0,03	0,06	0,36	0,47	0,60

Taulukko 3 HTM:n taloudellisten vaikutusten keskeiset tunnusluvut.

Rakentamisen aikana museolla on merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia, joista arvonlisästä noin kolmannes ja työllisyysvaikutuksesta reilut 40 % kohdistuu Turkuun. Museon valmistuttua sen toiminnan taloudelliset vaikutukset ovat pitkäkestoisia, jatkuen vuodesta toiseen. Toiminnan aikaisista talousvaikutuksista suurin osa kohdistuu Turkuun ja Turun seudulle. Toiminnan kustannuksia huomattavasti paljon suurempi vaikutus on kävijämäärillä. Jo 200 000 kävijän varovainen skenaario tuottaa toimintabudjettiin nähden yli kaksinkertaisen arvonlisäyksen ja jopa yli kolminkertaisen työllisyysvaikutuksen.

Museoinvestoinnin taloudelliset vaikutukset ulottuvat pitkälle, vuosikymmenten päähän. Tärkeänä johtopäätöksenä voidaan todeta, että merkittävä osa museohankkeen rahoittajien panostuksista hankkeeseen palautuu pitkällä aikavälillä talouteen työllisyyden, palkkojen, kulutuksen ja verotuksen kautta. Hankkeen taloudelliset vaikutukset kolmenkymmenen vuoden ajanjaksolta on esitetty alla.

	Rakentaminen	Museon toiminta		Kävijöiden kulutus		
		TA 1	TA 2	200.000	260.000	330.000
Palkkasumma, M€ /30 v.	19	16	28	132	171	216
Turun osuus	7,9	12	20	87	113	143
Verotulot, M€/30 v.	7,4	5,9	10,0	85	111	140
Turun osuus	0,6	0,6	1,0	6,7	8,7	11

Taulukko 4 HTM:n taloudelliset vaikutukset diskontattuina 30 vuoden ajanjaksolta.

Julkisen sektorin merkittävin panostus museohankkeeseen toteutuu hankkeen pääomittamisen kautta. Kuntasektorin ja sen osana Turun kaupungin osuus museon rakentamisen, toiminnan sekä kävijöiden kulutuksen aikaansaamasta verotulojen lisäyksestä on melko pieni. Laskelmien mukaan museon aikaansaamasta verotulojen kertymästä 30 vuoden ajalta (diskontattuna) Turun osuus 260 000 kävijän skenaariossa on noin 9,9–10,3 M€ valtion osuuden ollessa 124–128 M€. Tähän vaikuttaa osaltaan sote-uudistukseen liittyvä verotuksen muutos, jossa kunnallisveroprosentteja alennettiin ja vastaavasti valtion tuloveroprosentteja nostettiin. Verotulojen suurin komponentti on valtiolle menevä arvonlisävero, jota kertyy erityisesti museokävijöiden lisäkulutuksesta sekä työllisyyden lisäyksen kulutusvaikutuksesta.

Pitkällä aikavälillä museon aikaansaamat arvonlisäyksen, työllisyyden ja palkkasumman lisäykset tuovat yhtä kaikki tuntuvia positiivisia vaikutuksia Turun ja sen seudun aluetaloudelle. Museovieraiden määrällä on kulutusvaikutuksen välityksellä erittäin suuri merkitys taloudellisille vaikutuksille Turun kannalta, sillä kävijämäärän kasvu vaikuttaa samassa suhteessa suoraan palkkasummaan, verotuloihin ja muihin keskeisiin tunnuslukuihin. Taloudellisten vaikutusten kannalta panostuksilla museon vetovoimaan ja tunnettuuteen on näin ollen suuri merkitys.

Luku 2

HTM-hankkeen merkitys Turun ja Linnanniemen vetovoimalle

Museohankkeen vaikutuksia Turun kaupungin tunnettuuteen ja vetovoimaan

Taide- ja kulttuurilaitosten on todettu vaikuttavan myönteisesti kaupungin ulospäin näyttäytyvään imagoon ja kaupungin asukkaille merkitykselliseen kaupunki-identiteettiin.⁵

Matkailun näkökulmasta Historian ja tulevaisuuden museon oletetut taloudelliset vaikutukset syntyvät pääosin sen roolin kautta, joka museolla on matkakohteen valintakriteerinä. Toteutuessaan museo on osa Turun matkailun tarjontaa, ja jos museosta tulee todella kiinnostava, se voi houkutella Turkuun sellaisia koti- ja ulkomaisia matkailijoita, jotka valitsevat matkansa kohteeksi Turun juuri museon takia.

Siirtyminen teollisesta yhteiskunnasta palveluyhteiskuntaan on merkinnyt kulttuuripalveluiden ja ns. kulttuuriteollisuuden taloudellisen merkityksen korostumista. Samalla kulttuurista on tullut matkailuelinkeinon yksi osatekijä ja kaupungeille keino houkutella matkailijoita. Museoilla on ollut tässä kehityksessä näkyvä rooli – ilmeisimpänä esimerkkinä tästä Espanjan Baskimaalle vuonna 1997 avattu Bilbaon Guggenheim-museo, jossa näyttelytoiminnan lisäksi vetovoimatekijänä on eittämättä ollut museon näyttävä arkkitehtuuri. Sittemmin wow-arkkitehtuuria on myös kritisoitu mm. ympäristönäkökohdista. Siinä missä varhaisempi museorakentaminen keskittyi kaupunkien keskustoihin, 2000-luvulle siirryttäessä museoita on perustettu alueille, jotka aiemmin sijaitsivat kaupunkien reuna-alueilla – näkyvänä esimerkkinä Lontoon Thamesin ”toiselle puolelle” vuonna 2000 avattu Tate Modern. Alueen ja museon välisestä synergiasta maantieteellisesti läheinen esimerkki on Tallinnan Fotografiska, jonka markkinoinnissa näkyvällä sijalla on museon sijainti Telliskiven ”luovassa kaupunginosassa” entisellä teollisuusalueella.

⁵ Mm. Ruokolainen 2019.

Museoissa kävijät ovat osa laajempaa kulttuurimatkailun ilmiötä. Business Finlandin kulttuurimatkailun tuotesuosituksen määritelmän mukaan kulttuurimatkailu tarjoaa matkailijoille elämyksiä ja mahdollisuuksia tutustua paikallisiin ja alueellisiin kulttuurisiin voimavaroihin, oppia niistä ja osallistua niihin. Viime kädessä kulttuurimatkailun tavoitteena on vahvistaa ihmisten identiteetin rakentumista sekä erilaisien kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta. Näin määriteltynä kulttuurimatkailun voimavaroja ovat ”paikan henki sekä kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama tie-teessä, taiteessa, teknologiassa ja elinkeinoissa”.⁶

Vuonna 2016 kaikissa EU-maissa yhtä aikaa toteutetun Eurobarometri-kyselyn mukaan noin neljännes mainitsi kulttuurin yhtenä tärkeimmistä syistä valita matkakohte. Saman verran mainitsi matkakohteen valinnan perusteeksi kaupunkimatkailun. Kaupunkimatka oli keskimääräistä useammin matkan syynä mm. Puolassa ja keskimääräistä harvemmin – kiinnostavaa kyllä – Ruotsissa. Kulttuurin mainitsivat muita useammin matkan syyksi mm. hollantilaiset, itävaltalaiset ja luxemburgilaiset. Siinä missä nuoret, alle 24-vuotiaat matkustavat muita useammin kaupunkikohteen takia, kulttuurin takia matkustivat muita useammin yli 55-vuotiaat sekä 25–39-vuotiaat vastaajat. Myös pidemmän koulutuksen omaavat ja itsensä työllistävät sekä asiantuntija-ammateissa toimivat valitsivat matkakohteensa muita useammin kulttuurin takia.⁷

Selvitettäessä eurooppalaisten matkustusaikeita vuonna 2022 on käynyt ilmi, että Suomesta kiinnostuneille eurooppalaisille matkailijoille (vastaajat, jotka ovat kiinnostuneita matkustamaan Suomeen seuraavien kolmen vuoden aikana) kulttuuri oli keskimääräistä merkittävämpi tekijä matkakohteen valinnassa. Myös oppiminen oli Suomesta kiinnostuneille matkailijoille selkeästi yleisempi turismin motiivi kuin muille, samoin kuin vieraiden kulttuurien kokeminen. Vieraiden kulttuurien kokeminen onkin Suomesta kiinnostuneille matkailijoille yhdessä luontokokemusten kanssa merkittävin matkailun motiivi. Suomesta kuitenkin tiedetään Euroopassa vähemmän kuin muista Pohjoismaista – parhaiten Suomea tuntevat Pohjoismaiden ulkopuolella saksalaiset, britit ja italialaiset.⁸

Visit Finlandin vuonna 2018 toteuttaman matkailijatutkimuksen mukaan Suomessa vierailevista ulkomaalaisista matkailijoista 38 % ilmoitti kulttuurin ja viihteen yhdeksi kahdesta tärkeimmästä Suomen vetovoimatekijästä. Kaikista matkailijoista 18 % ja lomamatkailijoista 32 % ilmoitti käyneensä matkan aikana museossa. Koska

⁶ Business Finland 2021.

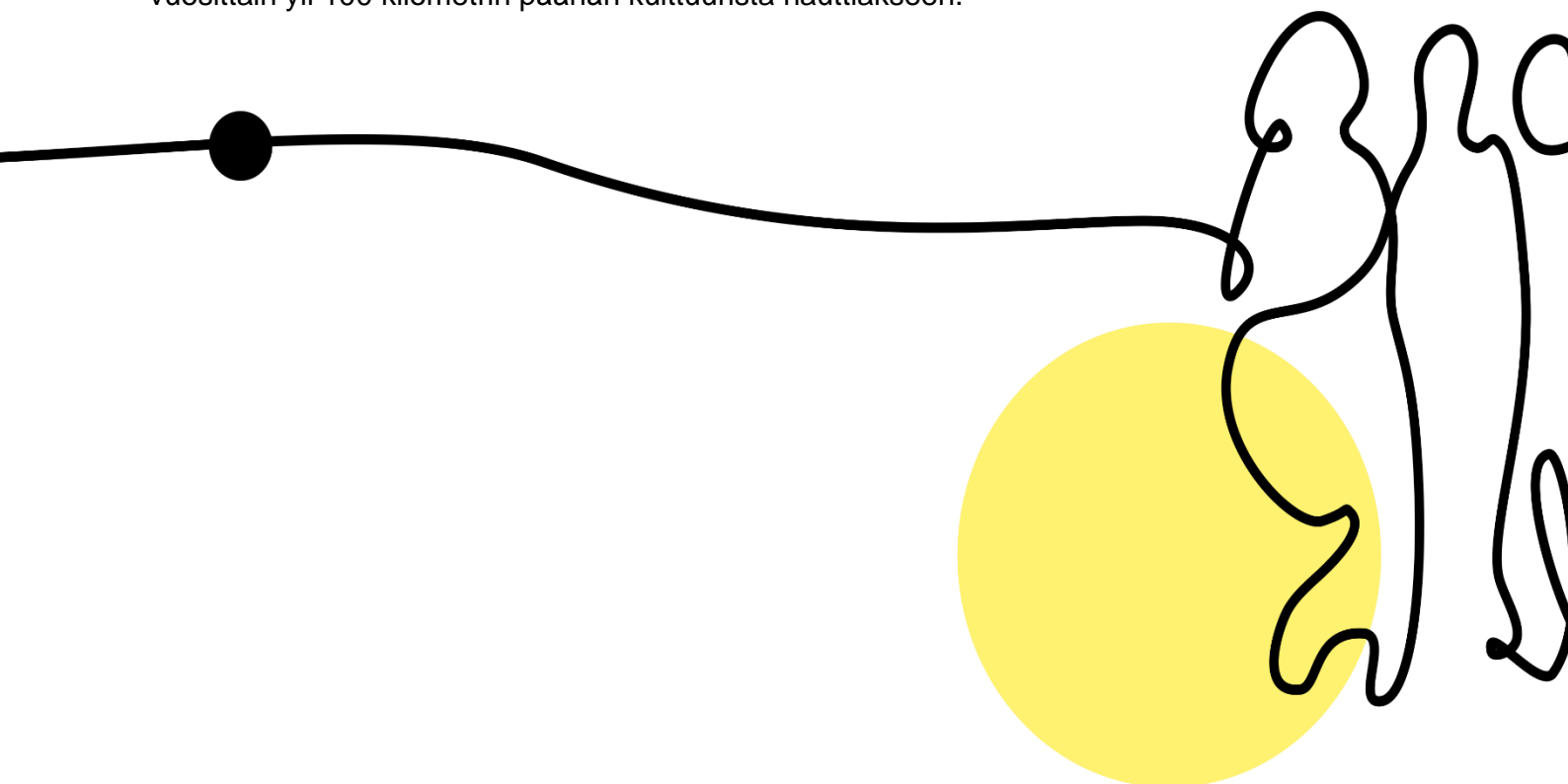
⁷ Flash Eurobarometer 432. Report. Preferences of Europeans towards tourism. January 2016. <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=54207>

⁸ 2022 Portrait of European Travellers. Visit Finland & MMGY Travel Intelligence. <https://www.visitfinland.fi/48f686/contentassets/242f0f5314604d75b4ed84a5349dc9b3/2022-finland-poet-custom-report.pdf>

luvuissa ovat mukana kaikkialle Suomeen suuntautuneet matkat, kaupunkikoh- teissa osuudet ovat tätä suurempia. Niiden lisäksi, jotka matkan aikana vierailivat museoissa, 21 % kaikista matkailijoista ja 12 % lomamatkailijoista ilmoitti olevansa kiinnostunut museovierailuista, vaikkei näin kyseisellä matkalla ollut syystä tai toi- sesta tehnyt.⁹

Vuonna 2013 Suomen museoissa toteutetussa kyselyssä 15 % kävijöistä oli ulko- maalaisia ja keskimäärin noin joka kuudennella tai seitsemännellä museopaikka- kunnan ulkopuolelta tulevalla kävijällä matkan syynä oli käynti museossa. Kyseisen selvityksen ja muiden koti- ja ulkomaisten selvitysten mukaan museokävijöiden jou- kossa painottuu koko väestöön suhteutettuna naisten, keski-ikäisten, korkeasti kou- lutettujen ja keskimääräistä hyvätuloisempien osuus.

Tuoreen Kulttuuribarometrin (2022) perusteella iäkkäämpien museoharrastajien rin- nalla vähintään kerran vuodessa museossa käyvät keskimääräistä useammin myös alle 31-vuotiaat. Lisäksi, vaikka eri selvitysten tiedot eivät välttämättä ole täysin ver- tailukelpoisia, näyttää siltä, että museoissa ainakin kerran vuodessa käyvien suo- malaisten osuus on kymmenessä vuodessa noussut reilusta 40 %:sta yli 50 %:iin. Kiinnostava tieto on sekin, että kolmasosa suomalaisista ilmoittaa matkustavansa vuosittain yli 100 kilometrin päähän kulttuurista nauttiakseen.¹⁰



⁹ Visit Finland matkailijatutkimus 2018

<https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/travel/studies/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf>

¹⁰ Piekkola ym. 2013; Kulttuuribarometri 2022.

Museoiden houkuttelevuus perustuu näyttelyiden sisältöön sekä museon ikään, koon ja maineeseen kulttuurikohteena ja erityisesti uusien ja vähemmän tunnettujen museoiden osalta pitkälti myös markkinointiin. Edellä esitettyjen taustatietojen pohjalta HTM:lla on potentiaalia houkuttaa Turkuun sekä koti- että ulkomaisia matkajia. Osa museon vetovoimaa tulee olemaan kiinni Linnanniemen alueen laajemmasta houkuttelevuudesta. Myös museokaupalla ja museon yhteydessä toimivalla ravintolalla on mahdollisuus lisätä museon kiinnostavuutta. Edellä esitetyissä laskelemissa on lähdetty siitä, että HTM ei vähennä Turun linnan ja Forum Marinumin kävijöitä. Yhteisellä markkinoinnilla, kytkemällä näyttelyitä temaattisesti toisiinsa ja pääsylippuyhteistyöllä HTM voi jopa lisätä käyntejä Linnanniemen alueen kohteissa ylipäättään.

Suomalaiseen historiaan keskittyvä museo houkuttelee todennäköisesti enemmän kotimaisia kuin ulkomaisia matkailijoita, ainakin mitä tulee Turkuun varta vasten museon takia matkustaviin kävijöihin. Tulevaisuusteemalla sekä ylijärjaisellä näkökulmalla historiaan museosta voi kuitenkin tulla houkutteleva kohde myös ulkomaisille kävijöille. Turun historia on vahvasti osa Ruotsin historiaa ja myös puolalaisilla – jotka siis muita eurooppalaisia mieluummin matkustavat kaupunkikohteisiin – on Turussa oma menneisyytensä. Itämeri yhdistää Turun koko Pohjois-Eurooppaan. Yhteistyö Turussa sijaitsevan Siirtolaisuusinstituutin kanssa voisi myös tuoda museon profiiliin kiinnostavan ylijärjaisen näkökulman.

Ilmeisesti on niin, että tällä hetkellä Turku on kohde vain pienelle osalle Ruotsista tulevia päivämatkailijoita. Turun sataman kautta kulkee kuitenkin suuntaansa yli miljoona matkailijaa vuosittain. Suurimpien laivayhtiöiden matkustajista noin 30 % on ruotsalaisia, joista nykyisellään ilmeisen suuri osa käy Turussa vain kääntymässä. Houkutteleva HTM voi olla syy Tukholma-Turku-välin risteilymatkustajille pysähtyä päiväksi Turkuun nykyistä useammin. Samoin museo voi tuoda Turkuun lisää puolalaisia yhteyksiä erityisesti Pohjois-Puolasta, jonne suoran lehtoyhteyden lisäksi on suunnitteilla laivareitti.

Kotimaan matkailijoista lähimaakuntien asukkaat ovat HTM:n potentiaalista asiakaskuntaa. Pelkästään Uudellamaalla on vuonna 2030 ennusteen mukaan yli 1,8 miljoonaa asukasta. Kun kolmasosa suomalaisista matkustaa vuosittain kulttuurin takia yli 100 kilometrin päähän, Uudellamaalla tällaisia ihmisiä on 600 000. Kun mukaan otetaan muut lähimaakunnat, kotimaisten kulttuurimatkailijoiden määrä nousee yli miljoonaan. Hyvät julkiset kulkuyhteydet lisäävät kohteen houkuttelevuutta kotimaisten matkailijoiden silmissä. Erityistä potentiaalia voi ajatella olevan rantaradan – tulevaisuudessa mahdollisesti tunnin junan – sekä Tampereen radan varrella sijaitsevien kaupunkien asukkaissa.

Museoista kiinnostuneista matkailijoista etenkin muille kuin lomamatkan takia matkustaville museokäynti jää vielä usein suunnitelmien asteelle. Näiden matkailijoiden houkuttelemisessa suuri merkitys on sillä, kuinka helposti HTM on esimerkiksi kokousmatkailijoiden saavutettavissa. Jos museoon on helppo tulla piipahtamaan kokoustauolla, kiinnostunutta kävijäpotentiaalia näyttäisi lukujen valossa löytyvän.

Edellä mainittu ylijäräinen näkökulma historiaan ja tulevaisuuteen voi houkutella museoon tavanomaisten kävijöiden lisäksi myös uusia kotimaisia yleisöjä erityisesti maahanmuuttajataustaisesta väestöstä. Tämä kohdeyleisö on merkittävä myös museon hyvinvointivaikutusten näkökulmasta (ks. tarkemmin alla).

Museo osana Linnanniemen alueen kehittämistä

Linnanniemen alue on osa Turun keskustaa kiertävää entisten teollisuus-, varasto-, konepaja-, logistiikka- ja telakka-alueiden kehää. Tällä hetkellä alue on edelleen sataman liikenne- ja lastauskäytössä ja katkaisee kaupungin keskusta-alueen yhteyden kaupunkia ympäröivään mereen ja saaristoon. Matkustajalaivaliikenteelle suunnitteilla oleva yhteisterminaali mahdollistaa alueen uudenlaisen kehittämisen.

Turun linna on Linnanniemen alueen historiallisesti merkittävä kiintopiste. Lisäksi alueella on muita rakennuksia eri aikakausilta, mm. pieniä puutaloja, Seaport-hotellin käytössä oleva makasiinirakennus ja laivaterminaali. Harvaan rakennetulle alueelle on vuosien varrella kehittynyt ainutlaatuisia kulttuuria, yritystoimintaa ja arkkitehtuuria, jotka viitesuunnitelman mukaan muodostavat tärkeän osan alueen kokonaiskehitystä.

Turun kaupunkikehityksen vision mukaan Linnanniemen alueen kehittämisen tavoitteena on lisätä Turun kaupungin vetovoimaa asuinpaikkana ja yritysten sijoittumispaikkana sekä matkailukohteena vaarantamatta kuitenkaan sataman toimintaedellytyksiä. Tavoitteena on myös vahvistaa Turun kaupungin brändiä ja vetovoimaa merellisenä ja vahvaan historiaan nojaavana kulttuurikaupunkina sekä edesauttaa kaupungin strategisen vision toteutumista.¹¹

Linnakaupungin vuonna 2012 voimaan tulleen osayleiskaavan selostuksen mukaan alueen kehittämisessä tavoitteena on ekologinen, taloudellinen sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys.¹²

¹¹ Linnanniemen yleissuunnitelma, Satamakaupungin viitesuunnitelma, 27.5.2022, täydennetty 6.9.2022. <https://kaupunkisuunnittelu.turku.fi/kaavoitus/2540-2021LinnanniemiyleissuunnitelmasatamakaupunginviitesuunnitelmaID9466-Valmisteluluonnos.pdf>

¹² Linnakaupungin osayleiskaavan (11/2007) kaavaselostus, https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//kaavaselostus_linnakaupunki.pdf

Vuonna 2021 hyväksytyjen asemakaavamuutoksen tavoitteiden perusteella alueesta on tarkoitus kehittää elävä ja toiminnoiltaan monipuolinen palveluiden, tapahtumien, elämysten ja oleilun ympäristö, joka on houkutteleva niin kaupunkilaisille kuin matkailijoille ympäri vuoden. HTM:n tarkoitus on olla osa tätä kokonaisuutta.¹³

Linnanniemen alueen viitesuunnitelmassa alueen kehittämisen läpileikkaaviksi tavoitteiksi on mainittu hiilineutraalius, luonnonympäristön hallittu villiinnyttäminen ja luonnon palauttaminen asfalttikentän valtaamalle alueelle sekä julkisen taiteen sisällyttäminen kiinteäksi ja näkyväksi osaksi alueen suunnittelua. Kehittämistä ohjaa neljä periaatetta: Turun linnan maisemallinen ensisijaisuus, alueen luonne liikenteen solmukohtana, ympärivuotisen toiminnan rakentaminen paikallisen kulttuurin ja elinkeinoelämän lähtökohdat huomioiden sekä Uuden eurooppalaisen Bauhausin mukainen kestävä rakentaminen. Museon ympäristönä on erityisesti satamakaupungin alue, jonka ytimessä museon lisäksi ovat taideaukio, veistospuutarha, tapahtumatila, esiintymislava ja tulevaisuuden käsityöläiskortteli.¹⁴

Sen lisäksi, että HTM voi houkuttaa Turkuun uusia matkailijoita, osana satamakaupungin muuta tarjontaa se lisää paikallisten ja Turun seudun asukkaiden vapaa-ajanviettomahdollisuuksia. Kuten matkailijoiden kohdalla, todennäköistä on, että museo ei vie asiakkaita alueen muilta kohteilta, vaan HTM:n ja Linnanniemen vetovoima ovat kytköksissä toisiinsa. HTM houkuttelee kävijöitä koko Linnanniemen alueelle, ja elävä ja kiinnostava Linnanniemi lisää HTM:n vetovoimaa.

Museon voi arvioida parantavan kulttuurialojen toimijoiden liiketoimintamahdollisuuksia alueella, koska se tuo alueelle kulttuurista kiinnostuneita potentiaalisia asiakkaita, jotka haluavat käyttää alueella aikaa ja rahaa – ja jotka museokävijöistä kerättyjen tietojen mukaan myös ovat keskimääräistä hyvätuloisempia ja ostokykyisempiä. HTM:n voi myös arvioida lisäävän alueen houkuttelevuutta kiinteistökehittäjille. Hotelli- ja ravintolatoiminnan kannalta alue on suotuisa ja hotellien yhteydessä toimivat kokous- ja konferenssitilat toisivat museoon myös niitä matkailijoita, joiden työkiireisiin museokäynti ei muuten mahdu. Laajemman kongressikeskuksen rakentaminen varsinaisen Linnanniemen alueelle ei kuitenkaan välttämättä ole alueen mittakaavan, saavutettavuuden ja kannattavuuden näkökulmasta realistista.

Alueen tonttihintojen voi odottaa nousevan korkeiksi alueen merellisen sijainnin ja liikenteellisen saavutettavuuden ansiosta, etenkin jos parhaillaan niin ikään suunnitella oleva raitiotie satamasta Varissuolle toteutuu. Tonttien hintaa nostavat myös korkeat maanrakennuskustannukset. Jos alueesta halutaan monimuotoinen taide-

¹³ Asemakaavanmuutoksen tavoitteet, Historian ja tulevaisuuden museo (6/2021) 16.9.2021, <https://ah.turku.fi/kh/2021/0927023x/4474823.htm>

¹⁴ Linnanniemen yleissuunnitelma, Satamakaupungin viitesuunnitelma, 27.5.2022, täydennetty 6.9.2022.

ja käsityöläiskaupunginosa, on tärkeää, että alue on houkutteleva ja myös toimitilavuokriensa puolesta mahdollinen alue näiden ammattien harjoittajille. Asiakasvirran lisäksi tähän vaikuttavat toimijoiden mahdollisuudet tehdä tiloista omiaan ja itsensä näköisiä. Asiantuntijahaastatteluiden yhteydessä ratkaisuihin tähän nähtiin mm. nykyisen laivaterminaalin tai linnamakasiinien alueen kehittämistä taiteilijoiden ja käsityöläisten käyttöön.

Alueen kehittämisen tavoitteissa on tiedostettu kerroksisuuden merkitys. Parhaimmillaan HTM tukee tätä kerroksisuutta paitsi arkkitehtuurinsa myös sisältöjensä osalta. Onnistumista tukee, jos alueen nykyiset toimijat, alueelle toivotut uudet toimijat ja kaupunkilaiset laajemmin kyetään osallistamaan merkityksellisellä tavalla mukaan museon toimintaan jo sen suunnitteluvaiheessa. Myös erilaisten crowdsourcing-menetelmien tai uuden teknologian hyödyntäminen kaupunkilaisten arjen eri aspektien dokumentoimiseksi voisi vahvistaa museon orgaanista integroitumista kaupungin ja kaupunkilaisten elämään.¹⁵

Asuminen ei ole alueella pääroolissa ja asuntorakentamista alueelle on tulossa ainoastaan rajoitetusti. Linnanniemi on kuitenkin osa laajempaa Linnakaupungin aluetta, jota ollaan kehittämässä kaupungin keskustarakennetta täydentäväksi kokonaisuudeksi. Linnakaupungin asukkaiden luontainen liikkumissuunta on Linnanniemestä pois päin, kohti Turun keskustaa. Museoravintolalla ja museoalueen tapahtumilla, ehkä myös museokaupalla on suuri merkitys sille, miten houkuttelevana museo näyttäytyy Linnakaupungin asukkaiden näkökulmasta. Miten museo yhdessä Linnanniemen muun alueen kanssa palvelee esimerkiksi lapsiperheiden arkielämää? Yleisesti ottaen on kuitenkin syytä arvioida, että HTM lisää myös Linnakaupungin vetovoimaa asuinalueena. Syynä tähän ovat sen vaikutukset alueen vapaa-ajan palvelutarjontaan ja alueen omaleimaiseen esteettiseen ilmeeseen ja identiteettiin ja niiden myötä alueen maineeseen ja sosiaaliseen statukseen.

Tutkimusten mukaan museot nostavat naapurustonsa asuntojen hintatasoa. Tämän on tulkittu olevan seurausta siitä, että museot vaikuttavat positiivisesti alueellaan asuvien ihmisten elämänlaatuun.¹⁶ Museo oletettavasti houkuttelee alueelle asukkaita, jotka muutenkin käyttävät kulttuuripalveluita, toisin sanoen akateemisen koulutuksen omaavia, kaupunkimaisessa ympäristössä viihtyviä alle 30- ja yli 60-vuotiaita. Riskinä kuitenkin on, että potentiaalisesti hyvinkin korkeiksi nousevat asuntojen hinnat yksipuolistavat alueen asujaimistoa. Jos vain hyvätuloisilla on varaa

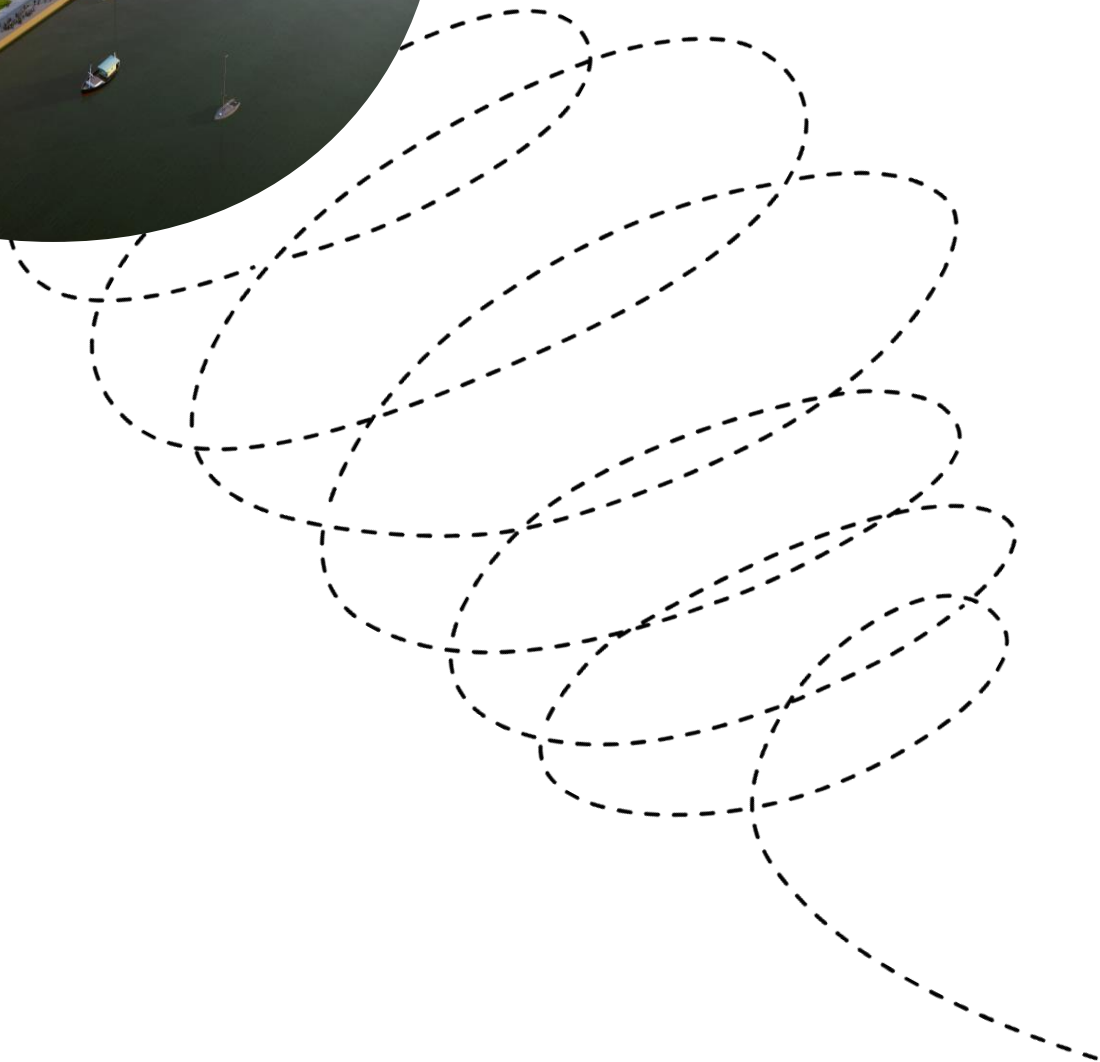
¹⁵ Esimerkkeinä esimerkiksi Berliinin Schönebergissä esillä ollut *Public Face* (<http://www.district-berlin.com/en/public-face-2/>) tai Amsterdamiin rakennettu *Circulate* (<https://www.amsterdamuas.com/kc-fdmci/shared-content/projects/projects-civic-interaction-design/circulate-design-thinking-for-the-circular-economy.html?origin=KvgliFuhTHqeilixTnAZIA>), ks. Pop & De Waal 2022.

¹⁶ Mm. Sheppard 2014.

asua alueella, osayleiskaavan alueelle asettamat tavoitteet sosiaalisesta ja kulttuurisesta kestävydestä eivät toteudu. Tällainen sijainti ei myöskään palvele parhaalla mahdollisella tavalla museon tavoitetta avoimuudesta, osallistavuudesta ja sosiaalisesta saavutettavuudesta.



Kuva: After Party & SHY



Luku 3

Katsaus museoiden hyvinvointivaikutuksiin

Museoiden hyvinvointivaikutuksissa on kyse museoiden yhteiskunnallisesta roolista. Museoilta odotetaan laajempaa yhteiskunnallista vaikuttavuutta ja museot myös itse pitävät yhä tärkeämpänä sitä, että ne kykenevät vastaamaan kävijöidensä odotuksiin ja tarpeisiin. Museoiden hyvinvointivaikutukset ovat osa laajempaa keskustelua kulttuurin ja taiteen hyvinvointivaikutuksista, kulttuurihyvinvoinnista ja kulttuurihyvinvointitoiminnasta. Näitä teemoja myös tutkitaan verrattain runsaasti, monen eri tieteenalan näkökulmasta, ja tässä kirjallisuuskatsauksessa käsitellyt tutkimukset edustavat siitä vain pientä murto-osaa.¹⁷

Suomen kielen sanalla ”hyvinvointi” on kaksoismerkitys: se viittaa sekä aineelliseen ja taloudelliseen hyvinvointiin että henkiseen ja ruumiilliseen hyvinvointiin. Henkinen ja ruumiillinen hyvinvointi voidaan ymmärtää esimerkiksi päivittäisenä kokemuksena (miltä minusta juuri nyt tuntuu?), yleisenä elämäntilanteena tai laajempaan käsitykseen siitä, millaista on hyvä elämä.¹⁸ Hyvinvoinnista voidaan myös puhua paitsi yksilön myös yhteisön ominaisuutena, jolloin mielenkiinto kohdistuu siihen, miten hyvinvointi jakautuu yhteiskunnan eri ryhmien välillä.

Kulttuurihyvinvointi on vakiintunut suomenkielessä käsitteeksi, jolla tarkoitetaan taiteen ja kulttuurin aikaansaamia positiivisia hyvinvointi- ja terveysvaikutuksia sekä laajemmin ihmisten kulttuurisia oikeuksia. Laki kuntien kulttuuritoiminnasta (166/2019) määrää kulttuurihyvinvoinnin edistämisen yhdeksi kuntien tehtävistä. Lain tavoitteena on muun muassa vahvistaa väestön hyvinvointia ja terveyttä sekä osallisuutta ja yhteisöllisyyttä kulttuurin ja taiteen keinoin sekä edistää kaikkien väestöryhmien yhdenvertaisia mahdollisuuksia ja osallistumista kulttuuriin, taiteeseen ja sivistykseen. Laissa kulttuurihyvinvointi on toisin sanoen määritelty sivistystehtäväksi edistää kuntalaisten yhdenvertaisia kulttuurisia mahdollisuuksia, oikeuksia ja osallisuutta. Kyse on kulttuuripalveluiden saatavuudesta ja saavutettavuudesta –

¹⁷ Referoitujen tutkimusten ja selvitysten lisäksi tausta-aineistona on käytetty mm. seuraavia julkaisuja: Aholainen ym. 2021, Kelly 2006, Nummelin 2011, Šveb Dragija & Jelinčić 2022,

¹⁸ Timonen ym. 2022

miten palveluita ylipäättään on tarjolla ja miten ne ovat eri väestöryhmien käytettävissä.¹⁹

Koska hyvinvoinnin käsite on monimerkityksinen, on kulttuurin tuottaman hyvinvoinnin mittaaminen haastavaa. Haastetta lisää, jos mittaamisen lähtökohtana on hyvinvointitalous – käsitys ihmisten psyykkisen ja fyysisen hyvinvoinnin ja yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin välisestä vuorovaikutussuhteesta. Hyvinvointitalouden viitekehityksessä tavoitteena on, että kulttuurin tuottamalle hyvinvoinnille kyetään määrittelemään taloudellinen arvo. Erityisen vaikeaa euromääräisen arvon laskemisesta tekee se, että osa – jopa merkittävä osa – kulttuurin hyvinvointivaikutuksista voi ilmetä vasta vuosien tai vuosikymmenten päästä. Kulttuurin hyvinvointivaikutusten mittaamista, erityisesti kulttuurihyvinvoinnin taloudellisia mittareita, on myös kritisoitu kulttuurin välineellistämistä sen itseisarvon kustannuksella.²⁰

Tässä suppeassa kirjallisuuskatsauksessa tarkastellaan ensin suomalaisia museoiden kävijöinä vuonna 2022 toteutetun Kulttuuribarometrin pohjalta. Sen jälkeen käsitellään museoiden hyvinvointivaikutuksia yksilöiden koetun hyvinvoinnin näkökulmasta. Tarkastelun pohjana on kaksi tuoretta tutkimushanketta, Museoliiton tiilaama, museoiden hyvinvointivaikutusten rahallista arvoa koskeva tutkimus sekä ArtWell-hanke kulttuurihyvinvointitoiminnan taloudellisten vaikutusten arvioinnista. Tätä seuraa tiivis katsaus hyvinvointivaikutusten mittaamiseen haasteisiin, minkä jälkeen siirrytään tarkastelemaan museoiden hyvinvointivaikutusten sosiaalista jakautumista Britanniassa vuonna 2011 toteutetun hankkeen pohjalta. Lopuksi käsitellään kulttuurihyvinvointia Turun kulttuuripääkaupunkivuoden perintönä.

Kulttuuribarometri 2022: suomalaiset museokävijöinä

Suomen Kulttuurirahaston teettämän laajan kyselytutkimuksen (Kulttuuribarometri 2022) mukaan museot ovat suomalaisten neljänneksi yleisin kulttuurin kuluttamisen kohde lukemisen, kirjastokäyntien ja elokuvateatterien jälkeen.²¹ Yli puolet suomalaisista (56 %) käy museoissa vähintään kerran vuodessa (vrt. elokuvateatterit 65 %), joka kolmas ainakin muutaman kerran vuodessa. Eniten museoissa käyvät yli 60-vuotiaat, mutta myös nuoret alle kolmekymppiset käyvät museoissa keskimääräistä useammin (59 %) vähintään kerran vuodessa. Nuorten kohdalla museoiden edelle menevät lukemisen, kirjasto- ja elokuvateatterikäyntien lisäksi ainoastaan pop- ja rock-konsertit sekä muut kulttuuritapahtumat (esim. kaupunginosa- ja katu- taidefestivaalit), ja nekin vain hiuksen hienosti (60 % ja 61 %).

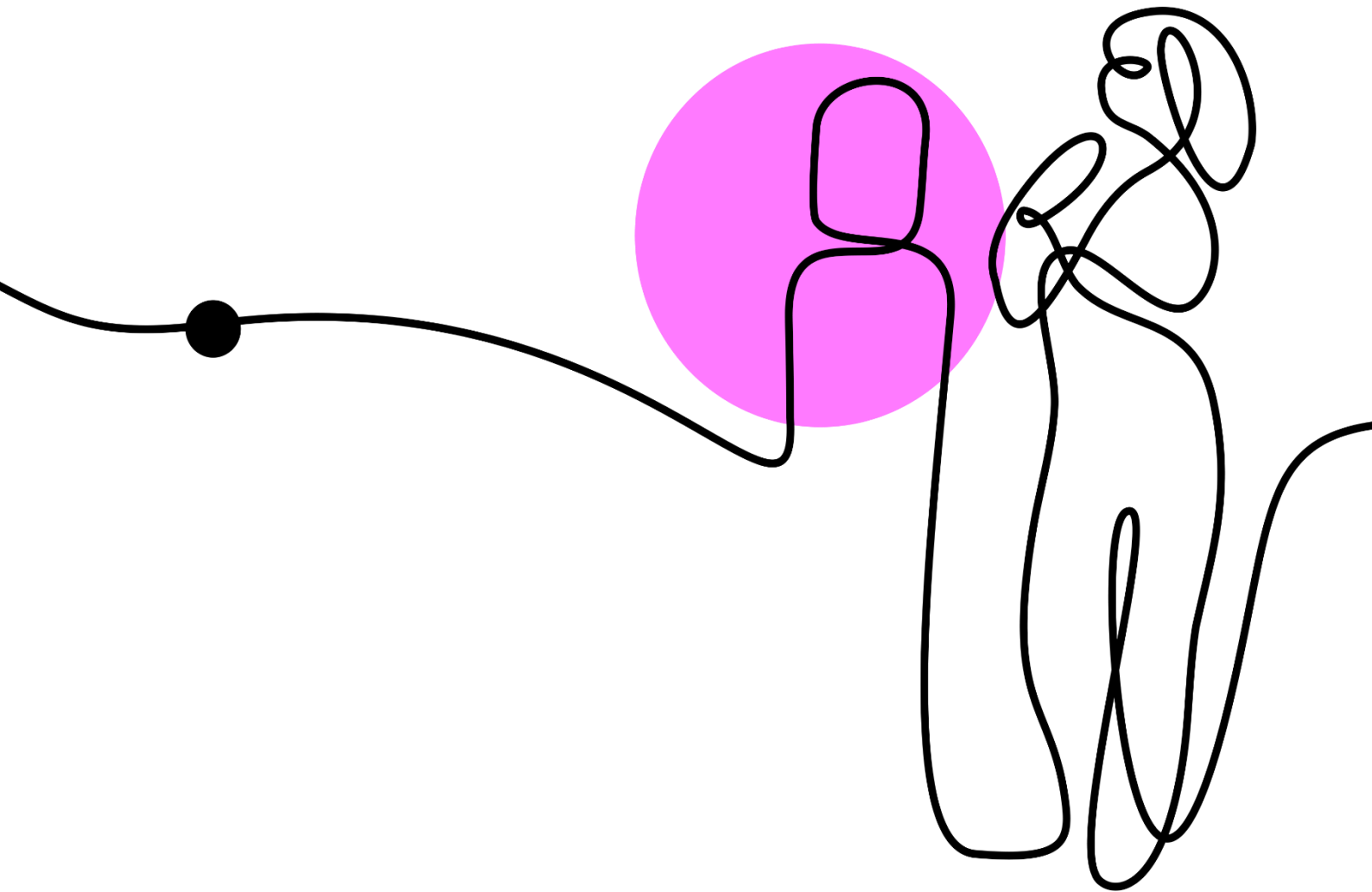
¹⁹ Houni ym. 2021, Timonen ym. 2022; Laki kuntien kulttuuritoiminnasta (166/2019).

²⁰ Esim. Nussbaum 2011.

²¹ Kantar TNS Oy:n toteuttamaan kyselyyn osallistui helmi-maaliskuussa 2022 kaikkiaan 4 569 vastaajaa. Vastaajat ovat edustava otos Manner-Suomen 15 vuotta täyttäneestä väestöstä.

Kyselyn tulosten perusteella suomalaiset jaettiin kuluttajaryhmiin sen perusteella, miten usein he kuluttivat kulttuuria ylipäättäen. Kulttuurin aktiivisia kuluttajia²² on kaikista suomalaisista 44 % - pääkaupunkiseudulla heitä on 53 %, kaupunkimaisissa kunnissa keskimäärin 43 % ja Länsi-Suomessa kaikkiaan keskimäärin 41 % asukkaista. Erityisen paljon aktiivisia kuluttajia on 15–31-vuotiaiden ryhmässä (51 %), akateemisen koulutuksen omaavissa (55 %), johtajissa/ylemmissä toimihenkilöissä ja yrittäjissä (molemmat 53 %). Tuloluokittain tarkasteltaessa kulttuurin aktiivinen kuluttaminen nousee tasaisesti alemmilta tuloluokilta ylempiin siirryttäessä. Keskimääräistä aktiivisempia kulttuurin kuluttajia löytyy kuitenkin kaikista yhteiskunnan ryhmistä joka puolelta Suomea.

Kulttuurin kuluttamisen kohteet ovat sidoksissa toisiinsa. Säveltaiteen, populaarikulttuurin ja kirjojen ja kirjastojen ystävät erottuvat kyselystä kukin omana ryhmänään. Museoissa käynti sen sijaan asettuu faktorianalyysin perusteella samaan ryhmään taidenäyttelyissä, teatterissa ja klassisen musiikin konserteissa käymisen kanssa. Toisin sanoen museoyleisö tapaa kuluttaa myös näitä kulttuurin muotoja. Myös museokäyntien ja lukemisen välillä on vahva yhteys.



²² Ryhmä kattaa kyselyn ”aktiiviset suurkuluttajat” (8 %) ja ”aktiiviset valikoivat kuluttajat” (36 %).

Kysyttäessä syitä olla käyttämättä tarjolla olevia kulttuuripalveluita, sisäänpääsymaksujen hinta nousi tärkeimmäksi esteeksi. Muita yleisimmin mainittuja esteitä olivat liian pitkä matka, itseä kiinnostavan tarjonnan puute sekä arjen tai muiden harrastusten aiheuttama kiire. Pääsymaksujen hinta ja pitkät välimatkat ovat esteenä etenkin naisille, kun taas miesten kulttuuriharrastusta ehkäisevät ennen muuta kiinnostavien kohteiden puute ja muut harrastukset.

Vaikka pitkät välimatkat ovat esteenä kulttuuripalveluiden käytölle, joka kolmas suomalainen kuitenkin matkustaa vuosittain yli 100 kilometrin päähän kulttuuripalveluiden takia. Joka neljäs tekee näin 1–2 kertaa vuodessa, ja viisi sadasta useammin."

Suurimmalle osalle vastaajista taiteen tehtävä on viihdyttää ja tuoda lohtua (86 %) sekä tuottaa esteettisiä kokemuksia (78 %). Kolme neljästä myös katsoo, että taiteen tehtävä on edistää hyvinvointia ja terveyttä. Sitä vastoin enemmistö (58 %) ei pidä tärkeänä, että taide tuottaisi taloudellista lisäarvoa. Noin kolmannekselle (32 %) taiteen taloudellinen lisäarvo kuitenkin on tärkeää, ja näin ajattelevien määrä on yli kaksinkertaistunut vuodesta 2013, jolloin sama kysely toteutettiin edellisen kerran. Suunnilleen saman verran (14 prosenttiyksikköä) on lisääntynyt myös niiden osuus, joiden mielestä taiteen tehtävänä on kiinnittää huomiota yhteiskunnallisiin epäkohtiin. Myös hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen nähdään taiteen tehtäväksi nyt jonkin verran useammin kuin kymmenen vuotta sitten.

Vaikka kyselyn kysymykset koskivat erityisesti taiteen tehtävistä. siihen annettuja vastauksia voi pienin varauksin pitää suuntaa antavina myös laajemmin kulttuurin, myös museoiden, tehtävistä. Sama koskee taiteen rahoitusta, jonka osalta 63 % katsoo, että taiteen tukeminen verovaroin on perusteltua, jotta siitä nauttiminen olisi mahdollista kaikille. Noin puolet vastaajista pitää palveluseteleitä kannatettavana rahoitusmuotona (naiset aavistuksen useammin kuin miehet), mutta sama määrä myös katsoo, että taidelaitosten tulee hankkia enemmän rahoitusta suoraan yleisöltä (miehet selkeästi enemmän kuin naiset).

Kyselyn perusteella kaiken kaikkiaan hieman yli puolet suomalaisista (55 %) näkee, että kulttuurilaitosten tarjonta on heille ja heidän hyvinvoinnilleen tärkeää. Vuodesta 2013 tämän joukon osuus on myös kasvanut 11 prosenttiyksikköä. Naisista näin kokee useampi (60 %) kuin miehistä (48 %). Lisäksi kyselyn tulokset osoittavat, että aktiivisimmat kulttuurin kuluttajat myös todennäköisimmin pitävät kulttuurilaitosten tarjontaa itselleen ja hyvinvoinnilleen tärkeänä.

Kysely käsitteli myös kulttuurin saavutettavuutta. Museoiden osalta yli puolet pitää tärkeänä, että omalla paikkakunnalla on taidemuseo. Muiden museoiden osalta näin ajattelee vielä useampi, kaksi kolmesta, eikä tässä ole juurikaan eroa naisten ja miesten välillä. Museon sijaintia omalla paikkakunnalla tärkeänä pitävien osuus

on kymmenessä vuodessa myös kasvanut, erityisesti taidemuseoiden mutta myös muiden museoiden osalta.

Museoliiton tilaama tutkimus museokäynnin aikaansaaman hyvinvoinnin arvosta

Kulttuuribarometrin mukaan peräti kolme neljästä suomalaisesta pitää taidetta ja kulttuuria tärkeänä oman hyvinvointinsa kannalta. Samanlaisia tuloksia on saatu myös muissa selvityksissä. Esimerkiksi Jyväskylän kulttuurilaitosten kävijöistä peräti 95 % oli kysyttäessä jokseenkin tai täysin samaa mieltä siitä, että laitoksissa käynti edistää heidän hyvinvointiaan. Myönteinen käsitys kulttuurilaitosten hyvinvointivaikutuksista oli myös niillä, jotka eivät ainakaan vuoteen olleet itse käyttäneet laitosten palveluita.²³

Tutkimusten mukaan kulttuurin kokeminen ja tekeminen voivat saada aikaan niin psykologisia, fyysisiä, sosiaalisia kuin käyttäytymiseen liittyviä vasteita: esimerkiksi parantunutta tunteiden säätelyä, ahdistuneisuuden, masentuneisuuden ja stressitasojen madaltumista, tehostunutta immuunitoimintaa, yksinäisyyden ja eristyneisyyden vähenemistä sekä terveellisempiä eläintapoja. Tekijöitä, jotka näitä vaikutuksia saavat aikaan ovat mm. aistien aktivointi, mielikuvituksen käyttö, tunteiden herättäminen, kognitiivinen simulaatio, sosiaalinen vuorovaikutus ja fyysinen toiminta.²⁴ Myös fysiologisista vaikutuksista tehdään jatkuvasti tutkimusta, mutta usein tutkimusten kohteena on koettu hyvinvointi. Koetun hyvinvoinnin mittaamiseksi on kehitetty useita erilaisia mittareita, joista osa on validoitu terveydenhuollon käyttöön. Tällainen on mm. WHO-5-hyvinvointiasteikko, joka mittaa vastaajien subjektiivista hyvinvointia ja on pätevä käytettäväksi masennuksen seulontavälineenä ja tulositarina kliinisissä tutkimuksissa.²⁵

Museoliiton teettämässä tuoreessa tutkimuksessa selvitettiin, miten suomalaiset museonkävijät arvottavat museokäyntinsä ansiosta kokemaansa hyvinvointia.²⁶ Tutkimus toteutettiin yhdessä kahdeksan suomalaisen museon kanssa. Tutkimuksen aineisto kerättiin touko-lokakuussa 2022 ja siinä vastaajina oli kaikkiaan 3911 museokävijää. Kävijöitä pyydettiin mukaan tutkimukseen museokäynnin yhteydessä ja varsinainen kysely lähetettiin heille kuukauden kuluttua. Kyselyyn suostuneet kohdehenkilöt jaettiin satunnaisesti kahteen ryhmään ja ryhmille lähetettiin kaksi erilaista kyselyä, joista ensimmäinen koski vastaajien kokemusta museokäynnistä ja sen aikaansaamista hyvinvointivaikutuksista ja toinen sitä, miten vastaajat

²³ Ruokolainen ym. 2019.

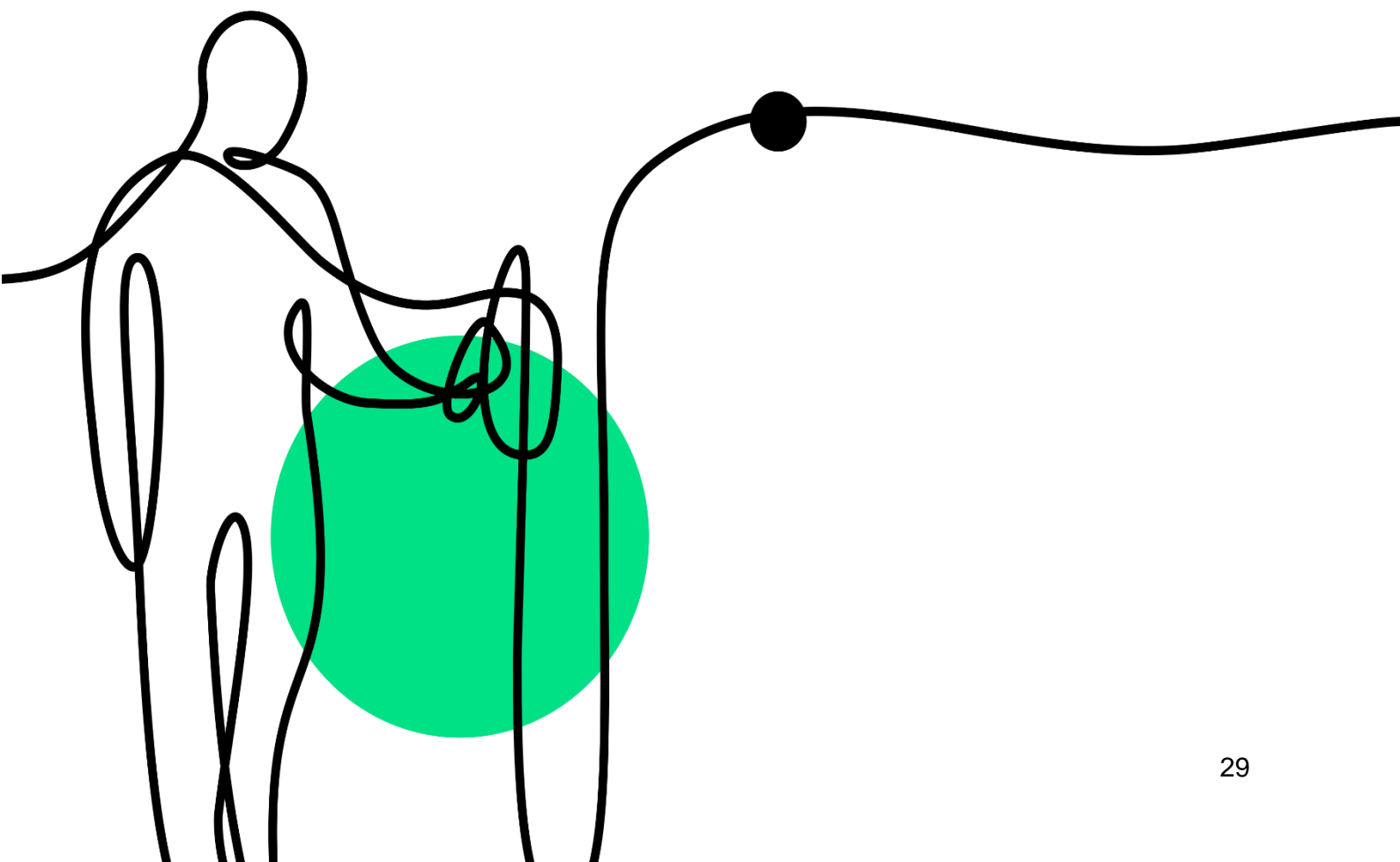
²⁴ Esim. Houni ym. 2021,

²⁵ Jensen 2020, 15.

²⁶ Falk ym. 2022.

arvottavat vastaavia hyvinvointivaikutuksia rahallisesti. Kyselyiden yhteinen vastausprosentti oli noin 50 %, hyvinvointikokemusten rahallista arvoa koskevan kyselyn osalta kuitenkin merkittävästi alhaisempi kuin varsinaista museokokemusta koskevassa kyselyssä.

Museokokemuksen osalta vastaajilta kysyttiin, saiko museokäynti heidän kohdallaan tiettyjä hyvinvointivaikutuksia ja jos, niin kuinka pitkään tämä vaikutus kesti (vaihtoehtoina parista tunnista kuukauteen ja sitä pidempään aikaan). Kysymykset koskivat fyysistä, psyykkistä, intellektuaalista ja sosiaalista hyvinvointia. Fyysisen hyvinvoinnin osalta kysyttiin mm. stressin alenemisesta, rentoutumisesta ja turvallisuuden tunteista ja psyykkisen hyvinvoinnin osalta mm. onnellisuuden, ihmetyksen ja inspiraation tunteista. Intellektuaalisen hyvinvoinnin osalta kysyttiin kokemuksia mm. itsetuntemuksen lisääntymisestä, uteliaisuuden tyydyttymisestä ja uusien näkökulmien löytymisestä; sosiaalisen hyvinvoinnin osalta mm. läheisten ihmissuhteiden ja yhteisöllisyyden tunteen vahvistumisesta. Kaikkiaan 16 muuttujan ja tutkimuksen kohteena olleiden museoiden välillä oli vain vähän variaatiota ja keskimäärin vastaajat kertoivat saaneensa museokäynnistä hyvinvointikokemuksia, joiden vaikutus kesti hieman alle päivästä (sosiaalinen ja fyysinen hyvinvointi) noin kahteen, kolmeen päivään (psyykkinen hyvinvointi). Yksittäisten muuttujien osalta vastaajien joukossa oli myös niitä, jotka eivät kokeneet hyvinvointinsa lisääntyneen museokäynnin ansiosta. Kokonaisuutena tarkasteltuna 99 % vastaajista kuitenkin katsoi hyvinvointinsa lisääntyneen museokäynnin seurauksena ainakin joiltain osin kaikilla hyvinvoinnin ulottuvuuksilla.



Hyvinvointikokemusten rahallisen arvottamisen osalta tutkimuksessa pyrittiin varmistamaan, että vastaukset koskevat eri hyvinvoinnin ulottuvuuksia yleensä, museokokemuksesta irrallaan. Syynä tähän oli se, että tutkimuksen tavoitteena oli mitata museokäynnin tuottaman hyvinvoinnin arvoa, ei museokäynnin arvoa – esimerkiksi sitä, kuinka paljon kävijät olisivat valmiit maksamaan museoon päästäkseen. Näin ollen kyselyssä tiedusteltiin esimerkiksi, kuinka paljon henkilö olisi valmis maksamaan stressiä alentavasta kokemuksesta ylipäätään, jos kokemuksesta saatu hyöty kestäisi tietyn ajan (lyhimmillään pari tuntia, pisimmillään kuukauden tai yli). Vastaus oli mahdollista antaa portaattomalla asteikolla 0 € ja 1000 € välillä. Vastausten perusteella fyysinen, psyykkinen, intellektuaalinen ja sosiaalinen hyvinvointikokemus ovat arvoltaan hyvin lähellä toisiaan, hieman yli 200 euroa. Koska liki kaikki ensimmäisen kyselyn vastaajat kokivat positiivisia vaikutuksia kaikilla hyvinvoinnin ulottuvuuksilla, tutkijat tulkitsevat, että yhden museokäynnin hyvinvointivaikutusten arvo on eri ulottuvuuksien arvojen yhteenlaskettu summa, eli hieman yli 850 euroa.

Tutkimuksessa museokäynnin aikaansaaman hyvinvoinnin arvoa verrattiin tutkimukseen osallistuneiden museoiden ylläpidon kustannuksiin. Tämän perusteella tutkimuksessa päädyttiin siihen johtopäätökseen, että kukin museotoimintaan käytetty euro tuottaa hyvinvoinnilla mitattuna noin 30 euron arvoisen hyödyn. Kaikkiin Suomen museoihin yleistettynä tämä hyöty on tutkijoiden arvion mukaan noin 6,5 miljardia euroa vuodessa. HTM-hankkeen budjettiin suhteutettuna tutkimuksen tulokset tarkoittaisivat 39–63 miljoonan euron hyvinvointihyötyä vuosittain.

ArtWell-hanke ja kulttuurihyvinvointitoiminnan taloudelliset vaikutukset

Siinä missä Museoliiton tilaamassa tutkimuksessa tarkasteltiin spontaanin museokäynnin aikaansaamia vaikutuksia, Itä-Suomen yliopiston, Taideyliopiston ja Kulttuurihyvinvointipoolin tuore tutkimus kulttuurihyvinvointitoiminnan taloudellisesta arvioinnista (ArtWell) tuo aiheeseen sosiaalipoliittisen näkökulman.²⁷ Osana valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoimintaa toteutetun hankkeen tavoitteena oli kehittää kulttuurihyvinvointitoiminnan taloudellisen arvioinnin laskentamalleja ja kriteereitä sekä tehdä näiden sekä tunnistettujen tietotarpeiden pohjalta toimenpidesuosituksia etenkin ennakoivan arvioinnin jatkokehittämiseksi Suomessa. Kulttuurihyvinvointitoiminnalla tutkimuksessa tarkoitettiin ”taide- ja kulttuuriperustaista toimintaa tai palvelua, jonka tavoitteena on edistää yksilön tai yhteisöjen hyvinvointia”.

²⁷ Kippo ym. 2023.

Asiantuntijahaastatteluiden, kirjallisuuskatsauksen ja kahden esimerkkihankkeen pohjalta tutkimuksessa kehitettiin laskentamalli, jossa kohdeväestössä saavutettuja hyvinvointivaikutuksia voidaan arvioida hyvinvointipainotettujen elinvuosien perusteella. Pohjana laskentamallissa on koettu elämäntyytyväisyys (SWB-10) -mittari, jossa vastaajaa pyydetään arvioimaan, kuinka tyytyväinen hän on kyseisellä hetkellä elämäänsä kaiken kaikkiaan. Mittaria käytetään laskentamallissa painottamaan eletyn elinvuoden merkityksellisyyttä koetun elämäntyytyväisyyden näkökulmasta. Laskentamalli rakennettiin aiempien, koettua terveyttä ja hyvinvointia, kulttuurihyvinvointitoiminnan ja elämäntyytyväisyyden välisiä yhteyksiä sekä sosioekonomisesti heikommassa asemassa olevien ihmisten kulttuurihyvinvointitoimintaan osallistumista käsittelevien tutkimusten pohjalta. Lisäksi siinä hyödynnettiin menetelmää, jossa hyvinvointivaikutusten rahallinen arvo määritellään sen perusteella, kuinka paljon henkilön nykyisten tulojen tulisi kasvaa, jotta koettu elämäntyytyväisyys olisi verrannollinen kulttuurihyvinvointitoiminnan aikaansaamaan vaikutukseen.

Tutkimuksessa toteutetun skenaariotarkastelun tuloksena saatettiin todeta, että keskimääräinen kulttuurihyvinvointitoimintaan osallistumisen tuottama positiivinen vuosittainen nettohyöty on noin 1300 ja 3500 euron välillä riippuen siitä, kuinka nopeasti toiminta saadaan juurrutettua ja skaalattua. Kyseessä on esimerkki mallinnuksesta, jonka tuloksia voidaan käyttää ennakoivasti kulttuurihyvinvointitoiminnan suunnittelussa, joskin laskennassa tulisi ottaa huomioon kulloinkin tarkasteltavana olevan toiminnan ja sen kohdeyleisön erityispiirteet.

Mittaamisen haasteita

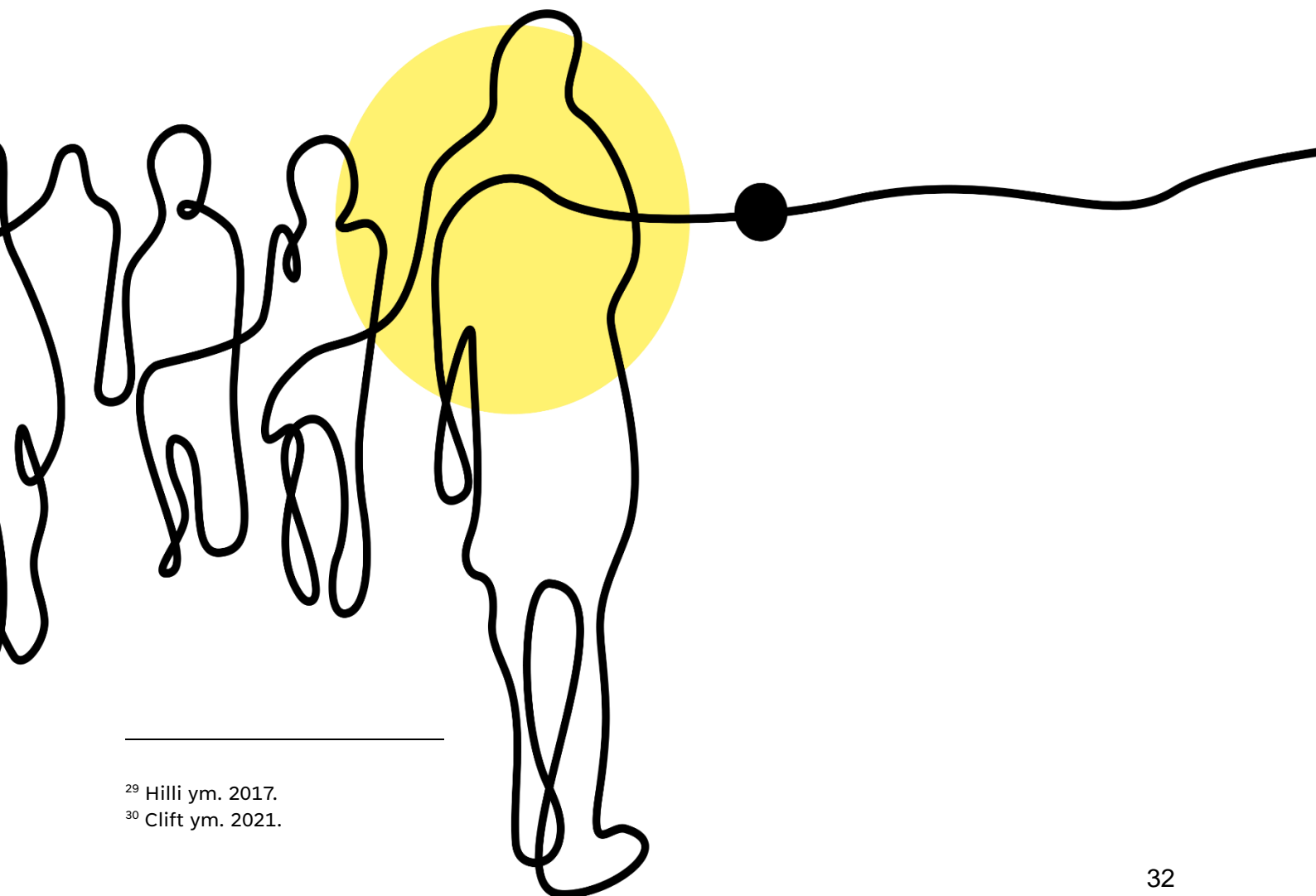
ArtWell-hankkeessa kehitetyn laskentamallin pohjaksi tarvittavien tietojen määrä osoittaa kulttuurihyvinvoinnin taloudellisen mittaamisen monimutkaisuutta. Monimutkaisuuden aste lisääntyy entisestään, jos huomioon otetaan koetun hyvinvoinnin mahdolliset laajemmat taloudelliset vaikutukset, joita voisivat olla esimerkiksi sosiaali- ja terveydenhuollon palveluiden käyttötarpeen vähentyminen tai säästettyjen työvuosien kansantaloudellinen hyöty.

Nimenomaan julkisen talouden säästöt ovat usein motiivina pyrittäessä määrittelemään museoiden ja muiden kulttuurin muotojen taloudellisia hyötyjä. Aihetta sivutaan Taiteen edistämiskeskuksen julkaisemassa Kulttuurihyvinvoinnin käsikirjassa,²⁸ jossa painotetaan ennen muuta ennalta ehkäisevän toiminnan taloudellisia vaikutuksia. Jos kulttuuri-toiminnalla, esimerkiksi etsivällä kulttuurityöllä ja muilla kohdennetuilla toimenpiteillä, kyetään ehkäisemään marginalisoitumista,

²⁸ Houni ym. 2021.

syrjäytymistä, yksinäisyyttä tai terveysuhkia, tästä seuraa paitsi hyvinvoinnin kohe-
nemista myös taloudellista hyötyä mm. oppimisvalmiuksien vahvistumisen, työhy-
vinvoinnin parantumisen ja työkyvyn säilymisen, lääkkeiden käytön vähenemisen
tai sosiaalisten ongelmien lieventymisen kautta. Esimerkiksi Britanniassa riskiryh-
mille määrättävillä kulttuuriresepteillä on kyetty vähentämään terveyspalveluiden
asiakaskäynneistä jopa 30 %. Suomessa taas on laskettu syrjäytymisen kustannuk-
sia ja todettu esimerkiksi, että koulutustason jääminen peruskouluasteelle aiheuttaa
Suomessa julkishallinnolle riskitekijöistä riippuen useamman sadan tuhannen euron
lisäkustannukset henkilön elinaikana.²⁹

Tutkimusta taiteen ja kulttuurin – museot mukaan lukien – aikaansaamista hyvin-
vointivaikutuksista on myös kritisoitu eri perusteilla. Puutteellinen evidenssi ja kau-
saalisuuden todentaminen ovat yleisimpiä kritiikin aiheita. Lisäksi on huomautettu,
että kulttuuritoiminnan negatiiviset vaikutukset esimerkiksi yhteiskunnallisten jako-
linjojen vahvistumiseen jätetään usein huomiotta eikä paljoa huomiota ole saanut
sekään, ovatko taiteeseen ja kulttuuriin pohjautuvat interventiot tehokkain mahdolli-
nen tapa hoitaa sosiaalisia ja terveysongelmia. Muita havaittuja ongelmia ovat mm.
lyhyen aikavälin vaikutusten korostuminen ja pyrkimys ratkaista sosiaalisia ongel-
mia luottamalla taiteen ja kulttuurin terapeutisiin vaikutuksiin yksilötasolla.³⁰



²⁹ Hilli ym. 2017.

³⁰ Clift ym. 2021.

Tutkijat niin Suomessa kuin maailmalla ovat peräänkuuluttaneet kvantitatiivisten tutkimusten ja selvitysten rinnalle kvalitatiivisempaa tutkimusotetta. Perusteena heillä on, että laadullisen tutkimuksen menetelmin on mahdollista päästä kiinni kulloiseenkin kontekstin, osallistujien ja kulttuuritoiminnan sekä ratkottavissa olevien sosiaalisten ja terveysongelmien nyansseihin. Tällaisilla nyansseilla on todennäköisesti suuri merkitys sen kannalta, miten ja millaisia hyvinvointiin liittyviä vaikutuksia kulttuuritoiminnalla on mahdollista saada aikaan.

Myös hyvinvoinnin mittaamisessa saatetaan käyttää määrällisten mittareiden lisäksi myös laadullisia lähestymistapoja. Hyvä esimerkki tästä on brittiläinen sosiaalisia innovaatioita rahoittava Nesta ja sen alla toimiva Arts & Culture Finance. Molemmat myöntävät lainarahoitusta erilaisille kulttuurihankkeille ja rahoituksen perusteena on hankkeiden vaikuttavuus. Vaikuttavuuden mittaamiseen organisaatiot ovat kehittäneet muutosteorianmallin, missä hankkeen panokset (*input*) synnyttävät hankkeen aktiviteettien ja tuotosten (*output*) välityksellä pidempiaikaisia vaikutuksia (*impact*). Mallin päämääränä ei niinkään ole todistaa jälkikäteen, että vaikutukset ovat syntyneet ja että ne ovat syntyneet juuri hankkeen ansiosta. Pikemminkin päämääränä on toiminnan suunnittelu siten, että hankkeen panosten, aktiviteettien ja tuotosten avulla on mahdollista osaltaan edesauttaa ja tukea kyseisten vaikutusten aikaansaamista.³¹

Hyvinvointivaikutusten sosiaalinen jakautuminen Renaissance North West -hankkeessa (UK)

University of Central Lancashiren tutkijat toteuttivat yhdessä Luoteis-Englannin museoiden kanssa Renaissance North West -nimellä kulkeneen hankkeen, jossa tutkittiin, miten museotoiminnot voivat vaikuttaa erityisesti sosiaalisesti heikommassa asemassa olevien väestöryhmien terveyteen ja hyvinvointiin.³² Tutkimushankkeessa jokainen museo määritteli itse omat kehittämishankkeensa, tavoitteensa ja kohderyhmänsä. Kohderyhminä kehittämishankkeissa oli mm. asunnottomia, vanhustenhoidon työntekijöitä, oppimisvaikeuksista kärsiviä nuoria ja mielenterveyspotilaita. Eri museoissa toimintaan sisältyi esimerkiksi museo-objektien käsittelyä, luovaa kirjoittamista ja muuta luovaa tekemistä, keskustelutuokioita, mindfulness-harjoituksia ja hyvinvointipolku. Kohderyhmien aktiivinen osallistuminen ja se, että hankkeet toteutettiin museon henkilökunnan ja kumppaniorganisaation ammattilaisten yhteistyönä, oli olennainen osa kaikkia hankkeita.

³¹ Arts & Culture Finance, Theory of change guide and template, <https://www.artsculturefinance.org/resources/theory-of-change/>

³² Froggett ym. 2011.

Tutkimuksen päätulos oli, että museoilla on paljon potentiaalia luoda hyvinvointia ja että museoiden hyvinvointivaikutusta voidaan vahvistaa lisäämällä kokoelmien ja näyttelyiden saavutettavuutta erilaisille, erityisesti heikommassa asemassa oleville väestöryhmille. Tutkimuksessa hyödynnettiin psykososiaalista näkökulmaa museoiden hyvinvointivaikutuksiin ja siinä tarkasteltiin projektiin osallistuvien kohderyhmän jäsenten kokemuksia museo-objekteista, osallistujien, museohenkilökunnan ja yhteistyökumppanien keskinäistä vuorovaikutusta sekä eri väestöryhmien mahdollisuuksia päästä osallisiksi museoiden tarjonnasta.

Tutkimuksessa mm. kävi ilmi, että vaikuttava ja perinteinen museoarkkitehtuuri saattoi olla vieraannuttava ja jopa pelottava elementti ihmisille, jotka eivät ole tottuneet käymään museoissa. Osassa hankkeen museoista tämä oli huomioitu ja kynnystä tulla museoon oli pyritty madaltamaan mm. johdantotyyppisillä tutustumiskierroksilla ja muokkaamalla museon aulasta julkinen tila, josta avautui näkymiä ympäröiviin näyttelytiloihin. Myös tietoisesti rakennettu lapsi- ja perheystävällinen ilmapiiri lisäsi museon lähestyttävyyttä.

Tutkimuksen mukaan museoiden hyvinvointivaikutukset ovat seurausta museo-objektien symbolisesta funktiosta. Museoissa juuri näyttelyobjektit ovat tutkimuksen mukaan avainasemassa sen suhteen, miten ihmiset kokevat museon itselleen merkityksellisenä: jaetusta historiasta kertovat näyttelyobjektit antavat yksilöllisille kokemuksille laajemman ja yleisemmin tunnistettavan merkityksen. Tällä tavalla museot voivat lisätä sosiaalisen hyväksynnän ja kuulumisen tunnetta tarjoamalla ihmisille mahdollisuuden löytää uusia kulttuurisesti jaettuina muotoja oman henkilökohtaisen kokemuksensa ilmaisemiseen. Hyvinvointivaikutusten kannalta on olennaista, miten näyttely resonoi erilaisten ihmisten oman kokemuksen kanssa – toisin sanoen miten se ottaa erilaisten väestöryhmien kokemukset ja kulttuurisen taustan huomioon. Yllätyksellistenkin yhteyksien luominen museokävijän omien ja muiden ihmisten sekä laajemmin jaettujen kulttuuristen kokemusten välille on tutkimuksen mukaan museoille erityinen hyvinvointivaikutusten lähde.

Koska museovierailujen itsessään on todettu lisäävän hyvinvointia, panostaminen museoiden yleiseen houkuttelevuuteen on perusteltua. Kävijämäärä ei tukijoiden mukaan välttämättä kuitenkaan suoraan korreloi hyvinvoinnin maksimoinnin kanssa, sillä museon suuntaaminen suuren yleisön ja esimerkiksi kouluryhmien suosikkikohteeksi ei vielä takaa, että museo lisäisi samalla tavalla kaikkien hyvinvointia. Tutkimuksen johtopäätös on, että jos museotoiminnalla halutaan lisätä myös sosiaalisesti heikommassa asemassa olevien ryhmien hyvinvointia, toiminta on suunniteltava huolellisesti aina kyseisen ryhmän erityistarpeista lähtien ja yhdessä sote-alan ammattilaisten kanssa. Tämä taas vaatii henkilöresursseja sekä museolta että kulloiseltakin yhteistyökumppanilta, eikä siten ole helposti toteutettavissa ilman erityisrahoitusta. Koska hyvinvointivaikutukset ovat erityisiä

kohderyhmästä riippuen, niiden mittaamiseen ei ole yleispätevää kaavaa, vaan arviointi ja mittarit pitää sovittaa kulloisenkin kohderyhmän ja hankkeen tarpeisiin ja tavoitteisiin.

Kulttuurihyvinvointi Turun kulttuuripääkaupunkivuoden perintönä

”Kulttuuri tekee hyvää” oli vuonna 2011 Turun kulttuuripääkaupunkihankkeen kantava teema. Kulttuuripääkaupunkivuoden yhteydessä kulttuurihyvinvoinnin tavoitteita olivat osallisuuden vahvistaminen ja uudenlainen yhteisöllisyys. Tavoitteisiin pyrittiin mm. luomalla uusia kulttuurisia toimintamalleja eri sektoreiden välille, kehittämällä kulttuurihyvinvointia tukevia toimintaympäristöjä ja uudistamalla kulttuuripolitiikkaa kaupunkikehittämisen lähtökohdista. Turku 2011 -jatkokyöryhmän raportin mukaan tässä myös onnistuttiin, ja osallistavat hankkeet vahvistivat kaupunkilaisten yhteisöllisyyttä ja alueellista itsetuntoa. Kulttuuripääkaupunkivuoden yhteydessä Turun yliopistoon perustettiin kulttuurisen terveys- ja hyvinvointitutkimuksen professori.³³ Professori Marja-Liisa Honkasalo on jälkikäteen analysoinut Turun kulttuuripääkaupunkivuoden perintöä kulttuurin, terveyden ja hyvinvoinnin näkökulmasta.³⁴



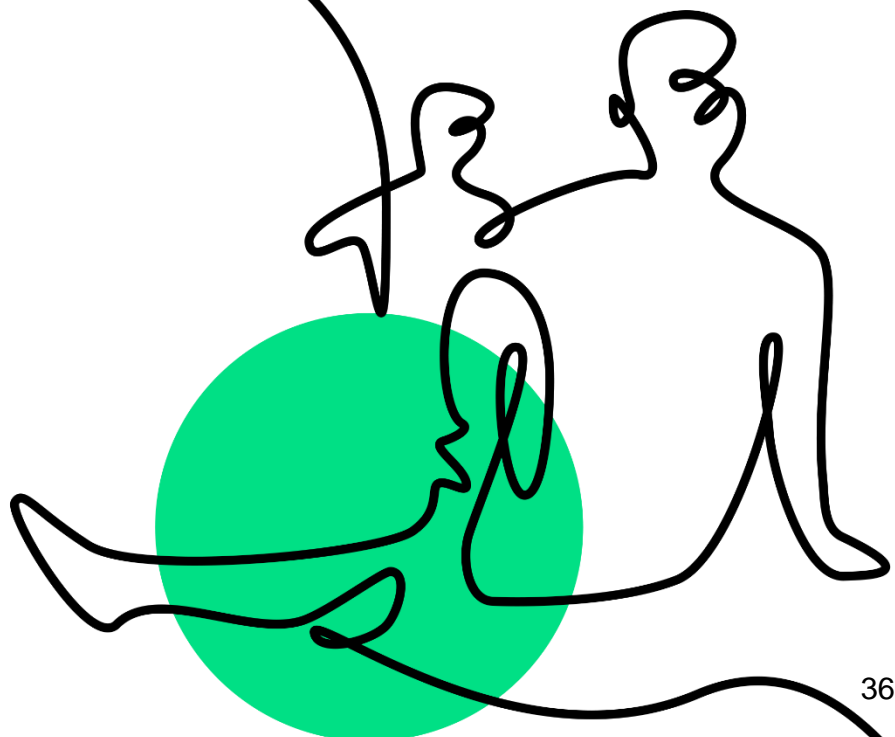
Kuva: After Party & SHY

³³ Tällä hetkellä yliopiston humanistisessa tiedekunnassa toimii Kulttuurin ja terveyden tutkimusyksikkö sekä Kielen ja hyvinvoinnin tutkimuskeskus LaWe.

³⁴ Honkasalo 2013.

Honkasalo erottaa tarkastelussaan kulttuurin suppean ja laajan määritelmän. Suppeasti määriteltynä kulttuurissa ja sen tuottamassa hyvinvoinnissa on kyse kulttuuripalveluiden tuotannosta ja kuluttamisesta. Esimerkiksi muistisairauksien etene- mistä voidaan torjua tukemalla potilaiden luovaa ilmaisua taidelähtöisin menetelmin ja maahanmuuttajien osallisuutta suomalaisessa yhteiskunnassa voidaan vahvistaa yhteisöllisen kulttuuritoiminnan avulla. Kulttuurin laaja määritelmä taas kattaa kai- ken ihmisten opitun ja sisäistetyn käyttäytymisen, elämäntavat, arvot ja kokemuk- set. Ihmiset sekä tekevät itse kulttuuriaan jatkuvasti että ovat itse sen tuottamia. Honkasalon mukaan kulttuurihyvinvointihankkeissa ja kulttuurin hyvinvointivaikutuk- sia koskevassa tutkimuksessa nojaututaan liian usein vain kulttuurin suppeaan määritelmään. Liian harvoin pysähtytään pohtimaan sitä, minkälaisia taustaoletuk- sia hyvästä elämästä ja hyvinvoivasta ihmisestä hankkeisiin sisältyy. Myöskään ra- kenteellisen eriarvoisuuden kysymyksiä ei hankkeissa Honkasalon mukaan huomi- oida riittävästi.

Kun kulttuurihyvinvoinnista puhutaan laajemmin koko yhteisön hyvinvoinnin näkö- kulmasta, molemmat kulttuurin määritelmät - sekä suppea että laaja - ovat Honka- salon mukaan olennaisia. Kun kulttuuri nähdään sekä kulttuuripalveluina että kaik- kea ihmisen toimintaa kehystävänä kulttuurisena kudoksena, huomataan, että kult- tuuri, terveys ja hyvinvointi liittyvät olennaisesti yhteiskunnan ajankohtaisiin muu- tostekijöihin, kuten esimerkiksi väestön ikääntymiseen, osaamisen ja työn muutok- siin, kestävään kehitykseen sekä maahanmuuton, kulttuurisen kohtaamisen ja mo- nikulttuurisuuden kysymyksiin – ajankohtaisten ilmiöiden historiaan ja tulevaisuu- teen.



Yhteenveto ja johtopäätökset

Museon rakentamisen ja toiminnan sekä museovieraiden kulutuksen aluetaloudelliset vaikutukset

Arvioinnin keskeinen johtopäätös on, että merkittävä osa museohankeen rahoittajien panostuksista hankkeeseen palautuu pitkällä aikavälillä talouteen työllisyyden, palkkojen, kulutuksen ja verojen välityksellä.

Museon rakentamisella on merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia niin kauan kuin rakentaminen kestää (taulukko 5).

Tunnusluku	Yhteensä	Turun osuus
Työllisyys, työvuosia	488	208
Palkkasumma, M€	20,7	8,7
Verotulot, M€	8,2	0,7

Taulukko 5 Rakentamisen aluetaloudelliset vaikutukset koko rakentamisajalta.

Museon toiminnan taloudelliset vaikutukset ovat vuositasolla huomattavasti pienemmät, mutta vaikutus jatkuu vuosikymmenten ajan. Taloudelliset vaikutukset ovat suoraan verrannolliset museon toiminnan budjettiin. Noin kahden miljoonan euron toimintabudjetin taloudelliset vaikutukset on koottu taulukkoon 6.

Tunnusluku	Yhteensä	Turun osuus
Työllisyys, työvuosia /vuosi	40	30
Palkkasumma, M€ /vuosi	1,5	1,1
Verotulot, M€ /vuosi	0,5	0,06
Palkkasumma, M€ /30 vuotta (diskontattu)	27,7	20,4
Verotulot, M€ /30 vuotta (diskontattu)	10,0	1,0

Taulukko 6 Museon toiminnan aluetaloudelliset vaikutukset vuositasolla ja 30 vuoden aikana nykyarvoon diskontattuna toimintabudjetin ollessa noin 2 M€/vuosi.

Suurin aluetaloudellinen vaikutus aiheutuu **museokävijöiden kulutuksesta**. Pitkällä aikavälillä ylivoimaisesti suurin vaikutus on matkailijoiden ja etenkin Turkuun ulkomailta museon takia saapuvien matkailijoiden kulutuksella. Turun ja Turun seudun asukkaiden museokäynneillä on pieni aluetaloudellinen vaikutus mutta ratkaiseva merkitys museon toiminnan kannalta. Perustason skenaarion noin 260 000 vuosittaisen kävijän lisäkulutuksen taloudelliset vaikutukset on tiivistetty taulukkoon 7.

Tunnusluku	Yhteensä	Turun osuus
Työllisyys, työvuosia /vuosi	290	193
Palkkasumma, M€ /vuosi	9,2	6,1
Verotulot, M€ /vuosi	6,0	0,47
Palkkasumma, M€ /30 vuotta (diskontattu)	171	113
Verotulot, M€ /30 vuotta (diskontattu)	111	8,7

Taulukko 7 Museokävijöiden lisäkulutuksen aluetaloudelliset vaikutukset perustason skenaariossa.

Museon rakentamisen aluetaloudelliset vaikutukset kohdistuvat suureksi osaksi Turun ulkopuolelle, kun taas museon toiminta ja museovieraiden kulutus vaikuttaa ennen muuta Turun ja Turun seudun aluetalouteen.

Turun kaupungin ja muun kuntasektorin osuus museon rakentamisen, toiminnan sekä kävijöiden lisäkulutuksen aikaansaamasta verotulojen lisäyksestä on suhteellisen vaatimaton. Museon aikaansaamasta verotulojen 30 vuoden kertymästä Turun osuus perustason kävijäskenaariossa on kahden miljoonan euron toimintabudjetilla noin 10 M€ valtion osuuden ollessa 128 M€. Kaupungin osuuteen verokertymästä vaikuttaa osaltaan sote-uudistukseen liittyvä verotuksen muutos, joka alensi kunnallisveroprosentteja ja nosti valtion tuloveroprosentteja. Verotulojen suurin komponentti on valtiolle menevä arvonlisävero, jota kertyy erityisesti museokävijöiden lisäkulutuksesta sekä työllisyyden lisäyksen kulutusvaikutuksesta.

Pidemmän ajan kuluessa museon rakentamisesta ja toiminnasta sekä museovieraiden kulutuksesta johtuvat arvonlisäyksen, työllisyyden ja palkkasumman lisäykset saavat aikaan tuntevia positiivisia vaikutuksia Turun ja Turun seudun aluetaloudelle. Museovieraiden määrällä on kulutusvaikutuksen välityksellä suuri taloudellinen vaikutus Turun kannalta. Tästä näkökulmasta museon vetovoimaan ja tunnettuuteen kannattaa panostaa.

HTM:n merkitys Turun vetovoiman ja Linnanniemen alueen kehittämisen kannalta

Hyvin toteutetulla ja vetovoimaisella uudella museolla voidaan ennustaa olevan myönteisiä vaikutuksia Turun imagoon ja kaupunki-identiteettiin.

Kiinnostava imago voi houkutella Turkuun uusia matkailijoita, jotka valitsevat Turun matkansa kohteeksi juuri museon takia. Museoiden houkuttelevuus perustuu näyttelyiden sisältöön sekä museon ikään, kokoon ja maineeseen kulttuurikohteena ja erityisesti uusien ja vähemmän tunnettujen museoiden osalta pitkälti myös markkinointiin. Museokaupalla ja museon yhteydessä toimivalla ravintolalla on

mahdollisuus lisätä museon kiinnostavuutta, ja lisäksi osa HTM:n vetovoimaa tulee olemaan kiinni Linnanniemen alueen laajemmasta houkuttelevuudesta. Vastaavasti HTM voi markkinointi-, näyttely- ja pääsylippuyhteistyöllä lisätä käyntejä Linnanniemen alueen muissa kulttuurikohteissa.

Suomalaiseen historiaan keskittyvä museo houkuttelee todennäköisesti enemmän kotimaisia kuin ulkomaisia matkailijoita. HTM:n tulevaisuusteema ja näkökulma, joka kytkee Turun ja Suomen historian laajemmin muun Itämeren ympäristön historiaan (ja tulevaisuuteen) voivat lisätä museon vetovoimaisuutta myös ulkomaalaisille kävijöille, etenkin Tukholma-Turku-välin risteilymatkustajille mutta liikenneyhteyksien kehittyessä myös esimerkiksi puolalaisille matkailijoille.

Kotimaan matkailijoista HTM:n potentiaalista asiakaskuntaa ovat erityisesti Uudenmaan ja muiden lähimaakuntien asukkaat, joiden joukossa voi laskea olevan jopa yli miljoona potentiaalista museokävijää.

Sen lisäksi, että HTM voi houkuttaa Turkuun uusia matkailijoita, osana satamakaupungin muuta tarjontaa se lisää paikallisten ja Turun seudun asukkaiden vapaa-ajanviettomahdollisuuksia ja vahvistaa Linnanniemen alueen yritysten toimintaedellytyksiä.

Lisätessään alueen kävijävirtoja museo tuo kulttuurialojen yrityksille ja muille toimijoille kulttuurista kiinnostuneita potentiaalisia asiakkaita. Alue tarjoaa suotuisan sijainnin hotelli- ja ravintolatoiminnalle ja hotellien yhteydessä toimivat kokous- ja konferenssitilat voivat puolestaan tuoda museoon uusia kävijöitä. Koska alueen tonttihintojen voi odottaa nousevan korkeiksi, vaatii taide- ja käsityöläisammattien harjoittajien toimintamahdollisuuksien varmistaminen alueella erityishuomiota, esimerkiksi nykyisen laivaterminalin tai linnamakasiinien kehittämistä taiteilijoiden ja käsityöläisten käyttöön.

HTM:lla on mahdollisuus tukea Linnanniemen alueen historiallista kerroksisuutta sitä paremmin, mitä laajemmin alueen nykyiset toimijat, alueelle toivotut uudet toimijat ja kaupunkilaiset kyetään osallistamaan merkityksellisellä tavalla mukaan museon toimintaan.

Voidaan arvioida, että HTM lisää Linnanniemen ja laajemman Linnakaupungin vetovoimaa asuinalueena ja nostaa alueen asuntojen hintatasoa. Museon voi odottaa houkuttelevan alueelle asukkaita, jotka muutenkin kuluttavat kulttuuripalveluita ja jotka ovat keskimääräistä parempituloisia. Osayleiskaavan alueelle asettamien sosiaalista ja kulttuurista kestävyttä painottavien tavoitteiden näkökulmasta on kuitenkin tärkeää, että alueella olisi myös ARA-rahoitteista tai muuta kohtuuhintaista asuntotarjontaa.

Museoiden hyvinvointivaikutukset

Hyvinvointi on sanana monimerkityksinen, joka viittaa sekä taloudelliseen että terveydelliseen hyvinvointiin. Terveydellinen hyvinvointi voidaan ymmärtää päivittäisenä kokemuksena, yleisenä elämäntilanteena tai yleisempänä hyvän elämän määreenä. Yhteiskunnallisella tasolla hyvinvoinnista puhutaan esimerkiksi siltä kannalta, miten hyvinvointi jakautuu yhteiskunnan eri ryhmien välillä. Museoiden hyvinvointivaikutuksia voidaan tutkia – ja on tutkittu – näistä kaikista näkökulmista käsin.

Vuoden 2022 Kulttuuribarometrin mukaan suomalaiset ovat verrattain ahkeria museokävijöitä, joille taiteen ja kulttuurin tärkeimpiä tehtäviä on viihdyttää ja tuottaa esteettisiä kokemuksia sekä tuoda lohtua ja edistää hyvinvointia ja terveyttä. Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen nähdään taiteen tehtäväksi nyt jonkin verran useammin kuin kymmenen vuotta sitten. Aktiivisimmat kulttuurin kuluttajat myös todennäköisimmin pitävät kulttuurilaitosten tarjontaa itselleen ja hyvinvoinnilleen tärkeänä. Kuitenkin peräti kaksi kolmesta suomalaisesta pitää tärkeänä, että omalla paikkakunnalla on museo.

Museoiden ja laajemmin kulttuurin hyvinvointivaikutuksille on eri tutkimuksissa pyritty määrittelemään myös rahallista arvoa. Esimerkiksi Museoliiton teettämässä tuoreessa tutkimuksessa selvitettiin, miten suomalaiset museonkävijät arvottavat museokäyntinsä ansiosta kokemaansa hyvinvointia. Selvityksen lopputulos oli, että kukin museotoimintaan käytetty euro tuottaa hyvinvoinnilla mitattuna noin 30 euron arvoisen hyödyn.

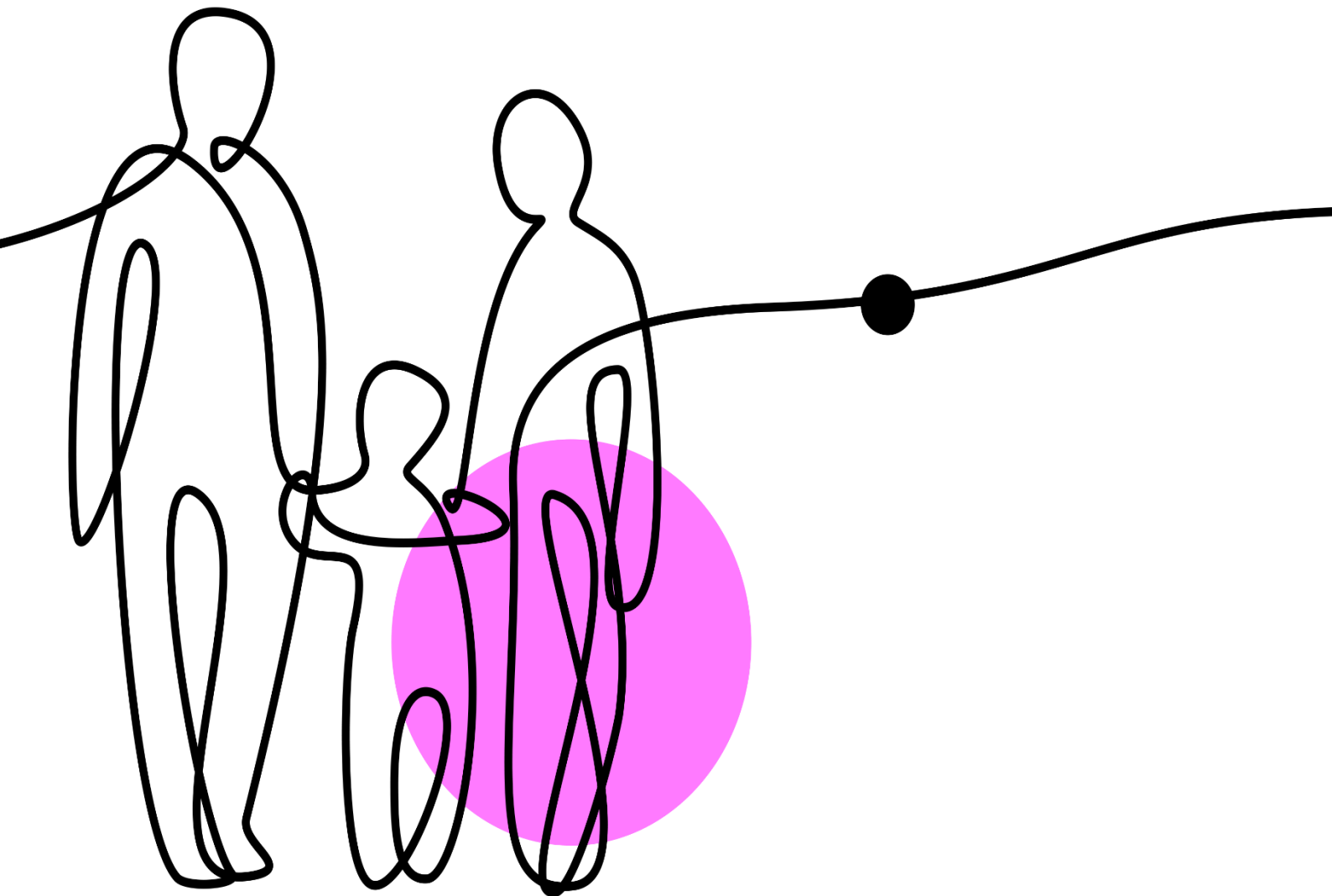
Itä-Suomen yliopiston ja Taideyliopiston yhteisessä ArtWell-hankkeessa taas päätettiin siihen, että keskimääräinen kulttuurihyvinvointitoimintaan osallistumisen tuottama positiivinen vuosittainen nettohyöty voi olla 1300 ja 3500 euron välillä. Kyseessä on esimerkki mallinnuksesta, jonka tuloksia voidaan käyttää ennakoivasti kulttuurihyvinvointitoiminnan suunnittelussa kulloinkin tarkasteltavana olevan toiminnan ja sen kohdeyleisön erityispiirteet huomioon ottaen.

Hyvinvointivaikutusten määrällistä mittaamista on myös kritisoitu esimerkiksi todistusaineiston ja syys-seuraussuhteen todentamisen puutteista, lyhyen aikavälin vaikutuksiin keskittymisestä ja hyvinvoinnin yhteiskunnallisten ulottuvuuksien sivuuttamisesta. Mittaamisen ongelmiin on haettu erilaisia vaihtoehtoja. Esimerkiksi Britanniassa käyttöön on vakiintunut malli, jossa hankkeen pidempiaikaisia vaikutuksia arvioidaan siitä näkökulmasta, missä määrin hankkeen panokset, aktiviteetit ja tuotokset edesauttavat tiettyjen, hankkeen tavoitteissa määriteltyjen hyvinvointivaikutusten toteutumista.

Kulttuurin ja myös museoiden yhteiskunnallisten hyvinvointivaikutusten laadullisesta mittaamisesta on pidemmältä ajalta kokemuksia niin ikään juuri Britanniasta,

missä esimerkiksi on tutkittu, miten museotoiminnot voivat vaikuttaa erityisesti sosiaalisesti heikommassa asemassa olevien väestöryhmien terveyteen ja hyvinvointiin. Tutkimustulosten mukaan museoiden hyvinvointivaikutusta voidaan vahvistaa lisäämällä kokoelmien ja näyttelyiden saavutettavuutta erilaisille, erityisesti heikommassa asemassa oleville väestöryhmille. Museorakennuksen arkkitehtuurin lisäksi saavutettavuutta voidaan parantaa ottamalla näyttelyiden suunnittelussa huomioon erilaisten väestöryhmien kokemukset ja kulttuuriset taustat tai suuntaamalla toimintaa tietoisesti tietyn kohderyhmän erityistarpeista lähtien ja yhdessä sote-alan ammattilaisten kanssa.

Turusta ei kuitenkaan ole tarvetta lähteä merta edemmäs kalaan etsimään esimerkkejä hyvinvointivaikutuksia painottavasta kulttuurisuunnittelusta. Päinvastoin – Turun vuoden 2011 kulttuuripääkaupunkihankkeen teemana ”Kulttuuri tekee hyvää” tarkoitti sekä yksilötason vaikutuksiin tähtääviä kulttuuripalveluita että laajempia, yhteiskunnallisia hyvinvointivaikutuksia, joissa keskeisiä tavoitteita olivat osallisuuden vahvistaminen ja uudenlainen yhteisöllisyys.



Kirjallisuus

Aholainen, M., Jäntti, S., Tammela, A. & Tanskanen, J. (2021) Miten taide vaikuttaa? Kulttuurisia näkökulmia hyvinvointiin ja terveyteen. Kulttuurisia näkökulmia hyvinvointiin ja terveyteen. *Lääkärilehti*, 76(9), 564–568.

<https://www.laakarilehti.fi/tieteessa/katsausartikkeli/miten-taide-vaikuttaa-kulttuurisianaakokulmia-hyvinvointiin-ja-terveyteen/>

Business Finland (2021) Kulttuurimatkailun tuotesuosituksukset.

<https://www.visitfinland.fi/4a8404/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/vf-kulttuurimatkailun-tuotesuosituksukset-2021.pdf>

Falk, J. H., Claudio, N. & Meier D. (2023) *Measuring the Public Value of Finnish Museum Experiences*. Final report. Institute for Learning Innovation.

Froggett, L., Farrier, A., Poursanidou, K. & Hacking, S. (2011) *Who Cares? Museums, Health and Wellbeing*. Technical report, University of Central Lancashire, Psychosocial Research Unit.

Hamnett, C. & Shoval, N. (2003) Museums as Flagships of Urban Development. Teoksessa Hoffman, L., Fainestein, S. & Judd, D., *Cities and Visitors. Regulating People, Markets and City Space*. Blackwells, Oxford.

Hilli, P., Ståhl, T., Merikukka, M. & Ristikari, T. (2017) Syrjäytymisen hinta – case investoinnin kannattavuuslaskemasta. *Yhteiskuntapolitiikka* 82(2017):6.

Honkasalo, M.-L. (2013) Kulttuuri, terveys ja hyvinvointi – millä ehdoilla yhtälö on mahdollinen? Teoksessa Turku 2011 – Tieteen kulttuuripääkaupunki / Turku 2011 – the Capital of Science and Culture, toim. J. Vahlo & S. Ruoppila. Turku 2011 - säätiö.

Houni, P., Turpeinen, I. & Vuolasto, J. (2021) *Taidetta! kulttuurihyvinvoinnin käsikirja*. Taiteen edistämiskeskus, Helsinki.

Jensen, Anita (2020) Opas kulttuurihyvinvointitoiminnan arviointiin. Taikusydän.

Kelly, Lynda (2006) Measuring the impact of museums on their communities: The role of the 21st century museum. INTERCOM 2006 Conference Paper.

Kippo, S., Koivisto, T.-A., Mäki-Opas, T., Lehikoinen, K., Lehtimäki, A.-V., Lavikainen, P., Turtiainen M. & Martikainen, J. (2023) *Kulttuurihyvinvointitoiminnan taloudellinen arviointi. Arviointimenetelmien jatkokehitystarpeet Suomessa*. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2023:26.

Kivelä, A., Backman, J., Hyssälä, L., Vuolasto, J., Virta, S., & Norppa, L. (2023) Kulttuurin ja liikunnan hyvinvointivaikutukset osaksi päätöksenteko- ja ohjausjärjestelmää. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2023:16.

Kulttuuribarometri 2022. Suomalaisten näkemykset kulttuurista. Suomen Kulttuurirahasto ja Kantar TNS Oy.

Nummelin, S. (2011) Kulttuurin hyvinvointivaikutukset: onnea, elämyksiä, terveyttä. Tutkimuskatsauksia 1/2011. Turun kaupunki, Kaupunkitutkimus- ja tietoyksikkö.

Pop, S. & De Waal, M. (2022) Connecting People and Places. Why Culture-led Urban Developments are Necessary for Resilient Cities. Teoksessa European Crew, *The Next Renaissance. Culture and Creativity Shaping Europe*, Odile Jacob, Paris. <https://www.nextrenaissance.eu/>

Ruokolainen, O., Sokka, S., Kurlin, A. & Tohmo, T. (2019) *Taide- ja kulttuurilaitokset osana Jyväskylän kehitystä ja hyvinvointia*. Cuporen verkkojulkaisuja 56. Kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus Cupore. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/2019/cupore_taide_ja_kulttuurilaitokset_osana_jyvaskylan_kehitysta_ja_hyvinvointia_valmis.pdf

Sheppard, S. (2014) Museums in the neighborhood: the local economic impact of museums. Teoksessa Giarratani, F., Hewings, G. J. D. & McCann, P., *Handbook of Industry Studies and Economic Geography*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.

Šveb Dragija, M. & Jelinčić, D. A. (2022) Can Museums Help Visitors Thrive? Review of Studies on Psychological Wellbeing in Museums. *Behav Sci* (Basel). 2022 Nov 17;12(11):458. doi: 10.3390/bs12110458.

Timonen, V.-P., Rotko, T. & Kauppinen, T. (2022) Kulttuurihyvinvointi – vaikutusten mittaaminen hyvinvoinnin osoittajana. Työpaperi 10/2022. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos.